

# Branchenmonitor

## Digitale Bildung in Deutschland 2020

Ergebnisse der Teilerhebung ZG 3 – Unternehmensbefragung

Eine Erhebung der

**forsa.**

Politik-und Sozialforschung GmbH

Im Auftrag des



**Bundesverband der  
Fernstudienanbieter**

*BILDUNG. DIGITAL. VERNETZT.*

## Vorbemerkung

Im Auftrag des Bundesverbandes der Fernstudienanbieter e. V. hat forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine Branchenerhebung zum Fernunterricht bzw. Distance-Learning durchgeführt.

Ziel der Studie ist es, einen Branchenmonitor aufzubauen, der regelmäßig Branchendaten zum Distance-Learning erhebt. Dabei werden sowohl quantitative Strukturdaten zu den Instituten bzw. Unternehmen für eine Branchenstatistik als auch qualitative Daten, z.B. Wachstumsaussichten, Zukunftstrends und größte Herausforderungen der Branche erhoben. Der Branchenmonitor soll die derzeit unzureichende Datenlage zum Fernlernen verbessern.

Die erste Erhebung wird als Grundlagenstudie durchgeführt, die sich zunächst auf die qualitativen Daten konzentriert und sich im quantitativen Teil auf wenige Basisdaten beschränkt. Ziel ist es, den Branchenmonitor in Folgebefragungen auszubauen und dann konkretere quantitative Angaben zu einzelnen Lernprogrammen und den Studienteilnehmern zu erheben.

Um einen umfassenden Überblick über die Entwicklungen auf dem Markt des Distance-Learning zu gewinnen, werden drei Zielgruppen in die Untersuchung einbezogen, die jeweils individuell zugeschnittene Fragen beantworten: die Mitgliedsunternehmen des Verbandes (ZG 1), Anbieter von Fernunterricht bzw. Fernstudium, die nicht Mitglied im FDL sind (ZG 2), sowie Wirtschaftsunternehmen, die Fernlernen im Rahmen der innerbetrieblichen Weiterbildung nutzen.

Im Rahmen der aktuellen Untersuchung wurden im Sommer mit Hilfe telefonischer Befragungen in der dritten Zielgruppe insgesamt 401 Wirtschaftsunternehmen befragt.

Die Untersuchungsbefunde dieser Befragung von Wirtschaftsunternehmen werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

## Inhalt

Vorbemerkung.....	2
Einschätzungen zu den Folgen der aktuellen Corona-Krise .....	4
Probleme und Bedarf bei der Personalgewinnung .....	8
Einsatz von und Unterstützung bei berufsbezogener Fort-und Weiterbildung.....	11
Eingesetzte Formen und Formate innerbetrieblicher Weiterbildung.....	14
Vorhaben im Rahmen der innerbetrieblichen Weiterbildung .....	17

## Einschätzungen zu den Folgen der aktuellen Corona-Krise

Zunächst wurden die Unternehmen gebeten, die aktuelle Wirtschaftslage vor dem Hintergrund der Corona-Krise einzuschätzen.

Die befragten Unternehmen sind mehrheitlich (57 %) der Ansicht, dass die Wirtschaft in Deutschland auf längere Zeit geschwächt bleiben wird.

40 Prozent der befragten Betriebe glauben, dass sich die deutsche Wirtschaft wieder weitgehend erholen wird.

Betriebe mit mehr als 300 Mitarbeitern sind diesbezüglich etwas optimistischer als jene Unternehmen mit weniger Mitarbeitern.

Auch die Dienstleistungsbranche blickt positiver auf die künftige wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland als die anderen Branchen.

### ▪ Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung

	Die Wirtschaft wird sich in Deutschland nach der Corona-Krise:	
	weitgehend erholen	auf längere Zeit *) geschwächt bleiben
	<u>%</u>	<u>%</u>
insgesamt	40	57
Umsatz:		
- unter € 50 Mio.	36	61
- € 50 Mio. und mehr	43	54
Mitarbeiterzahl:		
- unter 300	35	63
- 300 und mehr	45	53
Branche:		
- Industrie/Gewerbe	37	60
- Handel	33	67
- Dienstleistungen	46	51

\*) an 100 Prozent fehlende Werte = „weiß nicht/keine Angabe“

Nach der Entwicklung des eigenen Unternehmens gefragt, rechnen zwei Drittel der befragten Unternehmen (64 %) infolge der aktuellen Corona-Krise für das laufende Geschäftsjahr mit moderatem (38 %) bzw. sogar starkem (26 %) Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr.

Dass der Umsatz im eigenen Betrieb moderat (9 %) oder gar stark (2 %) wachsen wird, erwartet etwa jedes zehnte befragte Unternehmen.

Etwa jedes fünfte Unternehmen (21 %) geht davon aus, dass sich am Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nichts ändern wird.

Handelsunternehmen erwarten tendenziell häufiger als andere Branchen ein Umsatzwachstum im laufenden Geschäftsjahr.

▪ **Einschätzung der Unternehmensentwicklung**

Es rechnen infolge der aktuellen Corona-Krise für das eigene Unternehmen für das laufende Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr mit

	starkem Umsatzrückgang %	moderatem Umsatzrückgang %	moderatem Umsatzwachstum %	starken Umsatzwachstum %	keiner Veränderung beim Umsatz % *)
insgesamt	26	38	9	2	21
Umsatz:					
- unter € 50 Mio.	26	38	9	2	22
- € 50 Mio. und mehr	27	38	8	2	19
Mitarbeiterzahl:					
- unter 300	29	35	10	1	23
- 300 und mehr	24	40	8	2	19
Branche:					
- Industrie/Gewerbe	32	35	10	1	18
- Handel	26	36	12	7	19
- Dienstleistungen	20	41	7	1	24

\*) an 100 Prozent fehlende Werte = „weiß nicht/keine Angabe“

Anschließend wurden die Unternehmen offen und ohne jede Vorgabe gebeten, anzugeben wo sie für ihr eigenes Unternehmen in den nächsten Jahren die größten Herausforderungen sehen.

Für jedes zweite Unternehmen (50 %) – und damit am häufigsten genannt – ist dies vor allem der Fachkräftemangel.

Am zweithäufigsten (21 %) werden die Prozesse der Digitalisierung bzw. Automatisierung als große Herausforderung eingeschätzt.

Für etwa jedes zehnte Unternehmen stellen Kundenbindung und -gewinnung, die Bewältigung der Auswirkungen der Corona-Pandemie (jeweils 12 %), die Erweiterung von Geschäftsfeldern und Absatzmärkten sowie die Bewältigung des Strukturwandels bzw. des Wandels der Arbeit (jeweils 9 %) eine Herausforderung dar.

Vereinzelte werden genereller Konkurrenzdruck (7 %) und der Erhalt der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens (3 %) als große Herausforderungen für das Unternehmen wahrgenommen.

Für größere Betriebe mit mindestens 300 Mitarbeitern und mindestens 50 Millionen Euro Umsatz im Jahr stellen Digitalisierungs- und Automatisierungsprozesse sowie die Erweiterung der Geschäftsfelder und Absatzmärkte etwas häufiger als für kleinere Unternehmen eine große Herausforderung dar.

▪ Größte Herausforderungen für das Unternehmen I

Die größten Herausforderungen für das Unternehmen sind in den nächsten Jahren:	insgesamt %)	Umsatz:		Mitarbeiterzahl:	
		unter € 50 Mio. %)	€ 50 Mio. und mehr %)	unter 300 %)	300 und mehr %)
- Fachkräftemangel	50	50	51	47	53
- Digitalisierung/Automatisierung	21	16	24	19	22
- Kundenbindung und -gewinnung	12	14	12	12	13
- Bewältigung der Corona-Auswirkungen	12	15	9	12	11
- Erweiterung von Geschäftsfeldern und Absatzmärkten	9	5	12	6	12
- Bewältigung von Strukturwandel/ Wandel der Arbeitswelt	9	5	12	9	9
- Konkurrenzdruck	7	4	10	7	7
- Zukunftsfähigkeit erhalten	3	3	4	3	4

\*) offene Abfrage, Nennungen ab 3 Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Industrie- und Gewerbeunternehmen sehen Digitalisierung und Automatisierung etwas seltener als große Herausforderung als Unternehmen aus der Handels- oder Dienstleistungsbranche.

▪ Größte Herausforderungen für das Unternehmen II

Die größten Herausforderungen für das Unternehmen sind in den nächsten Jahren:	ins- *)	Branche:		
	gesamt %	Industrie/Gewerbe %	Handel %	Dienstleistungen %
- Fachkräftemangel	50	49	51	51
- Digitalisierung/Automatisierung	21	16	26	25
- Kundenbindung und -gewinnung	12	13	14	11
- Bewältigung der Corona-Auswirkungen	12	14	12	9
- Erweiterung von Geschäftsfeldern und Absatzmärkten	9	10	7	9
- Bewältigung von Strukturwandel/Wandel der Arbeitswelt	9	10	9	9
- Konkurrenzdruck	7	10	2	5
- Zukunftsfähigkeit erhalten	3	3	2	4

\*) offene Abfrage, Nennungen ab 3 Prozent, Mehrfachnennungen möglich

## Probleme und Bedarf bei der Personalgewinnung

Die Gewinnung von qualifizierten Fachkräften ist ein Thema, über das in Deutschland seit längerem diskutiert wird.

Von den befragten Unternehmen geben etwa drei Viertel (73 %) an, dass sie schon vor Beginn der Corona-Krise Schwierigkeiten hatten, zumindest in einigen Bereichen qualifiziertes Personal zu finden. Ein Viertel (26 %) hatte dabei im Großen und Ganzen keine Probleme.

Handelsunternehmen berichten etwas seltener als Unternehmen anderer Branchen von Schwierigkeiten bei der Personalgewinnung.

Probleme bei der Personalgewinnung		
	Es hatten vor Beginn der Corona-Krise Schwierigkeiten qualifiziertes Personal zu finden:	
	ja %	nein *) %
insgesamt	73	26
Umsatz:		
- unter € 50 Mio.	73	26
- € 50 Mio. und mehr	73	26
Mitarbeiterzahl:		
- unter 300	73	26
- 300 und mehr	73	26
Branche:		
- Industrie/Gewerbe	73	26
- Handel	65	33
- Dienstleistungen	75	25

\*) an 100 Prozent fehlende Werte = „weiß nicht/keine Angabe“

Unternehmen mit Problemen bei der Personalgewinnung wurden weiterhin gebeten, offen und ohne jede Vorgabe zu beurteilen, bei welchen fachlichen Qualifikationen und Kompetenzen sie in ihrem Unternehmen perspektivisch den größten Bedarf sehen.



Das Spektrum an Qualifikationsbedarf ist entsprechend der Branchenvielfalt relativ groß: Die Unternehmen berichten von großem Bedarf bei IT und Technik, im Handwerk und am Bau bzw. in der Reinigung, beim ärztlichen und Pflegedienst. Es fehlen Pädagogen, Facharbeiter und Ingenieure sowie Fachpersonal in Vertrieb, Verwaltung und Buchhaltung, Transport und Logistik, Produktion und Gewerbe.

▪ Bedarf an fachlichen Kompetenzen I \*)

Bei folgenden Qualifikationen und Kompetenzen sehen in ihrem Unternehmen den größten Bedarf:	insgesamt **)		Umsatz:		Mitarbeiterzahl:	
	gesamt	unter € 50 Mio.	unter € 50 Mio.	€ 50 Mio. und mehr	unter 300	300 und mehr
	%	%	%	%	%	%
- IT	18	13	23	15	22	
- Technik	13	13	13	15	11	
- Handwerk	14	15	13	16	12	
- Bau/Reinigung	4	5	3	4	3	
- ärztlicher und Pflegedienst	13	13	12	3	21	
- Pädagogen	4	7	3	1	7	
- Facharbeiter	9	9	9	11	7	
- Ingenieure	7	8	6	7	6	
- Vertrieb	10	10	9	11	8	
- Verwaltung/Buchhaltung	5	4	6	5	4	
- Transport und Logistik	5	2	8	6	5	
- Produktion	5	5	5	6	4	
- Gewerbe	4	4	5	6	3	

\*) Basis: Unternehmen mit Problemen bei der Personalgewinnung

\*\*) offene Abfrage, Nennungen ab 4 Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Industrie und Gewerbe sehen vor allem großen Bedarf bei den Qualifikationen und Kompetenzen in den Bereichen Technik und Handwerk.

Handelsunternehmen benötigen in erster Linie mehr Qualifikationen und Kompetenzen im Vertrieb sowie in Transport und Logistik, die Unternehmen der Dienstleistungsbranche in den klassischen Dienstleistungsbereichen ärztlicher und Pflegedienst sowie Pädagogen.

Kompetenzen im Bereich IT werden in allen Branchen verhältnismäßig viel nachgefragt.

▪ Bedarf an fachlichen Kompetenzen II \*)

Bei folgenden Qualifikationen und Kompetenzen sehen in ihrem Unternehmen den größten Bedarf:	ins- gesamt %)	Branche:		
		Industrie/Gewerbe %)	Handel ***) %)	Dienstleistungen %)
- IT	18	18	18	19
- Technik	13	20	4	7
- Handwerk	14	21	11	6
- Bau/Reinigung	6	4	0	5
- ärztlicher und Pflegedienst	13	0	0	29
- Pädagogen	4	0	0	10
- Facharbeiter	9	12	7	6
- Ingenieure	7	11	0	4
- Vertrieb	10	4	46	7
- Verwaltung/Buchhaltung	5	4	0	6
- Transport und Logistik	5	4	21	3
- Produktion	5	10	0	1
- Gewerbe	4	7	0	3

\*) Basis: Unternehmen mit Problemen bei der Personalgewinnung

\*\*) offene Abfrage, Nennungen ab 4 Prozent, Mehrfachnennungen möglich

\*\*\*) Tendenzangaben aufgrund geringer Fallzahlen

## Einsatz von und Unterstützung bei berufsbezogener Fort- und Weiterbildung

Es gibt ganz unterschiedliche Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung. Fast alle Unternehmen (95 %) unterstützen ihre Mitarbeiter, wenn diese sich eigen-initiativ extern weiterbilden möchten.

91 Prozent machen ihren Mitarbeitern Angebote zur internen Fortbildung und fast ebenso viele (89 %) Angebote zur externen Fortbildung.

Dass sie ihre Mitarbeiter zu internen Schulungen verpflichten, geben noch fast drei Viertel der befragten Unternehmen (72 %) an.

Interne Fortbildungsmöglichkeiten werden Mitarbeitern von größeren Betrieben mit mindestens 300 Mitarbeitern oder einem Jahresumsatz von mindestens 50 Millionen Euro noch etwas häufiger angeboten als Mitarbeitern von kleineren Unternehmen.

### ▪ Eingesetzte Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung I

Folgende Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung werden eingesetzt/angeboten:	ins-	Umsatz:		Mitarbeiterzahl:		%
	gesamt	unter € 50 Mio.	€ 50 Mio. und mehr	unter 300	300 und mehr	
	%	%	%	%	%	
- Mitarbeiter, die sich eigeninitiativ extern weiterbilden möchten, werden dabei unterstützt.	95	95	95	94	96	
- Mitarbeitern werden Angebote zu interner Fortbildung gemacht.	91	87	94	84	96	
- Mitarbeitern werden Angebote für externe Weiterbildungen gemacht.	89	88	91	89	89	
- Mitarbeiter werden zu internen Schulungen verpflichtet.	72	73	71	72	72	

Im Handel werden Mitarbeitern seltener als in anderen Branchen Angebote für externe Weiterbildungen gemacht und sie werden seltener zu internen Schulungen verpflichtet.

▪ **Eingesetzte Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung II**

Folgende Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung werden eingesetzt/angeboten:	insgesamt %	Branche: Industrie/Gewerbe %	Handel %	Dienstleistungen %
- Mitarbeiter, die sich eigeninitiativ extern weiterbilden möchten, werden dabei unterstützt.	95	96	91	95
- Mitarbeitern werden Angebote zu interner Fortbildung gemacht.	91	87	91	94
- Mitarbeitern werden Angebote für externe Weiterbildungen gemacht.	89	93	72	90
- Mitarbeiter werden zu internen Schulungen verpflichtet.	72	70	63	77

Unternehmen, die von Schwierigkeiten bei der Personalgewinnung berichten, machen ihren Mitarbeitern etwas häufiger als Unternehmen ohne Personalgewinnungsprobleme Angebote für externe Weiterbildungen.

▪ **Eingesetzte Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung III**

Folgende Formen der berufsbezogenen Fort- oder Weiterbildung werden eingesetzt/angeboten:	insgesamt %	Probleme bei der Personalgewinnung	
		ja %	nein %
- Mitarbeiter, die sich eigeninitiativ extern weiterbilden möchten, werden dabei unterstützt.	95	96	93
- Mitarbeitern werden Angebote zu interner Fortbildung gemacht.	91	91	88
- Mitarbeitern werden Angebote für externe Weiterbildungen gemacht.	89	92	80
- Mitarbeiter werden zu internen Schulungen verpflichtet.	72	71	75

Die Unternehmen, die ihre Mitarbeiter, die sich eigenständig extern weiterbilden möchten, unterstützen, tun dies am häufigsten (94 %), indem sie die Weiterbildung finanzieren oder sich zumindest finanziell daran beteiligen.

Ein Großteil dieser Unternehmen (88 %) stellt seine Mitarbeiter für die externe Weiterbildung außerdem von der Arbeit frei und drei Viertel (74 %) unterstützen die Mitarbeiter, die sich

eigenständig extern weiterbilden möchten, fachlich, z. B. durch feste Ansprechpartner in der Personalabteilung.

Größere Betriebe mit mindestens 50 Millionen Euro Jahresumsatz oder mindestens 300 Mitarbeitern unterstützen jene Mitarbeiter tendenziell etwas häufiger als kleinere Unternehmen mithilfe fachlicher Unterstützung, z.B. durch feste Ansprechpartner.

▪ Unterstützung bei eigeninitiativer externer Weiterbildung I \*)

Mitarbeiter, die sich eigenständig extern weiterbilden möchten, werden folgendermaßen unterstützt:	ins- gesamt %	Umsatz:			Mitarbeiterzahl:	
		unter € 50Mio. %	€ 50 Mio. und mehr %	unter 300 %	300 und mehr %	
- durch Finanzierung der Weiterbildung bzw. einer Beteiligung an der Finanzierung	94	92	96	94	94	
- durch Freistellungen	88	89	88	87	89	
- durch fachliche Unterstützung, z.B. durch feste Ansprechpartner in der Personalabteilung	74	70	77	71	76	

\*) Basis: Unternehmen, die Mitarbeiter, die sich eigeninitiativ extern weiterbilden möchten, unterstützen

\*\*) Prozentstumme größer 100, da Mehrfachnennung möglich

Handelsunternehmen unterstützen ihre eigeninitiativen Mitarbeiter etwas seltener mithilfe von Finanzierungen als die anderen Branchen.

▪ Unterstützung bei eigeninitiativer externer Weiterbildung II \*)

Mitarbeiter, die sich eigenständig extern weiterbilden möchten, werden folgendermaßen unterstützt:	ins- gesamt %	Branche:		
		Industrie/Gewerbe %	Handel %	Dienstleistungen %
- durch Finanzierung der Weiterbildung bzw. einer Beteiligung an der Finanzierung	94	95	85	95
- durch Freistellungen	88	85	95	90
- durch fachliche Unterstützung, z.B. durch feste Ansprechpartner in der Personalabteilung	74	77	69	72

\*) Basis: Unternehmen, die Mitarbeiter, die sich eigeninitiativ extern weiterbilden möchten, unterstützen

\*\*) Prozentstumme größer 100, da Mehrfachnennung möglich

## Eingesetzte Formen und Formate innerbetrieblicher Weiterbildung

Die Unternehmen, die ihren Mitarbeitern interne Weiterbildungsangebote machen, wurden gebeten, die im Unternehmen eingesetzten Weiterbildungsformen näher anzugeben:

Mit Abstand am häufigsten (87 %) wird noch das klassische Präsenzlernen, also reines face-to-face-Lernen, z.B. in Form von Workshops, Seminaren, Lerngruppen oder Lernen am Arbeitsplatz angeboten.

Jeweils etwa zwei Drittel der befragten Unternehmen bieten darüber hinaus aber auch Blended Learning (69%) und Online-Learning (64 %) an, also zum einen medial, virtuell oder digital angereicherte Präsenzveranstaltungen, z.B. mit Web-Based Trainings (WBTs), Webinaren oder Virtual Classrooms (Blended Learning) und zum anderen die rein digitale Vermittlung von Lerninhalten ohne Präsenz, z.B. über MOOCs, Micro-Learning, Learning Nuggets, CBTs/WBTs, Webinare oder VCR (Online-Learning).

Fernunterricht bzw. Fernstudium, also die klassische Form des Distance-Learnings mittels Studienheften, angereichert um virtuelle und digitale Medien, wird nur von weniger als der Hälfte (41%) der Unternehmen, die ihren Mitarbeitern Möglichkeiten der internen Weiterbildung bieten, genutzt.

Allerdings ist für etwa jedes dritte befragte Unternehmen mit interner Weiterbildung (32 %) vorstellbar, künftig Formen des Fernunterrichts bzw. Fernstudiums anzubieten und einzusetzen. Der Einsatz von Online-Learning (26 %) und Blended-Learning (23 %) ist für etwa jedes vierte dieser Unternehmen vorstellbar. Präsenzlernen ist nur noch vereinzelt als künftige Weiterbildungsform (9 %) vorstellbar.

Für jedes vierte befragte Unternehmen (25 %) kommt Fernunterricht als künftige Form der internen Weiterbildung nicht in Frage.

### Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung I \*)

	Diese Form der Weiterbildung im Unternehmen:		
	wird bereits praktiziert %	Einsatz vorstellbar %	käme nicht **) in Frage %
- Präsenzlernen	87	9	4
- Blended Learning	69	23	8
- Online-Learning/E-Learning	64	26	10
- Fernunterricht/Fernstudium	41	32	25

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

\*\*) an 100 Prozent fehlende Werte = „weiß nicht/keine Angabe“

Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Millionen Euro praktizieren alle Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung tendenziell etwas häufiger als Unternehmen mit geringerem Umsatz.

▪ Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung II \*)

Folgende Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung werden im Unternehmen <u>bereits praktiziert</u> :	insgesamt %	Umsatz:		Mitarbeiterzahl:	
		unter € 50 Mio. %	€ 50 Mio. und mehr %	unter 300 %	300 und mehr %
- Präsenzlernen	87	82	92	84	91
- Blended Learning	69	64	73	69	69
- Online-Learning/E-Learning	64	59	68	62	66
- Fernunterricht/Fernstudium	41	39	43	41	41

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

In Handelsunternehmen werden insbesondere die Formen Blended Learning und Online-Learning seltener als in anderen Branchen bereits praktiziert.

▪ Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung III \*)

Folgende Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung werden im Unternehmen <u>bereits praktiziert</u> :	insgesamt %	Branche:		
		Industrie/Gewerbe %	Handel %	Dienstleistungen %
- Präsenzlernen	87	85	83	92
- Blended Learning	69	70	61	70
- Online-Learning/E-Learning	64	62	46	71
- Fernunterricht/Fernstudium	41	40	39	43

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

Für kleinere Unternehmen mit weniger als 300 Mitarbeitern ist der Einsatz des klassischen Präsenzlernens – auf niedrigem Niveau – tendenziell noch etwas häufiger vorstellbar als für größere Unternehmen.

▪ Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung V \*)

Folgende Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung wären im Unternehmen <u>vorstellbar</u> :	ins-	Umsatz:		Mitarbeiterzahl:	
	gesamt	unter € 50 Mio.	€ 50 Mio. und mehr	unter 300	300 und mehr
	%	%	%	%	%
- Präsenzlernen	9	11	7	12	6
- Blended Learning	23	23	23	21	25
- Online-Learning/E-Learning	26	27	25	24	27
- Fernunterricht/Fernstudium	32	30	34	34	32

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

Blended Learning können sich Handelsunternehmen etwas häufiger als künftige Form der innerbetrieblichen Weiterbildung als die Unternehmen anderer Branchenvorstellen.

▪ Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung VI \*)

Folgende Formen der innerbetrieblichen Weiterbildung wären im Unternehmen <u>vorstellbar</u> :	ins-	Branche:		
	gesamt	Industrie/Gewerbe	Handel	Dienstleistungen
	%	%	%	%
- Präsenzlernen	9	11	12	5
- Blended Learning	23	25	32	19
- Online-Learning/E-Learning	26	30	29	21
- Fernunterricht/Fernstudium	32	36	24	30

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten



## Vorhaben im Rahmen der innerbetrieblichen Weiterbildung

Die Unternehmen sollten weiterhin angeben, inwieweit sie in den nächsten Jahren bestimmte Änderungen bei der innerbetrieblichen Weiterbildung, z.B. im Hinblick auf die Angebote, die Lehrinhalte oder die Formate planen.

Mehr als jedes dritte Unternehmen (38 %) möchte das Digitale Lernen/E-Learning (27 %) bzw. webbasiertes Lernen/WBT (11 %) ausbauen. 5 Prozent wollen im Gegenzug das Präsenzlernen verringern.

Jedes zehnte Unternehmen plant, die Weiterbildungsformate (6 %) bzw. die Inhalte (5 %) zu erweitern.

Dass sie ihre Mitarbeiter weiterqualifizieren möchten, geben 7 Prozent der Betriebe an.

37 Prozent der Unternehmen haben diesbezüglich in naher Zukunft keine Anpassungen geplant, bei 3 Prozent befinden sich entsprechende Änderungen noch in der Entwicklung und bei 4 Prozent sind allgemeine Anpassungen vorgesehen.

Größere Unternehmen mit mehr Umsatz und mehr Mitarbeitern planen deutlich häufiger als kleinere Unternehmen, das digitale Lernen auszubauen.

In kleineren Unternehmen sind dagegen deutlich häufiger keine Änderungen in den kommenden Jahren vorgesehen als in den größeren Betrieben.

▪ Vorhaben bei der innerbetrieblichen Weiterbildung \*)

Bei der innerbetrieblichen Weiterbildung planen folgende Änderungen:	ins- **)	Umsatz:			Mitarbeiterzahl:	
	gesamt	unter € 50 Mio.	€ 50 Mio. und mehr	unter 300	300 und mehr	
	%	%	%	%	%	
- Digitales Lernen/E-Learning ausbauen	27	20	33	16	36	
- webbasiertes Lernen/WBT ausbauen	11	7	13	8	13	
- Präsenzlernen verringern	5	3	6	4	6	
- Erweiterung der Formate	6	6	5	5	7	
- Erweiterung der Inhalte	5	4	7	6	5	
- Weiterqualifizierung der Mitarbeiter	7	10	6	10	5	
- allgemeine Anpassungen/Änderungen	4	6	3	5	4	
- ist noch in der Entwicklung	3	1	4	1	4	
- keine Änderungen geplant	37	45	29	43	32	

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

\*\*\*) Prozentstumme größer 100, da Mehrfachnennung möglich

Abschließend sollten die befragten Unternehmen vor dem Hintergrund der Corona-Krise den zukünftigen Einsatz von Distance-Learning-Methoden bewerten.

Eine große Mehrheit (71 %) glaubt, dass Distance-Learning-Methoden in ihrem Unternehmen künftig häufiger eingesetzt werden als bisher. Ein Viertel (25 %) meint, dass solche Lernmethoden künftig ähnlich häufig wie heute genutzt werden.

Fast kein Unternehmen (3 %) denkt, dass Distance-Learning-Methoden im Unternehmen künftig seltener als bisher eingesetzt werden.

Umsatzstärkere Unternehmen planen überdurchschnittlich häufig Distance-Learning-Methoden künftig öfter als bisher einzusetzen.

▪ Künftiger Einsatz von Distance-Learning-Methoden \*)

	Vor dem Hintergrund der Corona-Krise werden Distance-Learning-Methoden im Unternehmen künftig eingesetzt:		
	häufiger als bisher	ähnlich häufig wie heute	seltener **) als bisher
	%	%	%
insgesamt	71	25	3
Umsatz:			
- unter € 50 Mio.	62	32	5
- € 50 Mio. und mehr	79	19	1
Mitarbeiterzahl:			
- unter 300	69	26	4
- 300 und mehr	73	24	2
Branche:			
- Industrie/Gewerbe	73	23	4
- Handel	68	32	0
- Dienstleistungen	70	25	2
Probleme bei der Personalgewinnung:			
- ja	73	24	2
- nein	65	28	5

\*) Basis: Unternehmen, die interne Schulungen und Fortbildung anbieten bzw. dazu verpflichten

\*\*) an 100 Prozent fehlende Werte = „weiß nicht/keine Angabe“