

Weiterbildung

Es fehlt oft die Zeit

Betriebliche Weiterbildung ist dann besonders erfolgreich, wenn sie fester Bestandteil der jeweiligen Firmenkultur ist. Darauf verweist eine jetzt vorgelegte Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW). Zur Gruppe der Unternehmen, die ihren Beschäftigten regelmäßig und systematisch Kursangebote machen, gehören in Deutschland 51 Prozent der weiterbildungsaktiven Firmen. Jeder Mitarbeiter belegt jährlich im Schnitt 33 Stunden mit Seminaren und Lehrveranstaltungen, wenn die Weiterbildung zur strategischen Personalplanung gehört. Ohne diese Verankerung sind es hingegen nur 23 Stunden. Fast acht von zehn Unternehmen wollen durch Weiterbildung ihre Innovationsfähigkeit sichern; 70 Prozent nutzen sie als Instrument der Mitarbeiterbindung. Einer IW-Befragung zufolge gaben die Unternehmen pro Mitarbeiter und Jahr zuletzt durchschnittlich 1.035 Euro für Weiterbildung aus.

Aus Sicht der Beschäftigten ist Weiterbildung wichtig, um berufliche Tätigkeiten besser auszuüben und im Job weiterzukommen; 63 Prozent der Kursteilnehmer nennen dieses Motiv. Größtes Hindernis für Weiterbildungsaktivitäten ist der Faktor Zeit. Sowohl die Unternehmen als auch die Beschäftigten geben diesen Grund an, der sogar noch häufiger genannt wird als die Kosten. Ein weiteres Problem ist der Studie zufolge die Unübersichtlichkeit des Weiterbildungsmarktes.

Vera Demary, Lydia Malin, Susanne Seyda, Dirk Werner: Berufliche Weiterbildung in Deutschland – Ein Vergleich von betrieblicher und individueller Perspektive, IW-Analysen Nr. 87, Köln 2013, 102 Seiten, 19,90 Euro

Versandkostenfreie Bestellung unter: www.iwmedien.de/bookshop

Ansprechpartnerinnen im IW:

Dr. Vera Demary und Lydia Malin, Telefon 0221/4981-749 und 0221/4981-850

Betriebe müssen Vorbild sein

Weiterbildung. Das Gros der Unternehmen in Deutschland bietet den Beschäftigten diverse Möglichkeiten, ihr Wissen aufzufrischen oder Neues zu lernen. Dennoch machen viele Mitarbeiter um Lehrgänge und Schulungen einen Bogen. Die Erfahrung zeigt aber, dass die Lernbereitschaft steigt, wenn es in den Betrieben eine Kultur der Weiterbildung gibt. 

Die Palette reicht vom eintägigen EDV-Seminar bis zur mehrjährigen berufsbegleitenden Qualifizierung zum Meister: Laut der jüngsten Weiterbildungserhebung des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) haben im Jahr 2010 rund 83 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern mindestens eine Maßnahme angeboten, um ihr berufliches Wissen zu erweitern. In zwei von zehn Firmen konnten die Beschäftigten sogar aus mehr als 20 Weiterbildungsalternativen auswählen.

Dennoch machen längst nicht alle Arbeitnehmer mit: Von 2007 bis 2010 ist – bezogen auf die gesamte

Bevölkerung im Erwerbsalter – der Anteil jener, die pro Jahr an mindestens einem Seminar teilnahmen, von 44 auf 42 Prozent zurückgegangen.

Oft halten die Beschäftigten es schlicht nicht für notwendig, sich ins Zeug zu legen – wie aus der Weiterbildungserhebung „Adult Education Survey“ von 2010 hervorgeht:

Fast 40 Prozent der Befragten, die im Jahr zuvor keine Weiterbildung absolviert hatten, führten als Grund an, dass es hierfür beruflich keinen Bedarf gab.

Das zweitgrößte Hemmnis ist Zeitmangel – mehr als 30 Prozent der Nichtteilnehmer hatten nach eigener Aussage wegen familiärer Verpflichtungen keine Zeit, sich um neues Wissen zu bemühen. Bei fast ebenso vielen waren die beruflichen Verpflichtungen ein Hindernis.

Ein weiteres Problem ist, dass zum Beispiel eine berufsbegleitende Techniker-Fortbildung nicht immer in der Region angeboten wird, in der der Beschäftigte arbeitet. Zudem hätte rund ein Fünftel der Absti-

nenzler gern mehr Informationen darüber, welche Weiterbildung für sie passend sein könnte. Doch die zuständigen Stellen beraten laut Stiftung Warentest oft nicht so individuell, wie es notwendig wäre.

Allerdings können die Unternehmen selbst viel tun, um die Lernbereitschaft ihrer Mitarbeiter zu stärken. Vor allem ist es wichtig, eine Weiterbildungskultur im Betrieb zu etablieren – etwa, indem Schulungen zum Kern der Personalplanung gehören und jedem Mitarbeiter Fortbildungsangebote unterbreitet werden. Dies ist in vielen Firmen schon der Fall – von allen weiterbildungsaktiven Unternehmen haben 51 Prozent eine entsprechende Kultur.

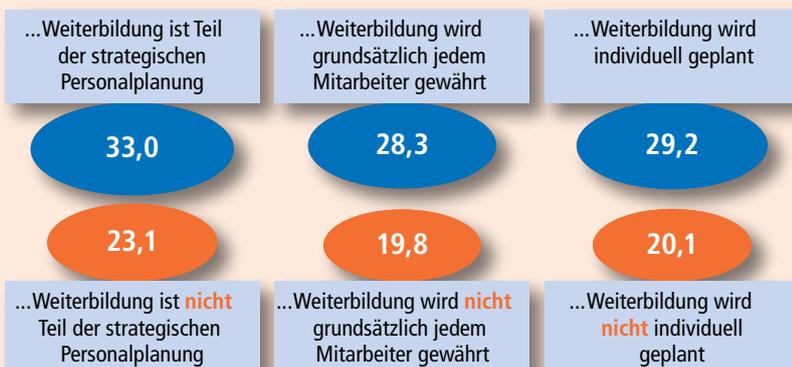
Diese ermutigt die Beschäftigten offenbar, sich öfter um ein Update ihres Wissens zu bemühen (Grafik):

Ist die Weiterbildung in der strategischen Personalplanung verankert, nimmt jeder Mitarbeiter im Schnitt 33 Stunden pro Jahr an Seminaren und Lehrveranstaltungen teil. Ohne eine solche Verankerung sind es lediglich 23 Stunden.

Auch eine individuelle Planung der Weiterbildung im Unternehmen führt dazu, dass die Beschäftigten sich häufiger und/oder intensiver neue Kenntnisse aneignen.

Weiterbildung: Eine Frage der Unternehmenskultur

So viele Stunden nahm jeder Mitarbeiter im Jahr 2010 im Durchschnitt an Seminaren und Lehrveranstaltungen teil, in Unternehmen, die sagen ...



Befragung von 2.254 Unternehmen im Rahmen der IW-Weiterbildungserhebung im Sommer/Herbst 2011
Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln

 Institut der deutschen Wirtschaft Köln



**IW-Analysen
Nr. 87**

Vera Demary, Lydia Malin, Susanne Seyda, Dirk Werner: Berufliche Weiterbildung in Deutschland – Ein Vergleich von betrieblicher und individueller Perspektive, Köln 2013, 102 Seiten, 19,90 Euro

Versandkostenfreie Bestellung unter:
www.iwmedien.de/bookshop

© 2013 IW Medien - iwd 14