

## 94 Prozent der Unternehmen wollen „lebensbegleitendes Lernen“ – doch der Rückstand ist noch groß

Hannover, den 13.11.2018. **Berufliche Weiterbildung ist für eine sich rasant weiterentwickelnde Industrie- und Informationsgesellschaft essenziell – und sollte ganz oben auf der Agenda stehen. In den Unternehmen klaffen jedoch Anspruch und Wirklichkeit weit auseinander. Dies ist das Ergebnis einer Befragung unter 205 Unternehmern und Personalverantwortlichen, die das Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) vom 25. April bis 10. September durchgeführt hat.**

So sind 94 Prozent der Befragten der Ansicht, dass es in jedem Unternehmen eine „ausgeprägte Lernkultur“ geben sollte. Vier von fünf Unternehmensverantwortlichen sind zudem überzeugt, dass kontinuierliche betriebliche Weiterbildung die Wettbewerbsfähigkeit erhöht und ein wirksames Instrument zur Mitarbeiterbindung darstellt. Jedoch hapert es an der Umsetzung: Denn 56 Prozent geben an, für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter noch nicht genug zu tun.

„Die Zahlen belegen, in welchem hohem Maße die Anstrengungen noch verstärkt werden müssen, um die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts zu sichern“, sagt Tobias Lohmann, Sprecher der Geschäftsführung des Bildungswerks der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW). „Auch im digitalen Zeitalter bleibt der Mensch mit seinen Kompetenzen der relevante Wirtschaftsfaktor. Der Weiterentwicklung der Mitarbeiter kommt in Zukunft sogar eine noch bedeutendere Rolle zu. Gefragt ist eine neue Lernkultur, bei der Lernen und Arbeiten selbstverständlich ineinandergreifen.“

Dr. Volker Müller, Hauptgeschäftsführer der Unternehmensverbände Niedersachsen e.V. (UVN) ergänzt: „Unternehmen wissen sehr genau, dass sie den Herausforderungen des digitalen Wandels deutlich besser begegnen können, wenn sie ihre Mitarbeiter weiterentwickeln. Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, investieren sie umfassend in die Fortbildung ihrer Mitarbeiter. Dabei dürfen sie nicht alleingelassen werden: Politik muss auch die Unternehmen bei der Weiterbildung unterstützen.“

### **Staat soll sich an den Kosten beteiligen**

Um Anspruch und Wirklichkeit in Einklang zu bringen, sehen die befragten Unternehmer und Personalverantwortlichen staatlich unterstützte Fortbildungsfreistellungen als wichtige Option an (51 Prozent). Mehr „Training on the Job“, zum Beispiel Teilqualifizierung, Webinare, Förderkreise und Hospitationen, führe ebenfalls zum Ziel (47 Prozent). 33 Prozent setzen zudem auf externe Beratung, 32 Prozent auf den Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen. Eine strategische Weiterbildungsplanung erachten hingegen nur 23 Prozent für notwendig.

Aktuell investieren 59 Prozent der Unternehmen im Durchschnitt maximal 1.000 Euro je Mitarbeiter und Jahr in die betriebliche Weiterbildung. Lehrgänge bei externen Bildungsanbietern sind dabei die

häufigste Form (57 Prozent), gefolgt von Inhouse-Seminaren und -Workshops sowie „Training on the Job“ (Einarbeitung und Training) mit 52 beziehungsweise 51 Prozent.

Den höchsten Weiterbildungsbedarf sehen die Befragten bei berufsspezifischen Fachkompetenzen (63 Prozent) sowie bei Digitalisierungsprozessen und neuen Technologien (60 Prozent). Weit abgeschlagen ist das Interesse an Fremdsprachen und an interkulturellen Kompetenzen (17 beziehungsweise 20 Prozent).

Bei externen Bildungspartnern kommt es den Befragten neben einer kompetenten Beratung insbesondere auf die Praxisnähe sowie auf die Qualität an (jeweils 83 Prozent). Diese Komponenten sollten in einem ausgewogenen Preis-Leistungsverhältnis (76 Prozent) stehen.

## **Neue Lernkultur ist schon im Entstehen**

Um Mitarbeiter zur Weiterbildung zu motivieren, beteiligen sich 49 Prozent der Unternehmen an den Kosten für Kurse, Fahrten, Prüfungen und Lernmittel. Viele stellen außerdem bezahlt von der Arbeit frei (42 Prozent) oder erlauben das Lernen während der Arbeitszeit, wenn die Arbeitsauslastung dies zulässt (40 Prozent).

Doch auch die Mitarbeiter sind gefragt, betont Tobias Lohmann: „Weiterbildung im Sinne eines lebensbegleitenden Lernens ist ein stetiger strategischer Prozess. Hier kommt es insbesondere auf die Eigenverantwortung und -initiative jedes Einzelnen an, sich stärker als bisher in die eigene Weiterbildung einzubringen.“

### **Pressekontakt:**

Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft  
gemeinnützige GmbH  
Höfestr. 19-21  
30163 Hannover

Julia Theiler  
Referentin Marketing und Unternehmenskommunikation  
Tel.: 0511 96167-15  
E-Mail: [julia.theiler@bnw.de](mailto:julia.theiler@bnw.de)  
[www.bnw.de](http://www.bnw.de)

### **Über das BNW:**

Das Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) ist ein Bildungsunternehmen, das Wirtschaft versteht und mit seinen zukunftsorientierten Lernlösungen einen wichtigen Beitrag für die Standortsicherung Niedersachsens leistet. Seit fast 50 Jahren ist das BNW der Partner für Lern- und Entwicklungsprozesse. Jedes Jahr begleiten wir über 52.000 Menschen dabei, ihre beruflichen Chancen zu erkennen und ihre Fähigkeiten weiter zu entwickeln. Mit seinen 1.200 Mitarbeitern an 56 Standorten steht das BNW für Verlässlichkeit und agiert ebenso vorausschauend wie schnell und flexibel.