

Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

Was kann Weiterbildung leisten? Was soll Weiterbildung in Zukunft bringen? Welche Bedeutung hat die Weiterbildung in Familienunternehmen, Klein- und mittelständischen Unternehmen? Im April 2005 hat die Initiative Industriekultur dazu eine Umfrage bei über 1.000 Unternehmen durchgeführt.

Über 10 Prozent der Befragten (118 Unternehmen) haben geantwortet. Die starke Resonanz zeigt, wie wichtig und aktuell das Thema *Weiterbildung* ist.

I. Weiterbildung in Ihrem Unternehmen

1. Bieten Sie Ihren Mitarbeitern Weiterbildungsmaßnahmen an?

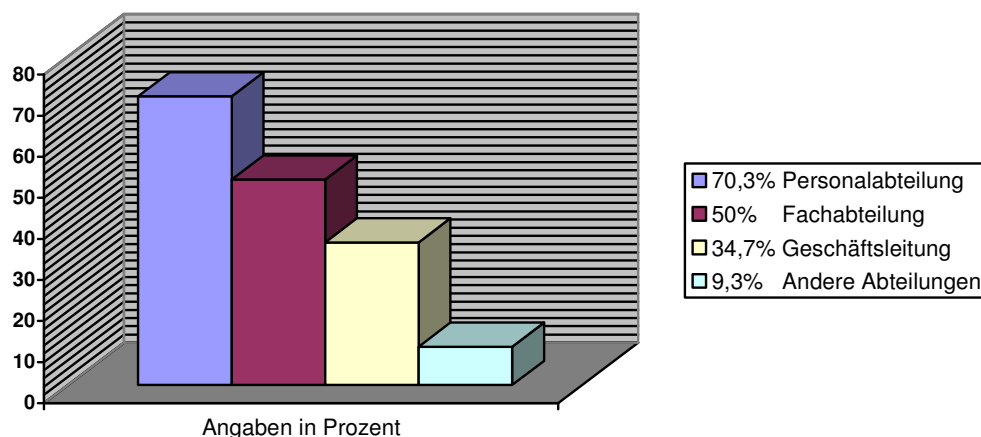
2. Warum bieten Sie Ihren Mitarbeitern keine Weiterbildungsmaßnahmen an?

Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen führt Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeiter durch (99 Prozent). Ein Prozent der befragten Unternehmen bietet ihren Mitarbeitern zum einen aus zeitlichen Gründen und zum anderen aus Mangel an geeigneten Angeboten keine Weiterbildung an.

3. Wer ist in Ihrem Unternehmen für die Weiterbildungsmaßnahmen verantwortlich?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Es zeigt sich, dass beim Großteil der befragten Unternehmen (70 Prozent) die Personalabteilung für die Weiterbildung verantwortlich ist. 50 Prozent übertragen auch der Fachabteilung die Verantwortung. Bei 34,7 Prozent der befragten Unternehmen ist die Geschäftsleitung für die Weiterbildung verantwortlich. 9,3 Prozent übertragen die Verantwortung anderen Abteilungen wie z.B. der Personalentwicklung oder dem Qualitätsmanagement.



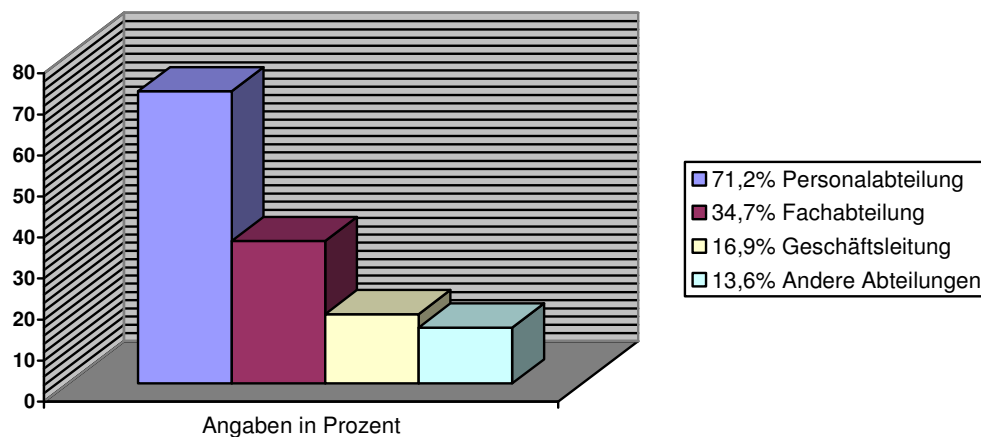
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

4. Wer organisiert in Ihrem Unternehmen die Weiterbildungsmaßnahmen?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

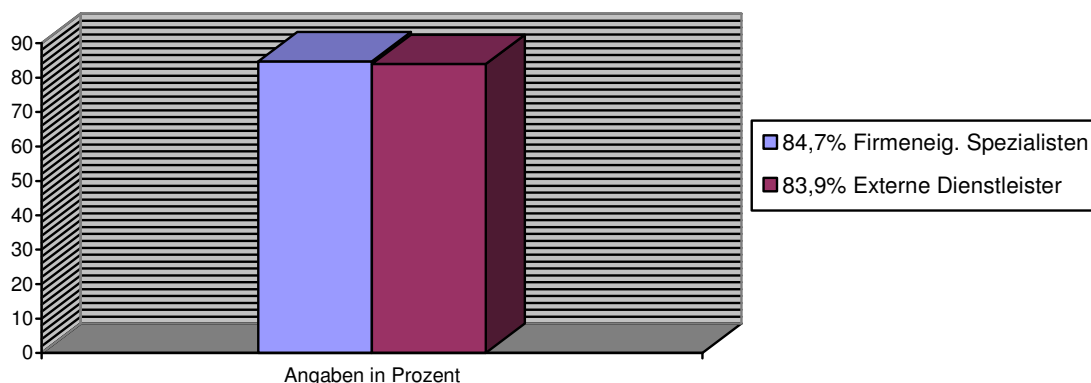
Das Ergebnis ergibt ein ähnliches Bild wie bei Frage 3. Bei über 70 Prozent der befragten Unternehmen wird die Weiterbildung von der jeweiligen Personalabteilung organisiert. Bei knapp 35 Prozent organisiert die Fachabteilung Weiterbildungsmaßnahmen. 16,9 Prozent der befragten Unternehmen lassen Weiterbildungsmaßnahmen auch von der Geschäftsleitung organisieren. Bei 13,6 Prozent werden diese auch von anderen Abteilungen organisiert wie z.B. Personalentwicklung oder Qualitätsmanagement.



5a. Wer führt bei Ihnen die Weiterbildung durch? (Intern)

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Bei der internen Weiterbildung werden gleichermaßen interne Spezialisten aus dem Unternehmen und externe Dienstleister genutzt. Knapp 85 Prozent der befragten Unternehmen lassen ihre Weiterbildung durch firmeneigene Spezialisten durchführen. 83,9 Prozent der Unternehmen übertragen die Verantwortung externen Dienstleistern.

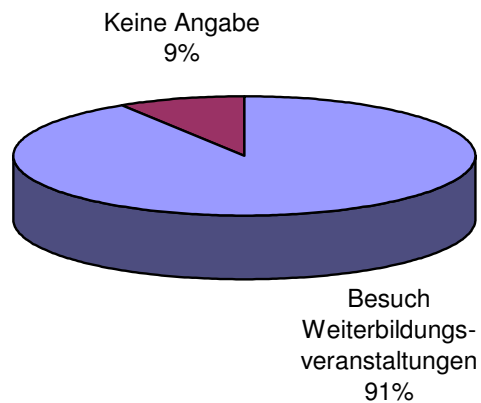


Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

5b. Wer führt bei Ihnen die Weiterbildung durch? (Extern)

Bei über 90 Prozent der befragten Unternehmen werden Anbieter von Weiterbildungsveranstaltungen genutzt.



6. Halten Sie Bildungsoutsourcing (Planung und Durchführung aller Weiterbildungsmaßnahmen durch externe Dienstleister) für sinnvoll?

91 Prozent der befragten Unternehmen lehnt Bildungsoutsourcing ab. Damit hält die überwiegende Mehrheit die vollständige Ausgliederung der Weiterbildungsmaßnahmen nicht für sinnvoll.

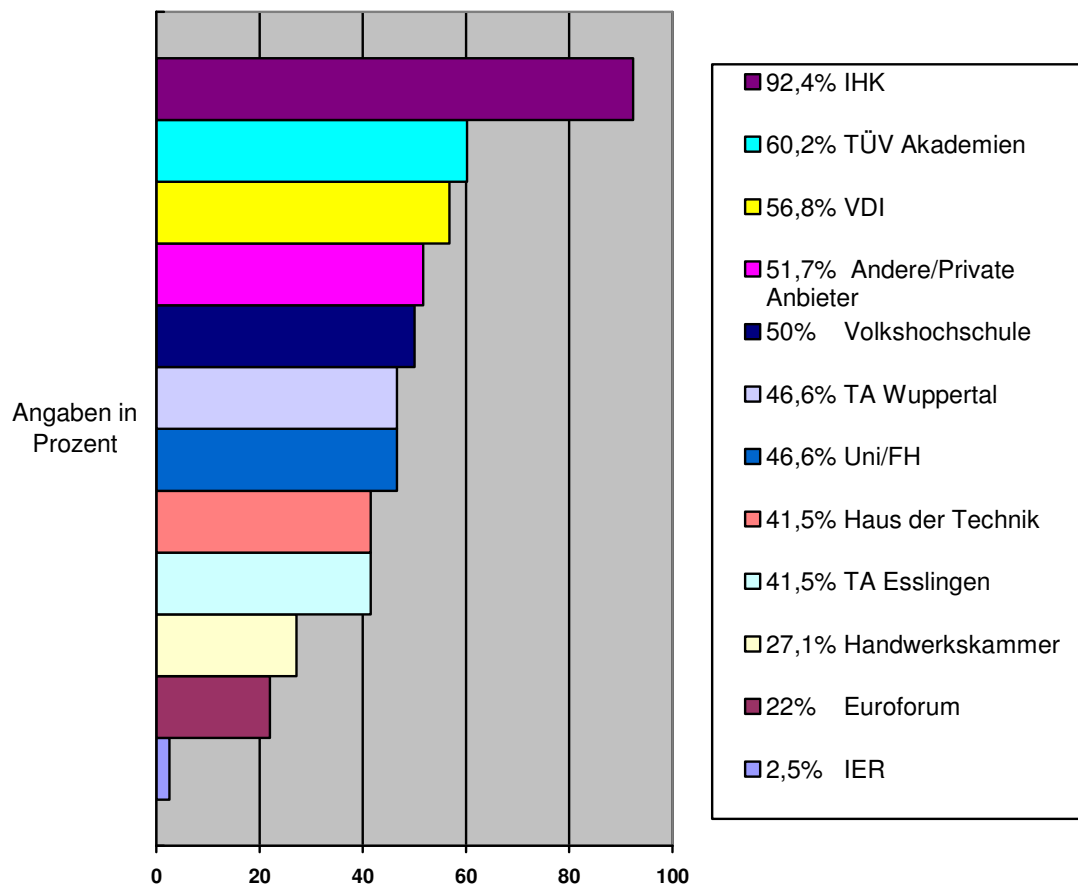
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

7. Mit welchen Anbietern hat Ihr Unternehmen bereits Veranstaltungen durchgeführt?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Die befragten Unternehmen führen Weiterbildungsveranstaltungen mit vielen verschiedenen Anbietern durch. Fast 93 Prozent arbeiten mit der Industrie- und Handelskammer (IHK) zusammen. Weiterhin kooperieren die Unternehmen häufig mit TÜV Akademien (60,2 Prozent), dem VDI- Verband Deutscher Ingenieure (58,8 Prozent) und mit Volkshochschulen (50 Prozent). Auch mit technischen Akademien wie in Wuppertal (46,6 Prozent), Esslingen (41,5 Prozent) und dem Haus der Technik (41,5 Prozent) werden häufig Veranstaltungen durchgeführt. Über 50 Prozent der befragten Unternehmen arbeiten auch mit privaten Anbietern wie z.B. aus dem Software-Bereich zusammen.



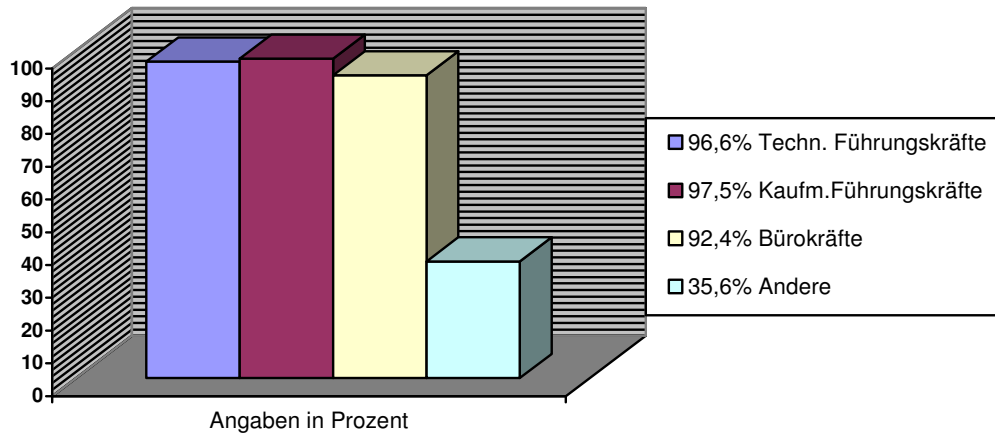
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

8. Welche Mitarbeiter nehmen an den Weiterbildungsmaßnahmen teil?

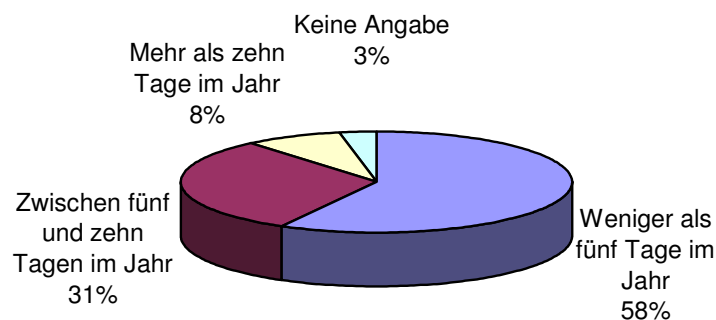
Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Nahezu alle technischen und kaufmännischen Führungskräfte nehmen an Weiterbildungsmaßnahmen der befragten Unternehmen teil (96,6 bzw. 97,5 Prozent). Dies gilt auch für den Großteil der Bürokräfte und technischen Angestellten. Bei über 35 Prozent werden auch andere Kräfte in Weiterbildungsmaßnahmen einbezogen, wie z.B. gewerbliche Mitarbeiter.



9. Wie viele Tage Weiterbildung wenden Sie für Ihre Mitarbeiter auf?

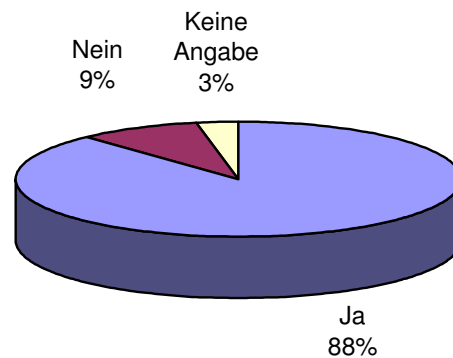
Über die Hälfte der befragten Unternehmen (58 Prozent) wendet weniger als fünf Tage im Jahr für Weiterbildung auf. Zwischen fünf und zehn Tagen wenden 31 Prozent auf. Nur acht Prozent der jeweiligen Unternehmen veranschlagen mehr als zehn Tage für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter.



II. Investitionen in Weiterbildung

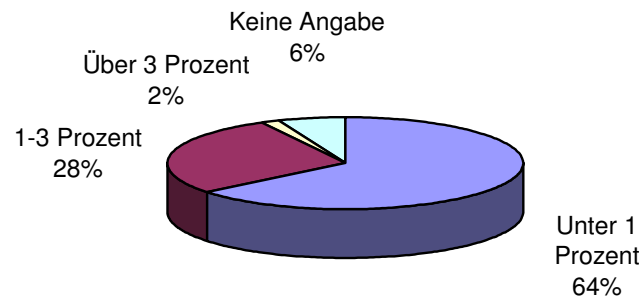
10. Unterstützen Sie die finanzielle Eigeninitiative von Mitarbeitern in der beruflichen Weiterbildung?

Die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen unterstützt die finanzielle Eigeninitiative ihrer Mitarbeiter (88 Prozent). Nur neun Prozent der Unternehmen beteiligen sich finanziell dabei nicht.



11. Wie viel Prozent Ihres Gesamtumsatzes verwenden Sie durchschnittlich für Weiterbildung im Jahr?

Die Mehrheit der befragten Unternehmen wendet unter einem Prozent ihres Umsatzes für Weiterbildung auf (64 Prozent). Über ein Viertel wendet 1-3 Prozent auf.

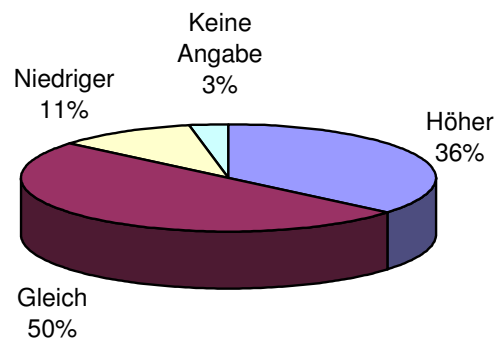


Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

12. Wie hoch ist Ihr Weiterbildungsbudget für 2005 im Vergleich zu 2004?

Bei der Hälfte der befragten Unternehmen hat sich die Höhe des Budgets im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert. 36 Prozent haben ihr Budget gegenüber 2004 erhöht. Nur elf Prozent haben ihr Budget gegenüber dem Vorjahr verringert.

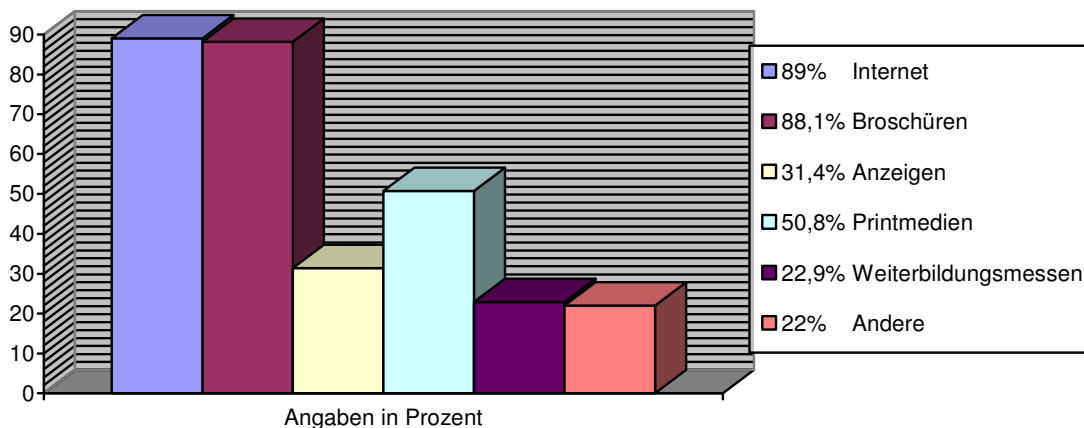


III. Informationsmaterial zur Weiterbildung

13. Wie informieren Sie sich über Weiterbildungsangebote?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen informiert sich via Internet und Broschüren (89 bzw. 88,1 Prozent) über Weiterbildungsmaßnahmen. Über 50 Prozent benutzen Printmedien zur Information. Anzeigen und Weiterbildungsmessen werden von 31,4 bzw. 22,9 Prozent der Befragten herangezogen. 22 Prozent nutzen alternative Informationsquellen wie z.B. Newsletter, Kataloge sowie auch persönliche Kontakte.



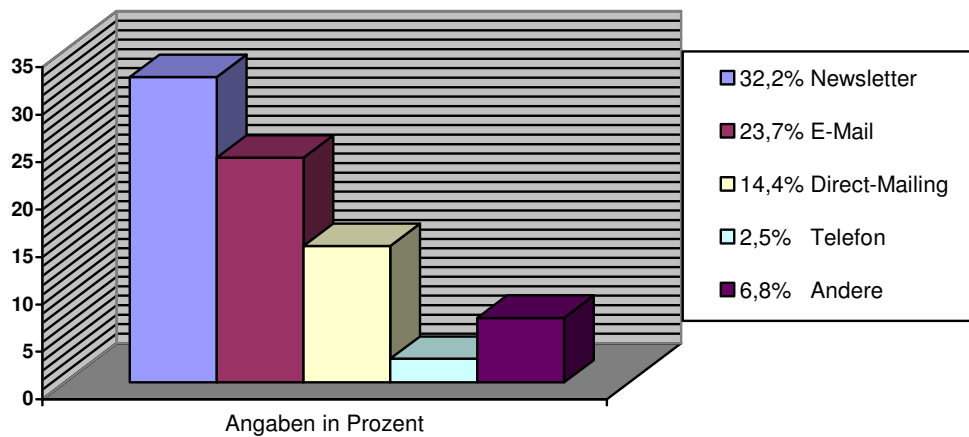
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

14. Wie würden Sie gerne über Weiterbildungsmaßnahmen zusätzlich informiert werden?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Am häufigsten wünschen sich die befragten Unternehmen zusätzliche Informationen durch Newsletter und E-Mail (32,2 bzw. 23,7 Prozent). Über 14 Prozent wünschen sich weitere Informationen durch Direct-Mailing. Nur 2,5 Prozent wollen telefonisch über Neuigkeiten in der Weiterbildung erfahren. 6,8 Prozent der Befragten würden gerne noch mehr durch persönliche Kontakte, Internetportale bzw. -foren sowie Jahreskataloge erfahren.



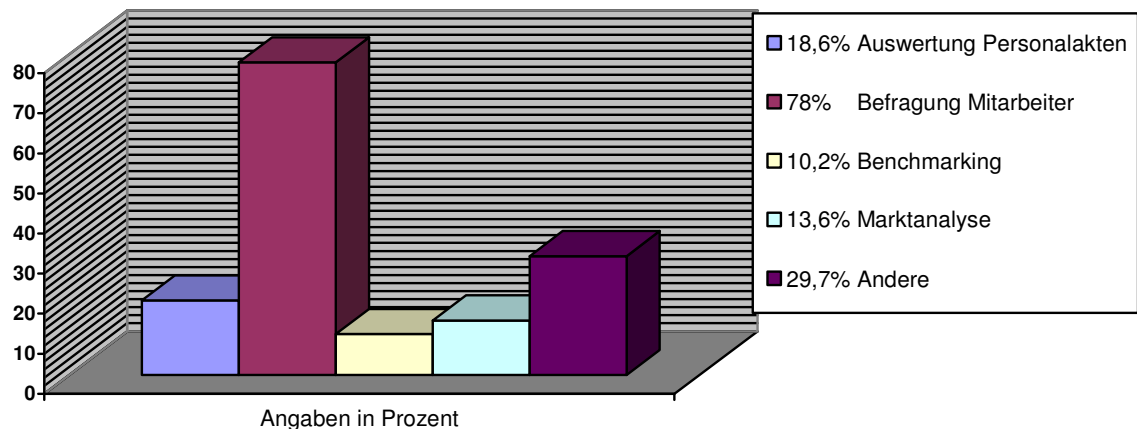
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

15. Wie ermitteln Sie den Weiterbildungsbedarf?

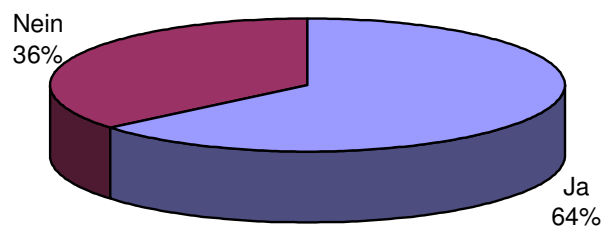
Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Intern ermitteln die befragten Unternehmen den Bedarf an Weiterbildung überwiegend durch Mitarbeiterbefragungen (78 Prozent). 18,6 Prozent werten für die Bedarfsermittlung Personalakten aus. Hinsichtlich der externen Bedarfsermittlung analysieren 13,6 Prozent der Befragten den Markt und über 10 Prozent verwenden Benchmarking als Methode, um den Weiterbildungsbedarf festzustellen. Knapp 30 Prozent verwenden alternative Methoden. Dazu gehören Gespräche mit leitenden Angestellten im Rahmen der Qualitätssicherung oder Personalentwicklung sowie Vergleiche zwischen Stellenprofilen und den Qualifikationen der entsprechenden Mitarbeiter.



16. Gibt es eine längerfristige Weiterbildungsplanung?

64 Prozent der befragten Unternehmen verfolgen eine längerfristige Strategie hinsichtlich ihrer Weiterbildungsplanung.



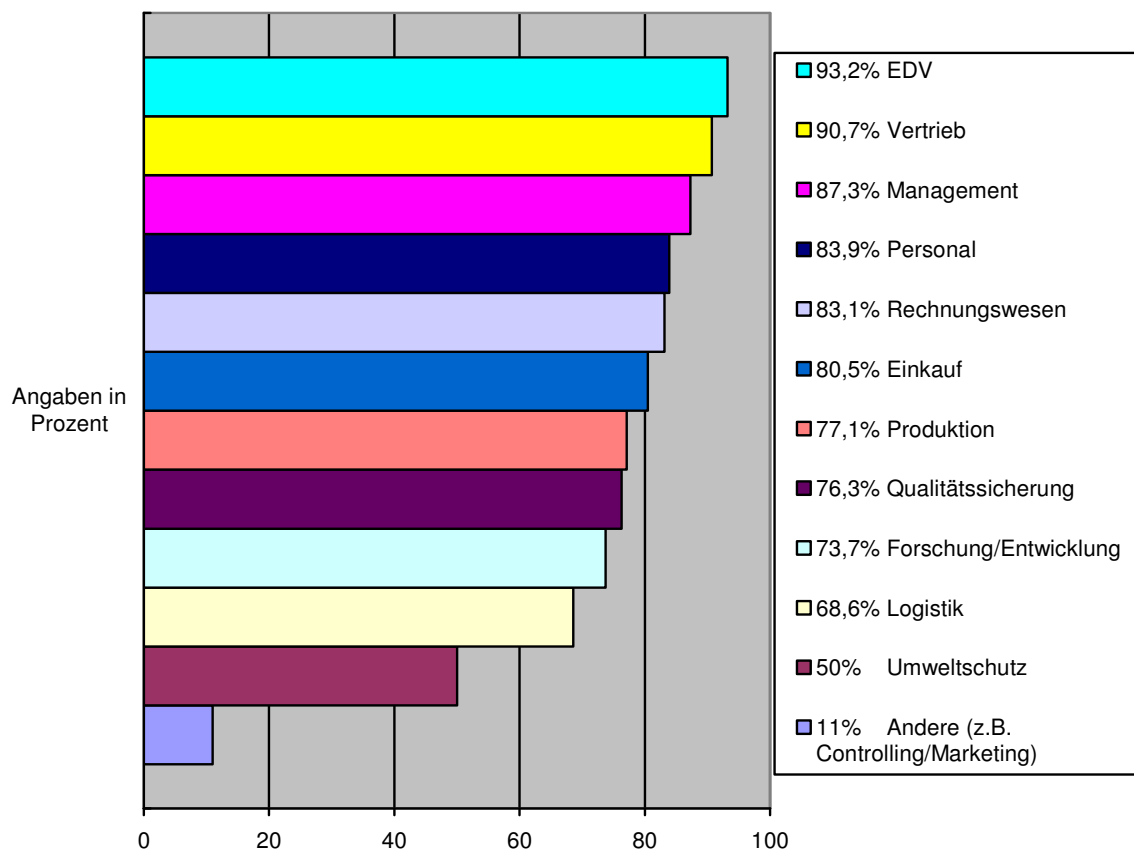
IV. Angebote und Nutzung von Weiterbildung

17. Welche Ihrer Abteilungen nehmen berufliche Weiterbildung in Anspruch?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Bei den befragten Unternehmen werden Weiterbildungsangebote in den verschiedensten Abteilungen genutzt. Dabei werden diese Maßnahmen am häufigsten durch EDV (93,2 Prozent), Vertrieb (90,7 Prozent) und Management (87,7 Prozent) in Anspruch genommen.

Auch andere Abteilungen, wie Rechnungswesen, Logistik und Einkauf, nehmen häufig an Weiterbildungsveranstaltungen teil.

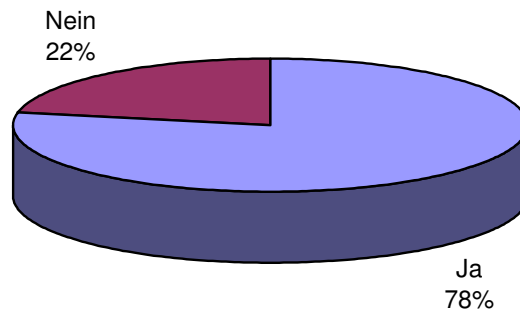


18. Welche Angebote wären für Sie noch interessant bzw. welche vermissen Sie auf dem Markt?

94 Prozent der befragten Unternehmen vermissen nichts auf dem Weiterbildungssektor. 6 Prozent wären für zusätzliche Angebote aus den Bereichen Beschaffung/Einkauf, Gewerbe oder technische Trainings dankbar.

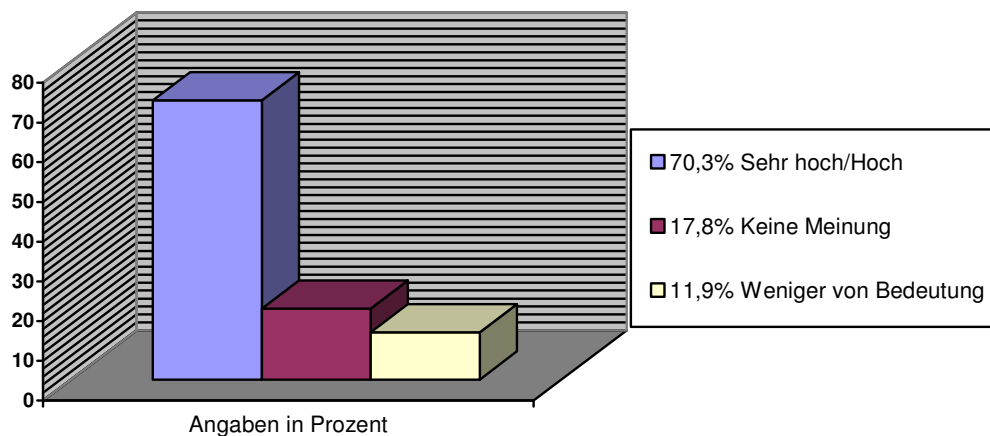
19. Hat sich Ihr Unternehmen über berufsbegleitende Studiengänge informiert?

Insgesamt haben sich 78 Prozent der befragten Unternehmen über berufsbegleitende Studiengänge informiert.



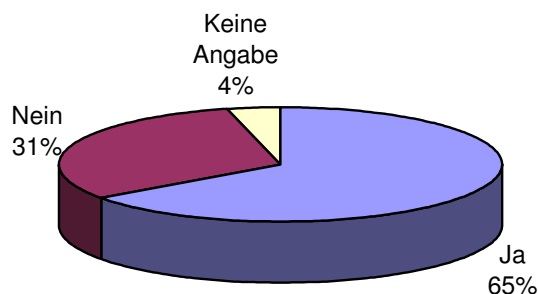
20. Wie hoch schätzen Sie die Bedeutung der berufsbegleitenden Studiengänge für die Zukunft ein?

Die zukünftige Bedeutung berufsbegleitender Studiengänge wird von über 70 Prozent der Befragten hervorgehoben. 52,5 Prozent der Befragten schätzen die Bedeutung hoch, 17,8 Prozent als sehr hoch ein. Für 11 Prozent sind berufsbegleitende Studiengänge zukünftig von geringer Bedeutung.



21. Beteiligen Sie sich finanziell an den berufsbegleitenden Studiengängen für Führungskräfte?

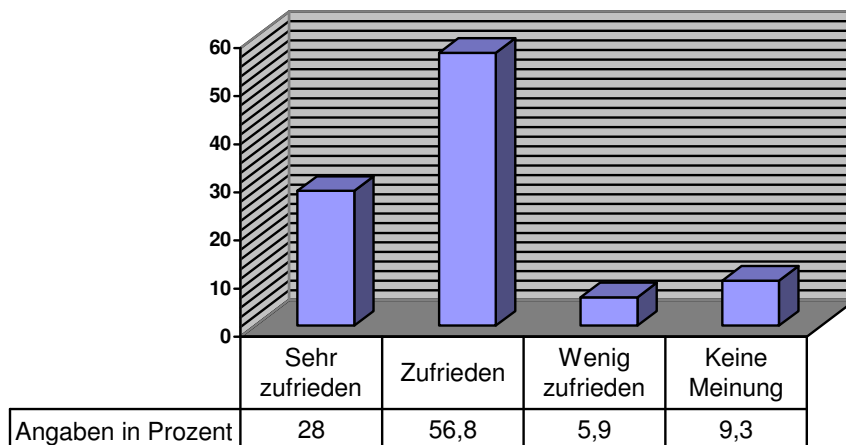
Bei knapp zwei Dritteln der befragten Unternehmen erhalten die Führungskräfte finanzielle Unterstützung bei berufsbegleitenden Studiengängen. 31 Prozent verneinten die Frage nach finanzieller Unterstützung.



V. Trends und Ergebnisse von Weiterbildung

22a. Wie zufrieden sind Sie mit der internen Organisation der Weiterbildungsmaßnahmen?

Insgesamt sind 84 Prozent der befragten Unternehmen mit der internen Organisation der Weiterbildungsmaßnahmen zufrieden. 28 Prozent der Befragten sind sehr zufrieden. Fünf Prozent finden die interne Organisation nicht zufrieden stellend.

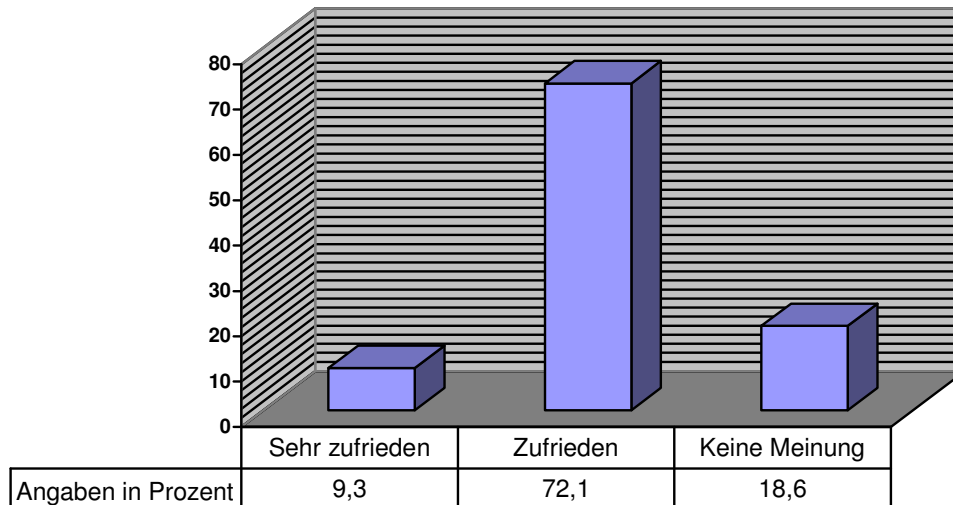


Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

22b. Wie zufrieden sind Sie mit der externen Organisation der Weiterbildungsmaßnahmen?

Ähnlich äußern sich die befragten Unternehmen zu der externen Organisation der Weiterbildungsmaßnahmen. Über 81 Prozent sind mit der externen Organisation zufrieden, davon sind 9,3 Prozent sehr zufrieden. Die restlichen 18,6 Prozent hatten zu diesem Thema keine Meinung.



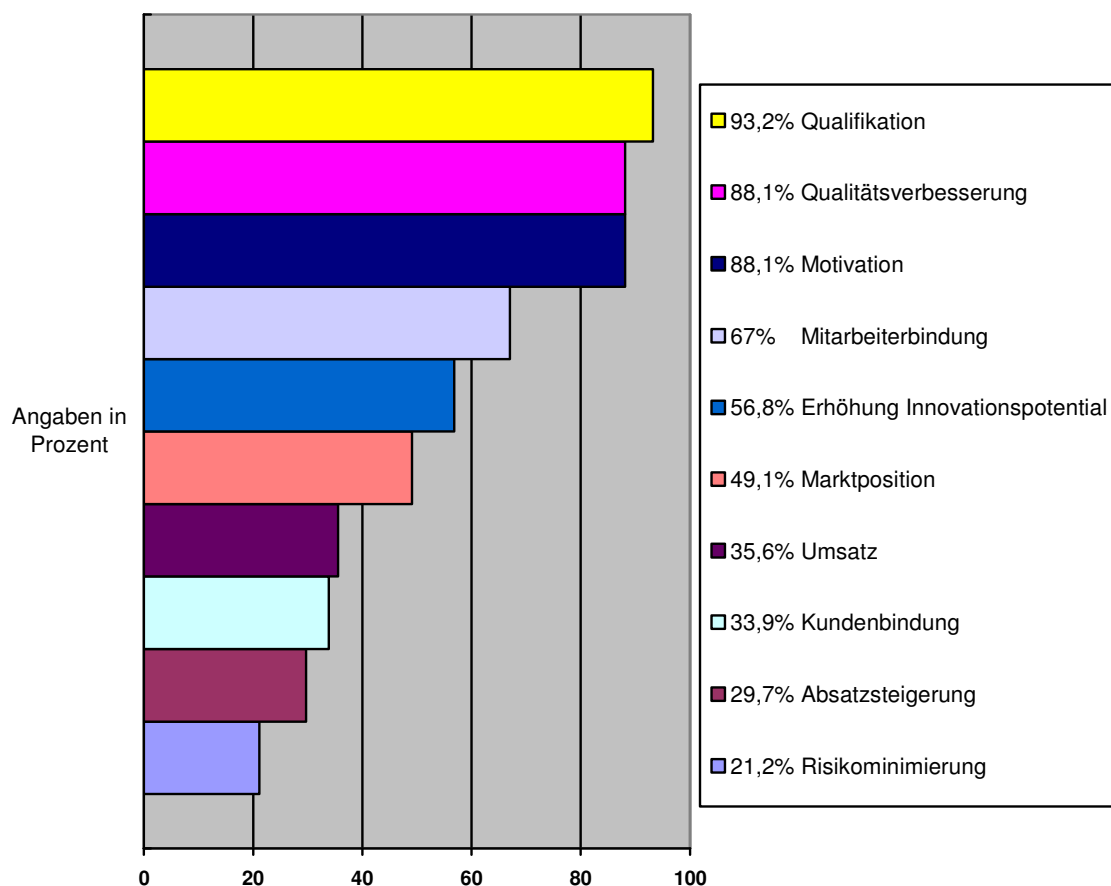
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

23. Welche Vorteile sehen Sie in der Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Hinsichtlich der Vorteile von Weiterbildung geben die befragten Unternehmen in erster Linie die Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter (93,2 bzw. 88,1 Prozent) sowie Qualitätsverbesserung im Unternehmen an (88,1 Prozent). Auch die Mitarbeiterbindung spielt für die Unternehmen eine große Rolle (67 Prozent). Für fast 50 Prozent sind zudem die Erhöhung des Innovationspotentials (56,8 Prozent) und eine bessere Marktposition wichtig (49,1 Prozent). Als etwas weniger bedeutsam betrachtet man Umsatz- bzw. Absatzsteigerung, Kundenbindung sowie die unternehmerische Risikominimierung.



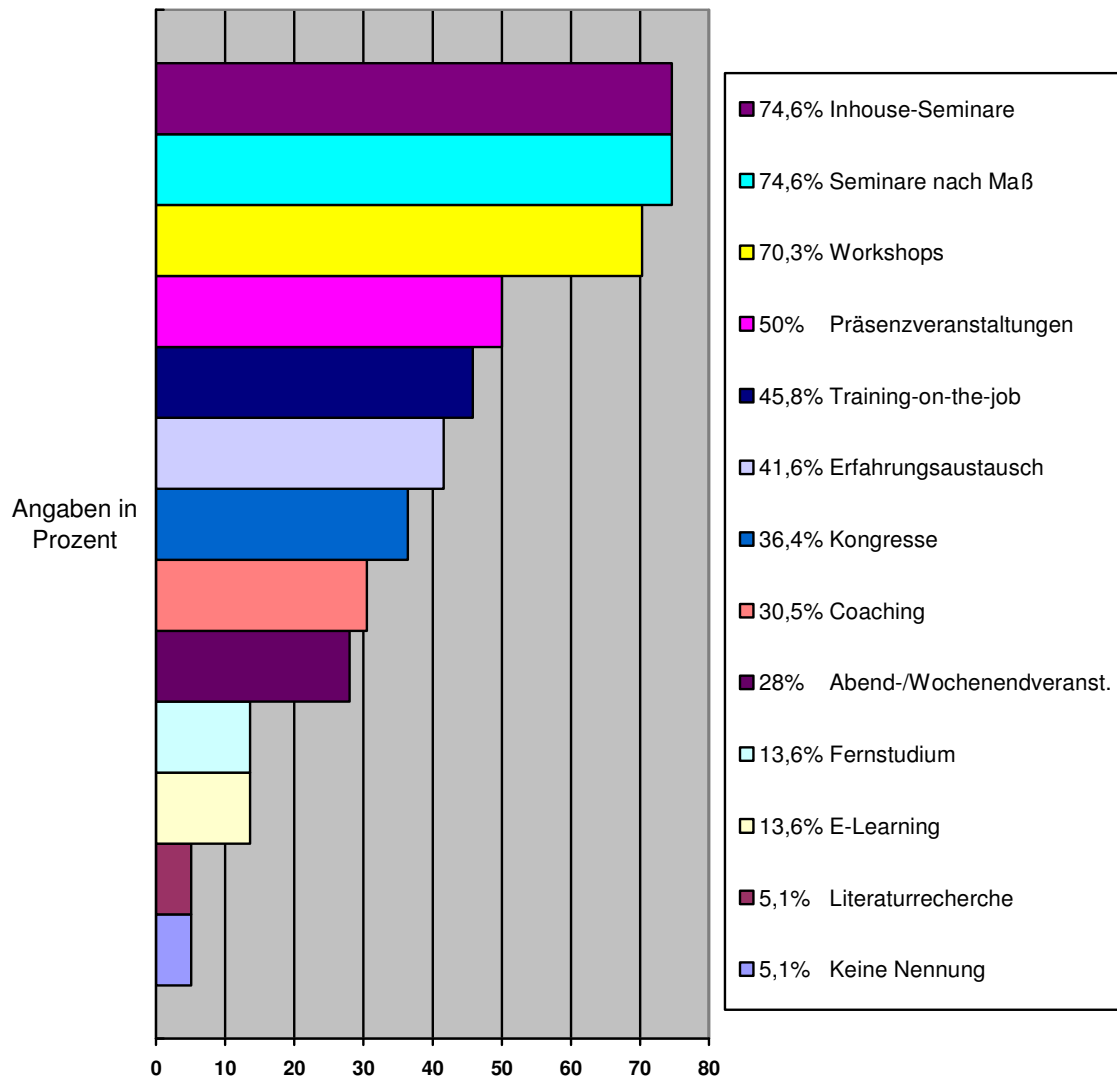
Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

24. Welche Art/Methode bevorzugen Sie in der Weiterbildung?

Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Hinsichtlich der Methode von Weiterbildungsveranstaltungen bevorzugen die meisten der befragten Unternehmen in erster Linie Inhouse-Seminare (74,6 Prozent), Seminare nach Maß (74,6 Prozent) oder Workshops (70,3 Prozent). Weiterhin beliebt sind außerdem Präsenzveranstaltungen (50 Prozent) und Training-on-the-job (45,8 Prozent).

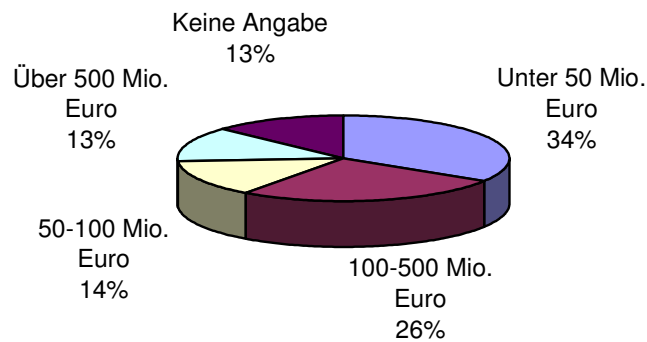


Initiative Industriekultur

Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

25. Umsatz der befragten Unternehmen

Insgesamt spiegeln die befragten Unternehmen das gesamte Spektrum klein- und mittelständischer Unternehmen wider. Ein Drittel verzeichnet einen Umsatz von weniger als 50 Mio. Euro. Ein Viertel der befragten Unternehmen setzt 100-500 Mio. Euro im Jahr um. Jeweils ein Achtel der Befragten erzielen einen Umsatz zwischen 50-100 Mio. Euro bzw. über 500 Mio. Euro.



26. Mitarbeiterzahl

Jeweils knapp ein Viertel der befragten Unternehmen beschäftigt über 1000 Mitarbeiter (28 Prozent), 200-500 Mitarbeiter (26 Prozent) sowie 50 bis 200 Personen (24 Prozent). Nur vier Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen weniger als 50 Mitarbeiter.

