

Pressekonferenz, 4. Dezember 2017, Berlin

Digitalisierung: Herausforderungen und Chancen für die Weiterbildung

IW-Weiterbildungserhebung 2017

Statement

Prof. Dr. Michael Hüther
Direktor
Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Es gilt das gesprochene Wort

1. Unternehmen stark engagiert

Betriebliche Weiterbildung hat in Deutschland weiterhin Hochkonjunktur. **2016 konnten sich in rund 85 Prozent aller Unternehmen die Mitarbeiter weiterbilden.** Fast immer (87 Prozent) findet dies während der bezahlten Arbeitszeit statt. **Insgesamt investierten die Unternehmen im Jahr 2016 hierfür 33,5 Milliarden Euro.**

Aufgrund methodischer Änderungen bei der Erfassung der indirekten Kosten und der Stunden sind die diesjährigen Ergebnisse nicht unmittelbar mit denen der Vorjahre vergleichbar. Betrachtet man nur die in vergleichbarer Form vorliegenden direkten Kosten, so ergibt sich im Vergleich zum Jahr 2013 ein Anstieg von 15,8 auf 17,6 Milliarden Euro. Dies entspricht einem nominalen Anstieg von gut 11 Prozent (Abbildung 1).

Dies sind die Ergebnisse der aktuellen IW-Weiterbildungserhebung. Sie findet alle drei Jahre statt und liegt nun zum neunten Mal vor. Dazu wurden zwischen März und Juli 2017 online 1.706 Unternehmen auf repräsentativer Basis zu ihren Weiterbildungsaktivitäten und den damit verbundenen Kosten befragt. In diesen Unternehmen waren Ende 2016 insgesamt rund 900.000 Beschäftigte inklusive Auszubildende oder knapp 3 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland angestellt.

Im Jahr 2016 hat sich jeder Mitarbeiter durchschnittlich **17,3 Stunden** weitergebildet. Der größte Teil entfiel dabei mit rund

11 Stunden auf organisierte Lehrveranstaltungen. Informelles Lernen umfasste gut sechs Stunden. Hierzu zählen der Besuch von Informationsveranstaltungen wie Vorträge, das Lernen im Prozess der Arbeit etwa durch Unterweisung von Kollegen oder Erfahrungsaustauschkreise sowie das selbstgesteuerte Lernen mit Medien, sei es die Lektüre von Fachliteratur oder die eigenständige Nutzung digitaler Lernangebote (Tabelle 1).

Desweiteren zeigt sich, dass die Unternehmen zunehmend einen **breiteren Methodenmix** in der betrieblichen Weiterbildung nutzen. Insbesondere die **Formen der informellen Weiterbildung haben an Bedeutung gewonnen** (Tabelle 2).

Treiber für die betriebliche Weiterbildung und insbesondere für den Anstieg des informellen Lernens ist vor allem die **Digitalisierung**. So geben zwei Drittel der befragten Unternehmen an, dass durch neue digitale Technologien der **Weiterbildungsbedarf** deutlich oder leicht steigt. Diese Einschätzung wird dadurch bestätigt, dass Unternehmen, die neue digitale Technologien einsetzen, häufiger weiterbildungsaktiv sind als nicht-digitalisierte Unternehmen (Tabelle 3):

- **87 Prozent der Unternehmen, die mindestens zwei neue digitale Technologien nutzen**, sind weiterbildungsaktiv. Unternehmen, die keine oder nur

eine digitale Technologie nutzen, sind nur zu **69 Prozent weiterbildungsaktiv.**

- In digitalisierten Unternehmen verbrachten die Mitarbeiter im Durchschnitt **18,1 Stunden** mit Weiterbildung, in nicht-digitalisierten Unternehmen hingegen nur **13,8 Stunden.**
- Auch die direkten Kosten fallen mit **585 Euro** bei digitalisierten Unternehmen höher aus als bei anderen Unternehmen mit **476 Euro.**

Für die **Messung, ob ein Unternehmen digitalisiert ist**, wurde abgefragt, welche der folgenden acht digitalen Technologien die Unternehmen nutzen:

1. digitale Vertriebswege wie Online-Plattformen, Shop-Systeme,
2. digitaler Datenaustausch mit Lieferanten, Dienstleistern oder Kunden,
3. digitale Dienstleistungen wie Cloud Services,
4. Big Data-Analysen in Form von komplexen Datenauswertungen,
5. additive Fertigungsverfahren wie 3D-Druck,
6. Internet der Dinge, etwa durch Nutzung von RFID-Chips,
7. komplexe Maschinensteuerung etwa durch die Vernetzung und Steuerung von Maschinen und Anlagen über das Internet (cyber-physische Systeme),
8. Virtual Reality etwa mit VR-Brillen oder 3D-Ansichten.

Die ersten vier Technologien sind grundsätzlich für alle Wirtschaftszweige relevant, die letzten vier finden sich verstärkt im Verarbeitenden Gewerbe. Ein Unternehmen wird als digitalisiert bezeichnet, wenn es **mindestens zwei dieser digitalen Technologien** nutzt. Gut 70 Prozent der Unternehmen sind nach dieser Definition digitalisiert; im Verarbeitenden Gewerbe sind es 62 Prozent der Unternehmen, bei den Dienstleistern sogar 73 Prozent. Nicht nur Produktionsprozesse werden digitaler, sondern auch Vertriebswege, Dienstleistungen, Datenauswertung oder der Datenaustausch. Bereiche also, die im Wertschöpfungsprozess häufiger kundennah, zum Beispiel im Vertrieb, angesiedelt sind.

Digitalisierte Unternehmen nutzen zudem ein breiteres Spektrum an Weiterbildungsformen als nicht-digitalisierte Unternehmen, um adäquat auf ihren vielfältigeren unternehmensspezifischen Weiterbildungsbedarf reagieren zu können.

Ferner gibt es Unterschiede in der Nutzung der Weiterbildungsformen, abhängig davon, wann neue digitale Technologien eingeführt werden. Bei Technologien, die vorrangig die Produktion betreffen, sind Unternehmen, die diese Technologie seit mehr als zwei Jahren nutzen, weiterbildungsaktiver als Unternehmen, die diese Technologie erst kürzlich eingeführt haben. Bei der Einführung von digitalen Vertriebswegen, digitalen Dienstleistungen, Big-Data-Analysen oder digitalem

Datenaustausch ist die Weiterbildungsaktivität bei Unternehmen, die diese Technologie vor kurzem eingeführt haben, hingegen höher als bei Unternehmen, die die entsprechende Technologie schon länger nutzen. Eine Erklärung für diesen Unterschied könnte sein, dass in vorrangig produzierenden Unternehmen Produktionstechnologien grundsätzlich einen höheren Stellenwert haben und die Produktionsprozesse auch bereits vor dem Wandel zur Industrie 4.0 einer stetigen Weiterentwicklung unterlagen und daher kontinuierlich modernisiert sowie effizienter und schlanker gestaltet wurden. Dies geht in vielen Unternehmen mit einem konstanteren Bedarf an technisch getriebener Weiterbildung einher.

Werden hingegen neue Vertriebswege oder digitale Dienstleistungen erstmalig im Unternehmen eingeführt, steigt der Weiterbildungsbedarf häufiger sprunghaft, um die erforderlichen Kompetenzen breit im Unternehmen zu verankern.

Digitalisierte Unternehmen unterscheiden sich auch darin, **welche Kompetenzen** sie vermitteln (Abbildung 2):

- Digitalisierte Unternehmen vermitteln signifikant häufiger IT-Wissen – sowohl **IT-Anwenderkenntnisse** als auch **IT-Spezialwissen**. Dies bestätigt die Annahme, dass die Nachfrage nach IT-Kompetenzen mit zunehmender Digitalisierung steigt. Weiterbildung

im Bereich des IT-Spezialwissens benötigen jedoch vor allem einzelne Mitarbeiter, nicht die breite Masse (Abbildung 3). So werden auch in digitalisierten Unternehmen hierin nur selten größere Gruppen an Mitarbeitern geschult.

- Digitalisierte Unternehmen vermitteln in der Weiterbildung auch signifikant häufiger **Führungskompetenzen** und fördern die **Selbstständigkeit, Organisations- und Planungsfähigkeit** ihrer Mitarbeiter. Die steigende Bedeutung dieser Fähigkeiten hängt mit einer zunehmend agilen Unternehmensorganisation zusammen, die selbstständig und vernetzt agierende Mitarbeiter zum Leitbild hat.
- Keine Unterschiede zeigen sich bei der Vermittlung von beruflichem Fachwissen. Dieses wird **durchschnittlich in allen Unternehmen nach wie vor am häufigsten vermittelt**.

2. Digitale Lernangebote werden wichtiger

Die Digitalisierung verändert nicht nur die Anforderungen an die Beschäftigten, sondern sie bietet auch neue Lernmöglichkeiten (Tabelle 4): So nutzen 80 Prozent der Unternehmen die elektronische Bereitstellung von Literatur, Bedienungsanleitungen und vergleichbaren Dokumenten. (Multi-)Mediale Inhalte wie Lernvideos, Podcasts, Audiomodule, das interaktive webbasierte Lernen sowie das computer- und webbasierte Training folgen mit einigem

Abstand. **Diese digitalen Lernformen sind bereits weit verbreitet.** Allerdings zeigen sich hierbei große Unterschiede zwischen den Unternehmen: etwa die Hälfte nutzt diese digitalen Medien noch nicht.

In knapp 20 Prozent der Unternehmen werden auch digitale Arbeitsmittel aus der Produktion oder der Dienstleistungserbringung gezielt als Lernmedium genutzt. Dazu zählen zum Beispiel fachspezifische Software oder 3D-Drucker. Es zeigt sich, dass diese Form der Weiterbildung im Verarbeitenden Gewerbe deutlich häufiger praktiziert wird als im Dienstleistungsbereich. Unternehmensnahe Dienstleister greifen hingegen stärker auf interaktive webbasierte Lernplattformen zurück. Gesellschaftsnahe Dienste nutzen häufiger Videos und fördern das Lernen an mobilen Endgeräten.

Erwartungsgemäß werden alle abgefragten digitalen Lernangebote besonders häufig in digitalisierten Unternehmen genutzt, da diese eine stärkere Affinität und Offenheit zum Einsatz digitaler (Lern-)Medien aufweisen (Abbildung 4). So bieten knapp 30 Prozent der digitalisierten Unternehmen interaktives webbasiertes Lernen an, aber nur 10 Prozent der nicht-digitalisierten Unternehmen.

3. Digitale Lernangebote sind passgenau und flexibel

Größter Vorteil digitaler Lernangebote ist, dass sie sich leicht in den Arbeitsalltag integrieren lassen (Tabelle 5). Hier

stimmen 70 Prozent der befragten Unternehmen zu. Dies verdeutlicht, dass informelles, mediengestütztes Lernen den Unternehmen eine **hohe zeitliche und räumliche Flexibilität** bietet. Schließlich lassen sich Lernvideos kurzfristig erstellen und neue Inhalte schnell in bestehende Systeme einpflegen und so mit wenig Aufwand an neue Bedarfe anpassen. **Diese hohe Flexibilität sowie die Passgenauigkeit hinsichtlich betrieblicher Bedarfe und die kurzen Entwicklungszeiten passen gut zum dynamischen Prozess der Digitalisierung.** Viele Unternehmen sichern den konkreten Anwendungsbezug der Weiterbildung, indem ihre Mitarbeiter direkt mit digitalen Arbeitsmitteln lernen können. Dieses Motiv nennen digitalisierte Unternehmen häufiger.

Am seltensten sind Unternehmen der Auffassung, dass digitales Lernen besser und nachhaltiger funktioniert als Lernen mit herkömmlichen Methoden. Dies verdeutlicht zwar, dass digitales Lernen eine gute und wertvolle Ergänzung traditioneller Lernformen ist, diese aber mit ihren Präsenzphasen und persönlichem Austausch nicht überflüssig macht. Doch ist dies auch ein Hinweis darauf, dass das didaktische Potenzial digitaler Medien von einem Teil der Unternehmen noch besser erschlossen werden könnte. Die Kompetenzentwicklung zum Einsatz digitaler Medien in Unternehmen ist wichtig, um die Vorteile der Nutzung künftig noch besser ausschöpfen zu können. Hier haben vor allem kleine Unternehmen noch Nachholbedarf.

4. Große Unternehmen sind Vorreiter bei der Nutzung von digitalen Lernangeboten.

Insbesondere bei computer- oder webbasierten Selbstlernprogrammen, interaktivem webbasiertem Lernen und bei firmeninternen kooperativen Lernplattformen hinken kleine Unternehmen hinterher – und zwar auch dann, wenn sie zu den digitalisierten Unternehmen zählen. Kleine Unternehmen haben häufig nicht das spezifisch qualifizierte Personal, um firmenspezifische Lernplattformen einzurichten. Zwar bieten Bildungsdienstleister auch maßgeschneiderte Lösungen für kleine Unternehmen an, aber diese erreichen häufig nicht die kritische Masse an Mitarbeitern, die eine größere Investition in unternehmensspezifische digitale Lernangebote sinnvoll erscheinen lässt. Hier können mehr unternehmensübergreifende Kooperationen helfen. Doch auch die Politik ist gefordert. So könnten unter anderem die öffentliche Bereitstellung von Infrastruktur oder Inhalten für Lernplattformen helfen, die Potenziale der Digitalisierung künftig noch besser zu erschließen. Dieser Gedanke liegt beispielsweise den Kompetenzzentren 4.0 zugrunde, die kleine und mittlere Unternehmen im Prozess der Digitalisierung unterstützen sollen.

Eine solche Förderung ist sinnvoll, da kleine Unternehmen nicht per se weniger in Weiterbildung investieren oder geringeren Bedarf aufweisen. Sie sind zwar seltener weiterbildungsaktiv, aber wenn sie in Weiterbildung investieren, dann sehr intensiv: Für Weiterbildung werden in

kleinen Unternehmen 19,6 Stunden (alle Unternehmen: 17,3 Stunden) und 1.167 Euro (1.067 Euro) aufgewendet.

5. Zeitmangel bremst Weiterbildung

Zwar liegt die Beteiligung der Unternehmen in Sachen Weiterbildung auf einem sehr hohen Niveau. Dennoch bieten nicht alle Unternehmen regelmäßig Weiterbildung an. Die Gründe: Jedes zweite der nicht-aktiven Unternehmen sah im Jahr 2016 keinen Bedarf an Weiterbildung (Abbildung 5). An zweiter Stelle rangiert ein zu geringes Interesse der Mitarbeiter an Weiterbildung. Es folgen zeitliche Probleme bei der Freistellung von Mitarbeitern und fehlende Ressourcen für die Organisation von Weiterbildung, die gerade in auftragsstarken Phasen kleine Unternehmen besonders fordern. Ähnlich wie in den vorhergehenden Weiterbildungsbefragungen spielen damit die zeitlichen Restriktionen bei den Weiterbildungshemmnissen eine gravierendere Rolle als finanzielle Gründe. Dies deckt sich mit jenen Angaben, die Beschäftigte in anderen Befragungen machen, wenn sie nicht an Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen wollen oder können.

6. Weiterbildung ist wichtig für die Fachkräftesicherung

Auch die Motive für Weiterbildung sind vielfältig (Abbildung 6). Am häufigsten nennen die Unternehmen, dass sie die Motivation und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter steigern, die Qualifikationen der Belegschaft anpassen, die

Produktivität erhöhen sowie die Innovationsfähigkeit fördern möchten. Die Unternehmen haben die große Relevanz der betrieblichen Qualifizierung für Innovationskraft und Zukunftssicherung erkannt und handeln entsprechend.

Hierzu zählt vor allem die Sicherung von Fachkräften. Sie bilden das Rückgrat der deutschen Volkswirtschaft und sind insbesondere im Mittelstand unverzichtbar. Ohne Fachkräfte leidet die Qualität der Produktionsprozesse und Dienstleistungen. Fachkräfteengpässe führen zu Verzögerungen im Betriebsablauf bis hin zum Verlust von Aufträgen, worunter letztlich die Wettbewerbsfähigkeit leidet.

Die neunte IW-Weiterbildungserhebung belegt, dass Unternehmen zunehmend von Fachkräfteengpässen betroffen sind. So erklärte gut die Hälfte der Unternehmen, die neue Mitarbeiter gesucht haben, dass sie mittlere oder große Schwierigkeiten hatten, neue Mitarbeiter zu finden. Dies traf auf Fachkräfte aller Qualifikationsniveaus zu.

Die Unternehmen reagieren auf diese Problemlage mit einem größeren Ausbildungsangebot in Engpassberufen und mit einem hohen Engagement bei der Weiterbildung. So gaben mehr als 80 Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen an, dass Weiterbildung einen Beitrag zur Fachkräftesicherung in ihrem Unternehmen leistet.