

Betriebliche Weiterbildung | 11.12.2014 | Lesezeit 3 Min.

Ein Jahr der Rekorde

Die Unternehmen in Deutschland investieren mehr Geld in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter als je zuvor. Wie die Weiterbildungserhebung 2014 des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) zeigt, waren es zuletzt fast 34 Milliarden Euro. Und das hat gute Gründe.

Wer im zunehmend härteren Wettbewerb bestehen will, braucht konkurrenzfähige Produkte und Dienstleistungen. Und das wiederum setzt qualifizierte Mitarbeiter voraus – die zudem bereit sind, sich ein Leben lang weiterzubilden. Das wissen auch die Unternehmen – und investieren so viel Geld in die Weiterbildung wie nie zuvor (Grafik):



Im vergangenen Jahr haben genau 86 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern eine betriebliche Weiterbildung ermöglicht und dafür pro Kopf 1.132

Euro ausgegeben – beides Rekordwerte.

Auch der Zeitaufwand, den die Mitarbeiter für Lehr- und Informationsveranstaltungen aufbringen, ist seit der letzten Weiterbildungserhebung im Jahr 2010 um gut 10 Prozent auf fast 33 Stunden pro Jahr gestiegen. Rund ein Drittel davon entfiel auf die Freizeit – ein Indiz dafür, dass auch die Arbeitnehmer selbst bereit sind, in ihre Weiterbildung zu investieren.

Zur betrieblichen Weiterbildung zählen zum einen formelle Formen wie externe und interne Lehrveranstaltungen sowie Seminare, zum anderen informelle Formen wie Informationsveranstaltungen, das Lernen im Arbeitsprozess und das selbstgesteuerte Lernen mit Medien. Und für alle gilt (Grafik):



Die Quote der Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine Weiterbildung ermöglichen, hat sich seit dem Jahr 2010 in nahezu allen Formen der Weiterbildung erhöht.

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise, die bei der vorherigen Erhebung noch deutlich zu spüren waren, sind damit offenbar überwunden. Mit 33,5 Milliarden Euro gaben die Firmen 2013 fast 16 Prozent mehr für die betriebliche Weiterbildung aus als im Jahr 2010.

Ein wichtiger Grund dafür, dass das Engagement der Unternehmen einen neuen Höchststand erreicht hat, ist die Fachkräftesicherung. So gibt bereits ein Drittel der 1.845 vom IW Köln befragten Firmen an, ihre Mitarbeiter vor allem deshalb weiterzuqualifizieren, weil auf dem Arbeitsmarkt keine geeigneten Fachkräfte zu finden sind.

Die klassischen Motive der betrieblichen Weiterbildung sind aber nach wie vor dieselben: Die Unternehmen wollen damit insbesondere die Kompetenzen ihrer Belegschaft fördern, deren Motivation und Arbeitszufriedenheit erhöhen und sie an die Firma binden – so die Top 3 der personalpolitischen Motive. Mit Blick auf den Unternehmenserfolg zielt das Weiterbildungsengagement vor allem auf höhere Wertschöpfung, höhere Produktivität und eine Förderung der Innovationsfähigkeit.

Doch so hoch die Teilnehmerquoten und Investitionen auch sein mögen – es gibt durchaus Unternehmen, in denen das Thema Weiterbildung keine Rolle spielt. Jedes Zweite davon begründet seine Abstinenz in der IW-Befragung mit mangelndem Bedarf; auf den Plätzen zwei und drei stehen Zeitmangel und fehlende personelle Kapazitäten.

Ein weiteres großes Hemmnis ist die Vorbildung der Mitarbeiter:

Die Beteiligung an einer Weiterbildung ist umso geringer, je niedriger die Qualifikation des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin ist.

Gerade An- und Ungelernte bilden sich oft gar nicht weiter – in gut 38 Prozent der Unternehmen ist dies der Fall, deutlich häufiger als in den anderen Qualifikationsgruppen. Geringqualifizierte lassen sich jedoch mit geeigneten Formaten zur Weiterbildung motivieren.

Als besonders erfolgversprechend erscheint die Qualifizierung in Modulen. Dabei wird ein anerkannter Ausbildungsberuf in Bausteine aufgeteilt, sodass An- und Ungelernte ihn quasi schrittweise erlernen können. Diese Teilqualifikationen sind deutlich einfacher zu schaffen als eine mehrjährige Berufsausbildung – und sie sind auf dem Arbeitsmarkt einzeln verwertbar (vgl. iwd 43/2014).

Die Bildungswerke der Wirtschaft haben für dieses Prinzip im vergangenen Jahr unter dem Label „Eine Teilqualifikation besser“ einen neuen bundesweiten Standard geschaffen. Er soll helfen, An- und Ungelernte besser in die Weiterbildung einzubeziehen und sie im Idealfall bis hin zur Abschlussprüfung in einem anerkannten Ausbildungsberuf zu begleiten.

Ob und wie stark sich An- und Ungelernte – und alle anderen Mitarbeiter – für das Thema Weiterbildung interessieren, hängt außerdem davon ab, ob es in dem jeweiligen Unternehmen eine ausgeprägte Weiterbildungskultur gibt oder nicht.

Dazu gehört zum Beispiel, dass die betriebliche Weiterbildung generell allen Beschäftigten eines Unternehmens offensteht, dass die Mitarbeiter in die Planung der Weiterbildung einbezogen werden und dass sie regelmäßig über entsprechende Angebote informiert werden.

Kernaussagen in Kürze:

- Im vergangenen Jahr haben genau 86 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern eine betriebliche Weiterbildung ermöglicht und dafür pro Kopf 1.132 Euro ausgegeben.
- Die Quote der Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine Weiterbildung ermöglichen, hat sich seit dem Jahr 2010 erhöht.
- Die Beteiligung an einer Weiterbildung ist umso geringer, je niedriger die Qualifikation des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin ist.