Bitkom e.V. |

Weiterbildung zu Digitalthemen boomt

- 63 Prozent der Unternehmen bieten Fortbildungen zu Digitalkompetenzen an
- Aber: Zu wenig Zeit und finanzielle Mittel für regelmäßige Schulungen
- Strategische Verankerung und stärkere politische Förderung notwendig
- Gemeinsame Studie von TÜV-Verband und Bitkom zur beruflichen Weiterbildung

Berlin, 19. November 2018 - Fast zwei Drittel aller Unternehmen (63 Prozent) bilden ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Digitalthemen weiter. Das hat eine gemeinsame Studie des TÜV-Verbands und des Digitalverbands Bitkom ergeben, für die 504 Unternehmen ab 10 Mitarbeitern in Deutschland befragt wurden. Zum Vergleich: Vor zwei Jahren haben erst 36 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern Fortbildungen angeboten, damit sie digitale Kompetenzen erwerben und vertiefen können. „Den digitalen Wandel in den Unternehmen müssen auch die Beschäftigen gestalten“, sagte Dr. Michael Fübi, Präsident des TÜV-Verbands (VdTÜV), bei Vorstellung der Studienergebnisse in Berlin. „Die Mitarbeiter brauchen die richtigen Kompetenzen, um die digitale Transformation voranzutreiben. Eine moderne Weiterbildungskultur ist dafür der Schlüssel.“ Vier von fünf Befragten (78 Prozent) sind der Meinung, dass digitale Kompetenzen genauso wichtig werden wie fachliche oder soziale Kompetenzen. Weitere 18 Prozent halten digitale Kompetenzen in Zukunft sogar für die wichtigste Fähigkeit von Arbeitnehmern. „Digitale Weiterbildung boomt. Eine gute Qualifikation und die Bereitschaft zu einer stetigen Weiterqualifizierung sichern langfristig Chancen auf dem Arbeitsmarkt und ermöglichen Teilhabe in der digitalen Welt“, sagte Bitkom-Präsident Achim Berg. „Weiterbildung und lebenslanges Lernen müssen deshalb raus aus dem Podiumssprech und rein in die unternehmerische Praxis. Digitalkompetenz gehört dabei in den Mittelpunkt.“

Nahezu alle Befragten sind sich einig, dass lebenslanges Lernen im Zusammenhang mit der Digitalisierung immer wichtiger wird (99 Prozent). Schule, Ausbildung und Studium reichen heute nicht mehr für das gesamte Berufsleben aus und müssen durch regelmäßige Fortbildungen im Arbeitsalltag ergänzt werden. Dieser Aussage stimmen 95 Prozent der Unternehmen zu. Die betriebliche Realität sieht laut den Ergebnissen der Studie in der Regel allerdings anders aus. Im Schnitt können Beschäftigte jährlich nur 2,3 Arbeitstage für Weiterbildungen aller Art nutzen. Dafür stehen jedem Mitarbeiter durchschnittlich 709 Euro zur Verfügung. Zum Vergleich: Ein Seminartag bei einem externen Anbieter kostet durchschnittlich etwa 450 bis 500 Euro. „Die Weiterbildungsbudgets sind in vielen Unternehmen knapp bemessen“, sagte Fübi. Besonders problematisch sei, dass jedes fünfte Unternehmen gar nicht weiterbildet (21 Prozent).

Mit einem Anteil von 57 Prozent hat die Mehrheit der Unternehmen keine Strategie für die Vermittlung digitaler Kompetenzen. Zu den Digitalkompetenzen zählen die individuellen Kompetenzen der Beschäftigten im Umgang mit digitalen Geräten wie Computern, Smartphones oder Tablets und bei der Nutzung digitaler Anwendungen wie Software oder Apps, aber auch Grundkenntnisse im Programmieren. „Für die Weiterbildung zu Digitalthemen ist ein strategischer Ansatz sinnvoll und notwendig“, betonte Fübi. „Die Weiterbildungsstrategie sollte sich aus einer zentralen Digitalstrategie ableiten. Nur dann können Schulungen Mitarbeiter gezielt fördern und gleichzeitig auf die übergeordneten Ziele des Unternehmens einzahlen.“ Daneben sei es notwendig, digitale Kompetenzen zeitgemäß zu vermitteln. Fübi: „Berufliches Lernen muss Spaß machen und sich wie selbstverständlich in den beruflichen Alltag einfügen.“

Ein geeignetes Mittel dafür sind digitale Lernmethoden. Zwar sind acht von zehn Unternehmen (79 Prozent) gegenüber E-Learning aufgeschlossen. Allerdings nutzt nur jedes dritte Unternehmen (32 Prozent) auch digitale Lernangebote. „Auch wenn digitale Lernformaten in vielen Unternehmen bereits bekannt sind, stehen wir bei der digitalen Transformation der Weiterbildung erst am Anfang. Noch immer ist die Weiterbildung in Deutschland vor allem durch konventionelle Präsenzformate geprägt“, sagte Berg. Dabei seien digitale Angebote viel leichter in den Arbeitsalltag zu integrieren und steigerten zudem Motivation und Lernerfolg. Berg: „Nie war es für Mitarbeiter einfacher,

unabhängig von Zeit und Ort zu lernen – direkt am Arbeitsplatz, auf Bahnfahrten, im Wartezimmer oder in der Mittagspause. Zudem können die Inhalte besser und zielgerichteter vermittelt werden. Neue Technologien wie das sogenannte adaptive Learning passen das Lernangebot genau an den individuellen Wissensstand und Lernfortschritt des Nutzers an.“

Aus Sicht von Bitkom und TÜV-Verband sollten Unternehmen eine Weiterbildungskultur etablieren, um berufliches Lernen lebenslang zu ermöglichen. Grundlage dafür sei eine Weiterbildungsstrategie rund um digitale Kompetenzen und die Bereitstellung ausreichender finanzieller Mittel. „Digitale Weiterbildung ist kein Nice-to-Have, sondern ein Muss“, sagte Berg. Neben stärkeren Anstrengungen der Wirtschaft könne die Politik die betriebliche Weiterbildung gezielt fördern. Vier von fünf Unternehmen fordern steuerliche Vergünstigungen für Weiterbildungsausgaben (81 Prozent). Zudem sollten Ausgaben für Schulungen auch für die Beschäftigten ohne Höchstgrenze steuerlich absetzbar sein (73 Prozent) und neue Modelle wie das so genannte Bildungssparen staatlich gefördert werden (59 Prozent). Bitkom und TÜV-Verband schlagen außerdem vor, in den Bundesländern Kompetenzzentren für digitale Weiterbildung und Arbeit 4.0 einzurichten. „Die Bildungszentren könnten als neutrale Anlaufstelle für interessierte Unternehmen und Arbeitnehmer dienen. Hier können zudem neue Bildungskonzepte entwickelt und in der Praxis erprobt werden“, sagte Berg. Berufliche Bildung sei eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. „Unternehmen profitieren von digital qualifizierten Mitarbeitern. Die Beschäftigten bekommen ihrerseits bessere Jobs und bleiben auch im fortgeschrittenen Alter attraktiv für den Arbeitsmarkt. Kluge Köpfe sind das wichtigste Kapital im digitalen Deutschland. Daran müssen wir gemeinsam arbeiten.“

Der heute veröffentlichte Studienbericht „Weiterbildung für die digitale Arbeitswelt“ mit allen Ergebnissen kann kostenfrei hier heruntergeladen werden:
https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Weiterbildung-fuer-die-digitale-Arbeitswelt.html

Methodik-Hinweis: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Umfrage von Bitkom Research im Auftrag des TÜV-Verbands und des Digitalverbands Bitkom unter 504 Unternehmen ab 10 Mitarbeitern in Deutschland. Befragt wurden Geschäftsführer und CEOs sowie Personalleiter und HR-Manager.

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Johanna Guttenberger
Manager Bildungspolitik & Digitale Gesellschaft
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Weiterbildung-zu-Digitalthemen-boomt***