



Weiterbildung boomt in kleinen Unternehmen

Susanne Seyda

Kleine Unternehmen investieren viel in Weiterbildung

Der vorliegende KOFA-Kompakt zeigt, dass kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mehr Zeit und Geld in Weiterbildung investieren als Großunternehmen. Kleine Unternehmen setzen verstärkt auf digitale Weiterbildungsformate und gewinnen dadurch zeitliche Flexibilität. Zudem konnten KMU dank digitaler Lernmedien die Corona-bedingte Kurzarbeit ähnlich intensiv für Weiterbildung nutzen wie größere Unternehmen.

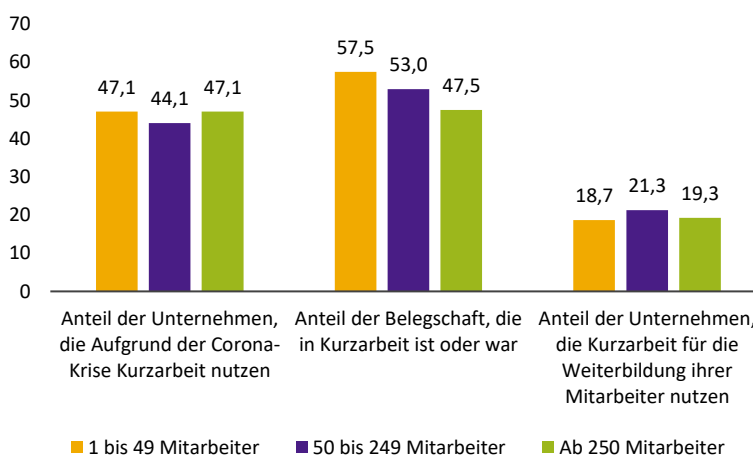
Weiterbildung während der Corona-Krise

Die Corona-Krise stellt viele Unternehmen vor große finanzielle oder sogar existenzielle Probleme. Aufgrund des wirtschaftlichen Einbruchs nutzen viele Unternehmen Kurzarbeit. Laut KOFA-Analysen auf Basis der IW-Weiterbildungserhebung aus dem Frühsommer 2020 war der Anteil der Unternehmen, die Corona-bedingte Kurzarbeit nutzten, mit 47,1 Prozent bei kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern genauso hoch

wie bei großen Unternehmen ab 250 Mitarbeitern. Mit 44,1 Prozent mussten mittelgroße Unternehmen ihre Mitarbeitenden etwas weniger oft in Kurzarbeit schicken. Der Anteil der Belegschaft, der sich in Kurzarbeit befand, war in kleinen und mittelständischen Unternehmen jedoch höher als in großen Unternehmen. Während in kleinen Unternehmen 57,7 Prozent der Beschäftigten in Kurzarbeit waren, waren es bei mittelgroßen Unternehmen 53,0 Prozent und bei großen Unternehmen lediglich 47,5 Prozent (Abbildung 1).

Abbildung 1 | Weiterbildung während der Kurzarbeit

Nach Unternehmensgröße, in Prozent, Befragungszeitraum Ende April bis Mitte August 2020



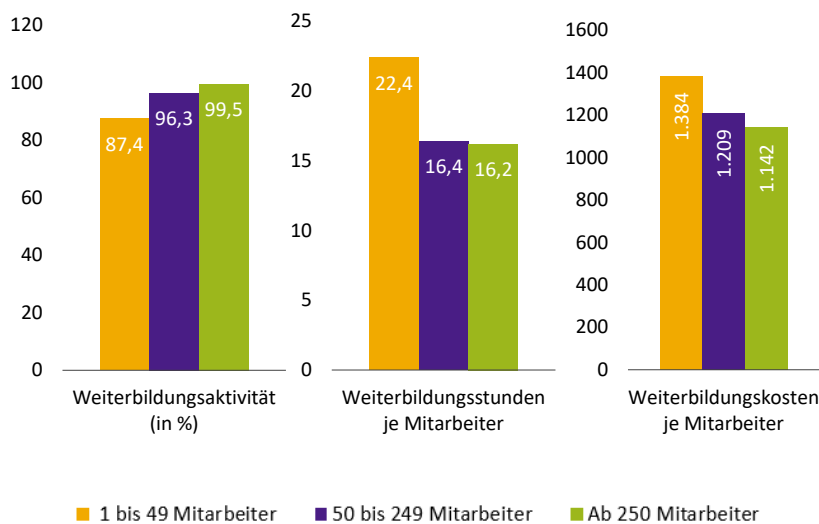
Quelle | KOFA-Auswertung auf Basis der IW-Weiterbildungserhebung 2020

Von den Unternehmen, die auf Kurzarbeit angewiesen waren, hat knapp jedes fünfte seine Mitarbeitenden weitergebildet. Damit zeigt die KOFA-Auswertung, dass ein nennenswerter Teil der Unternehmen die Kurzarbeit für Weiterbildung nutzte. Dabei gab es kaum Unterschiede nach Unternehmensgröße. 21,3 Prozent der mittelgroßen Unternehmen ermöglichten ihren Mitarbeitenden Weiterbildung in Kurzarbeit, während es bei kleinen und großen Unternehmen 18,7 bzw. 19,3 Prozent waren (Abbildung 1).

Weiterbildung vor der Corona-Krise

Dass kleine Unternehmen die Kurzarbeit in ähnlichem Maße zur Weiterbildung nutzten wie große Unternehmen, ist überraschend. Denn in Zeiten ohne Krise unterscheidet sich die Weiterbildungsbeteiligung sehr stark nach Unternehmensgröße. So haben 99,5 Prozent der großen Unternehmen vor der Krise im Jahr 2019 ihren Mitarbeitenden Weiterbildung angeboten gegenüber 87,4 Prozent bei kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten. Mit 96,3 Prozent bewegen sich mittelgroße Unternehmen auf einem ähnlich hohen Niveau wie große Unternehmen. Die geringere Weiterbildungsbeteiligung kleiner Unternehmen erklärt sich insbesondere durch einen reinen Größeneffekt: Wenn alle Beschäftigten unabhängig von der Unternehmensgröße gleich häufig an Weiterbildung teilnehmen, so ist die Weiterbildungsbeteiligung kleiner Unternehmen allein aufgrund der geringeren Mitarbeiterzahl niedriger.

Abbildung 2 | Weiterbildungsaktivität und -intensität nach Unternehmensgröße 2019



Quelle | KOFA-Auswertung auf Basis der IW-Weiterbildungserhebung 2020

In aller Kürze

Alle drei Jahre befragt das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Unternehmen zu deren Weiterbildungsaktivitäten (Seyda/Placke, 2020). Die zehnte IW-Weiterbildungserhebung erfolgte erneut als Online-Befragung. Zwischen Ende April und Mitte August 2020 haben sich 1.340 Unternehmen an der Befragung beteiligt. Zur Ermittlung repräsentativer Ergebnisse für die Unternehmen in Deutschland wurden die Daten auf Basis des Unternehmensregisters nach Branche und Größe hochgerechnet.

Zusätzlich zum Stand der betrieblichen Weiterbildung im Geschäftsjahr 2019 wurden Fragen zum Weiterbildungsengagement während der Corona-Krise im Jahr 2020 gestellt. Es wurde erhoben, ob die Unternehmen Kurzarbeit nutzen, welcher Anteil der Mitarbeitenden betroffen ist und ob das Unternehmen Kurzarbeit für die Weiterbildung der Belegschaft nutzt. Diese Fragen beziehen sich auf die Zeit zwischen Beginn der Pandemie und Befragungszeitpunkt.

Weiterbildungsinvestitionen sind in kleinen Unternehmen am höchsten.

Die Weiterbildungsaktivität der kleinen Unternehmen ist zwar in normalen Zeiten geringer, aber die Intensität, mit der sie Weiterbildung betreiben, war in den Jahren vor der Krise höher als bei größeren Unternehmen. So investierten kleine Unternehmen im Jahr 2019 mit 1.384 Euro je Mitarbeiter und Jahr deutlich mehr in betriebliche Weiterbildung als große Unternehmen mit 1.141 Euro je Mitarbeiter. Mittelgroße Unternehmen investierten 1.209 Euro in die Weiterbildung ihrer Belegschaften. Mit einem Weiterbildungsvolumen von 22,4 Stunden je Mitarbeiter investierten kleine Unternehmen im Vergleich zu mittelgroßen und großen Unternehmen sechs Stunden mehr pro Kopf in die Qualifizierung ihrer Belegschaft. Im Vergleich zu 2016 haben kleine Unternehmen bei den Stunden stärker zugelegt als mittlere und große Unternehmen. Während mittlere Unternehmen nur sehr leicht zulegten und große Unternehmen das Weiterbildungsvolumen sogar reduzierten, steigerten kleinere Unternehmen ihr Volumen um 2,8 Stunden je Mitarbeiter.

Ein wesentlicher Grund für das hohe Engagement der kleinen und mittleren Unternehmen ist, dass sie in den letzten Jahren stark unter Fachkräftengpässen gelitten haben. Daher sind sie bereit, viel zu investieren, um die Beschäftigten – auch während der Krise – im Unternehmen halten zu können. Die Bedeutung, die der Fachkräftesicherung zuteil wird, unterscheidet sich kaum nach Unternehmensgröße. Auch wenn kleine Unternehmen häufiger keine Personalabteilung besitzen, die sich um die langfristige Personalentwicklung kümmert, ist auch KMU bewusst, dass sie qualifizierte Fachkräfte im Unternehmen brauchen: Für 80,5 Prozent der kleinen Unternehmen ist es sehr wichtig, Fachkräfte auch während der Krise zu halten. Mittelgroße und große Unternehmen gaben dies zu 82,3 bzw. 86,0 Prozent an.

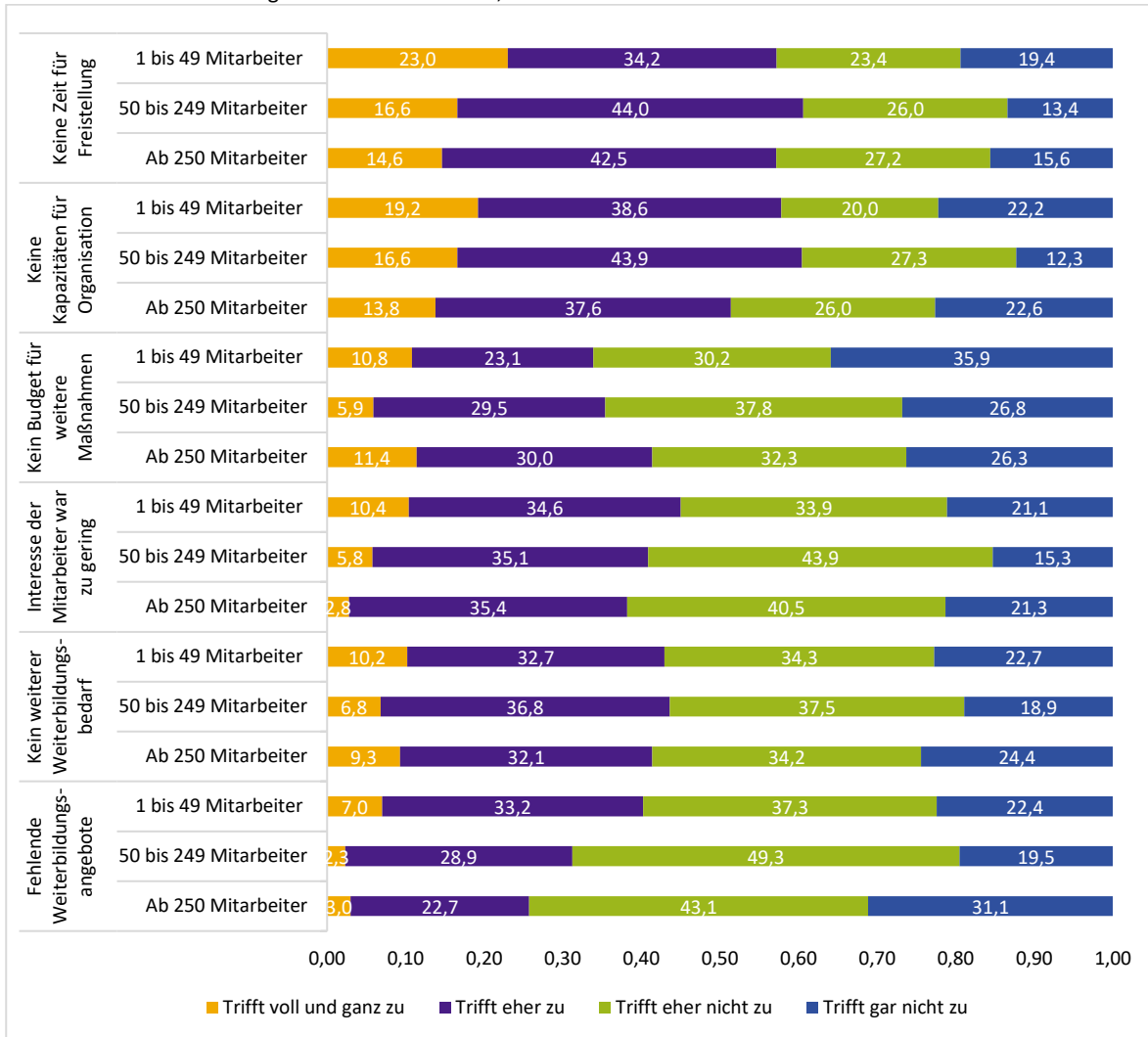
Auch ein Blick auf weitere Gründe für Weiterbildung zeigt, dass kleine Unternehmen ähnliche Motive wie größere Unternehmen verfolgen. Für etwa neun von zehn Unternehmen aller Größenklassen ist es wichtig, die beruflichen Kompetenzen der Mitarbeitenden auf dem neuesten Stand zu halten. Zudem erkennen kleine Unternehmen zunehmend auch personalpolitische Motive für Weiterbildung, z.B. nutzen immer mehr von ihnen Weiterbildung zur Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen. Die Motivation und Arbeitszufriedenheit möchten etwa acht von zehn Unternehmen mittels Qualifizierungsangeboten erhöhen. Dass Weiterbildung – und die damit verbundenen Entwicklungschancen für Mitarbeitende – ein Unternehmen auch nach außen hin attraktiv macht, erkennen allerdings deutlich weniger kleine als große Unternehmen.

Für Weiterbildung fehlt grundsätzlich eher Zeit als Geld.

In den letzten Jahren ist die Weiterbildungsbeteiligung der Unternehmen gestiegen und liegt derzeit bei 87,9 Prozent. Dennoch können nicht alle Unternehmen ihren Mitarbeitenden in jedem Jahr Weiterbildung ermöglichen. Fehlende zeitliche Ressourcen und mangelnde organisatorische Kapazitäten sind für weiterbildungsaktive Unternehmen entscheidende Faktoren, die die Ausweitung der Weiterbildungsaktivität bremsen. Beide Hindernisgründe wurden häufiger als Hemmnis für Weiterbildung genannt als beispielsweise fehlende finanzielle Mittel (Seyda/Placke, 2020).

Abbildung 3 | Was hemmt Unternehmen noch mehr Weiterbildung zu betreiben?

In Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen, 2019



Quelle | KOFA-Auswertung auf Basis der IW-Weiterbildungserhebung 2020

57,4 Prozent aller weiterbildungsaktiven Unternehmen geben an, dass sie nicht über genügend Zeit für ein (noch) größeres Weiterbildungsengagement verfügen. Vor allem kleine Unternehmen beklagen starke Engpässe bei zeitlichen Ressourcen für die Freistellung der Mitarbeitenden. Für 23,0 Prozent der kleinen Unternehmen ist das der entscheidende Hinderungsgrund, auf sie trifft dieses Hemmnis voll und ganz zu. In mittleren und großen Unternehmen ist mangelnde Zeit ebenfalls ein Hinderungsgrund, aber mit Anteilen von 16,6 bzw. 14,6 Prozent der Unternehmen, auf die dieses Hemmnis voll und ganz zutrifft, nicht ganz so stark ausgeprägt wie in kleinen Unternehmen (Abbildung 3).

Ein weiterer entscheidender Grund von Unternehmen, nicht noch mehr in Weiterbildung zu investieren, sind mangelnde interne Kapazitäten für die Organisation und Planung von Weiterbildung. Während knapp 60 Prozent der kleinen und mittelgroßen Unternehmen unzureichende interne Kapazitäten als einen Hinderungsgrund ansahen, war das mit 51,4 Prozent bei großen Unternehmen weniger häufig der Fall. Hier spielt sicherlich auch eine Rolle, dass KMU seltener eine eigene Personalabteilung oder hauptamtliche Personalexperten haben, die sich um die Weiterbildung der Belegschaft kümmern, und daher die Planung und Organisation von Weiterbildung häufiger nebenher laufen muss.

Fehlende finanzielle Mittel werden von KMU hingegen seltener als Hinderungsgrund genannt: 41,4 Prozent der großen Unternehmen gaben ein nicht ausreichendes Budget als Hemmnis an, während es bei kleinen Unternehmen nur 33,9 Prozent sind. Insgesamt gaben kleinere Unternehmen sowohl Zeitmangel als auch unzureichende organisatorische Kapazitäten im stärkeren Maße als entscheidenden Hinderungsgrund an als mittelgroße und große Unternehmen.

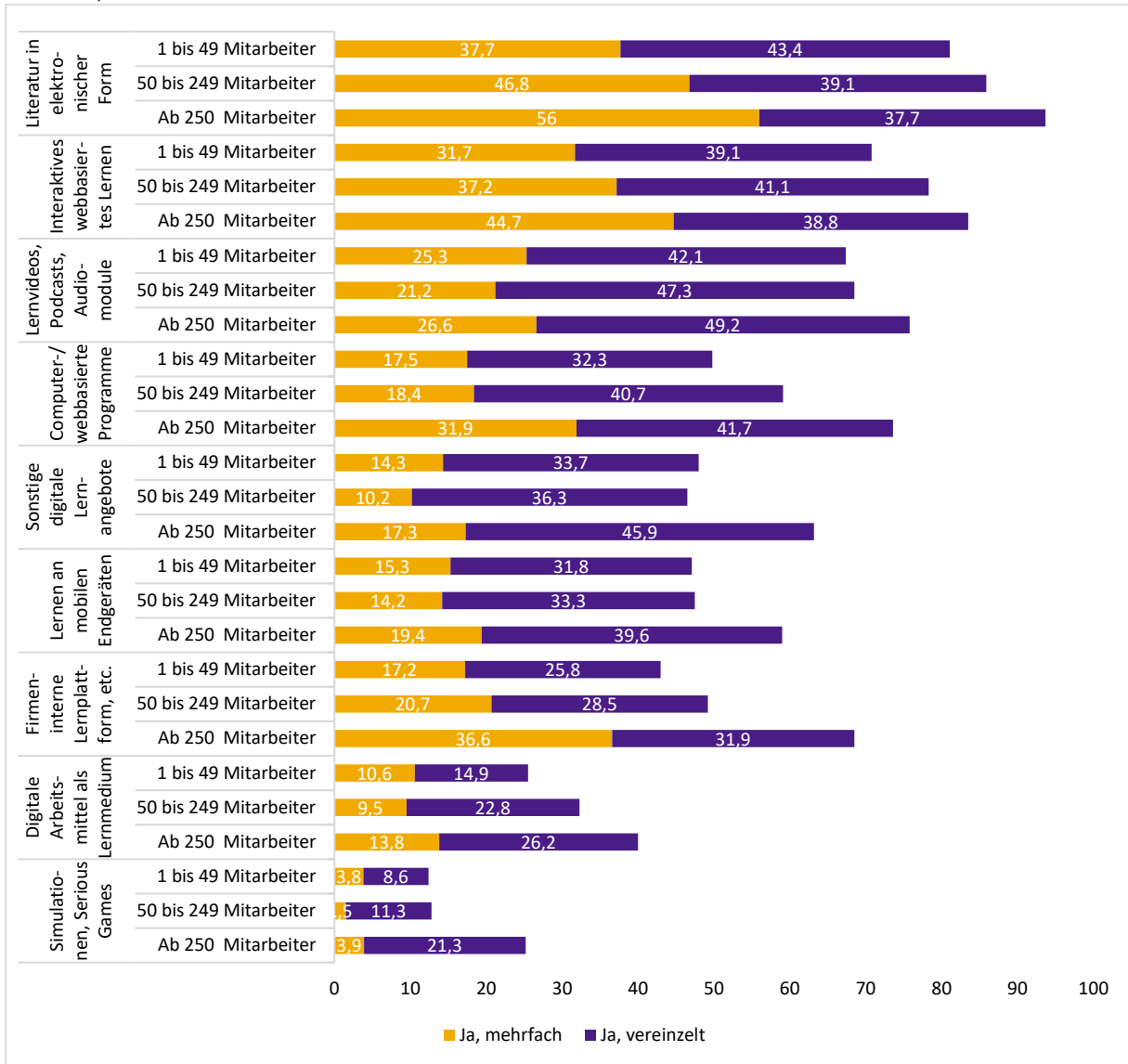
Die Nutzung digitaler Lernmedien ist bei kleinen Unternehmen am stärksten gestiegen.

Dank der Möglichkeit, sich digital weiterzubilden, konnte ein stärkerer Einbruch in der Weiterbildung während der Zeit der Kontaktbeschränkungen im Frühjahr/Sommer 2020 verhindert werden (Flake et al., 2020a). Insbesondere Unternehmen, die bereits vor der Krise digitale Lernmedien für die Weiterbildung genutzt haben, konnten die Kurzarbeit häufiger für die Qualifizierung nutzen (Flake et al., 2020b).

Digitale Lernmedien haben bereits vor der Krise einen Aufschwung erlebt: Über 90 Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen setzten im Jahr 2019 mindestens ein digitales Lernmedium ein, im Jahr 2016 waren es erst knapp 84 Prozent. Auch die durchschnittliche Anzahl an digitalen Medien, die die Unternehmen verwenden, ist von 2,9 auf 3,8 gestiegen.

Digitale Lernangebote bieten Unternehmen die Möglichkeit, die knappe Ressource Zeit besser auszuschöpfen. Sie werden von den Unternehmen aufgrund ihrer räumlichen wie zeitlichen Flexibilität geschätzt. Denn die Lerneinheiten lassen sich unterbrechen und zu einem späteren Zeitraum fortsetzen und sind damit gut geeignet, um zeitlichen Spielraum, der sich beispielsweise durch eine schwankende Auftragslage ergibt, für die Aneignung neuen Wissens zu nutzen. Hiervon profitieren kleine und mittlere Unternehmen in besonderem Maße, da dort Mitarbeitende vergleichsweise schwerer für einen längeren Zeitraum im Tagesgeschäft zu ersetzen sind. Daher erscheint es folgerichtig, dass die Nutzung von digitalen Lernangeboten in kleinen Unternehmen in den letzten Jahren besonders stark zugenommen hat. Neben der elektronischen Bereitstellung von Literatur steht an erster Stelle die Teilnahme an interaktiven Formaten wie beispielsweise Webinaren, Online-Kursen, virtuellen Klassenräumen und sogenannten Massive Open Online Courses. Im Jahr 2019 nutzen 70,8 Prozent der kleinen Unternehmen diese Formate, drei Jahre zuvor waren es lediglich 49,2 Prozent. Auch Lernvideos, Podcasts und Audiomodule nutzen kleine Unternehmen mit 67,4 Prozent deutlich intensiver als vor drei Jahren.

Abbildung 4 | Einsatz von digitalen Lernangeboten
in Prozent, 2019



Rest zu 100: Unternehmen, die das digitale Lernmedium nicht nutzen, und Unternehmen, die keine Angabe gemacht haben.

Quelle | KOFA-Auswertung auf Basis der IW-Weiterbildungserhebung 2020

Es ist dennoch zu beobachten, dass KMU digitale Lernformate aufgrund der Unternehmensgröße seltener einsetzen als große Unternehmen. Allerdings konnten kleine Unternehmen ihren Abstand zu größeren Unternehmen seit dem Jahr 2016 bei fast allen Medien reduzieren. Ein Grund für den geringeren Einsatz kann darin liegen, dass der Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen kleinen Unternehmen auch zum Networking dient und daher interaktive Formen von Weiterbildung bevorzugt werden. Dies kann auch erklären, warum der Zuwachs bei computer- und webbasierten Selbstlernprogrammen in kleinen Unternehmen vergleichsweise schwach ausfällt. Aktuell wird in der Hälfte der kleinen Unternehmen mittels dieser Programme gelernt, in großen Unternehmen in knapp 74 Prozent.

Während rund 80 Prozent der Unternehmen die Flexibilität digitaler Medien zu schätzen wissen, spielen pädagogisch motivierte Gründe für digitale Medien bislang eine weniger wichtige Rolle. So geben nur 41,5 Prozent der Unternehmen an, dass sie zu nachhaltigeren Lernergebnissen führen und nur 55,1 Prozent

stimmen der Aussage zu, dass digitale Formate besser an den individuellen Bedarf angepasst sind. Zwar ist digitales dem analogen Lernen in Präsenz nicht per se überlegen, dennoch könnte das didaktische Potenzial noch stärker genutzt werden. Um dieses besser auszuschöpfen, ist es sowohl wichtig, die Kompetenzen der Aus- und Weiterbildner im Unternehmen zum Einsatz digitaler Medien auszubauen (Risius/Seyda, 2020) als auch die Medienkompetenz der Lernenden gezielt und nachhaltig zu fördern.

Didaktische Potenziale digitaler Medien noch intensiver in der betrieblichen Weiterbildung nutzen

Kleine – und in geringerem Umfang auch mittelgroße – Unternehmen sind seltener weiterbildungsaktiv, aber wenn sie Weiterbildung aktiv betreiben, dann investieren sie mehr Zeit und Geld in die Qualifizierung ihrer Belegschaft als große Unternehmen. Um das wichtigste Hemmnis – die knappe Zeit – zu entschärfen, setzen immer mehr kleine Unternehmen auf digitale Lernangebote etwa über interaktive Formate sowie Lernvideos, Audiomodule und Podcasts. [Informationen](#) über die Anwendungsmöglichkeiten der verschiedenen digitalen Lernformate und Ideen, wie das pädagogische Potenzial digitaler Lernformat noch besser ausgeschöpft werden kann, finden sich auf www.kofa.de.

Kleine Unternehmen nutzen Weiterbildung seltener, um personalpolitische Ziele zu verfolgen, stattdessen fokussieren sie stärker auf den Beitrag der Weiterbildung für den Geschäftserfolg. Um ihre Position im Wettbewerb um knappe Fachkräfte zu verbessern, könnten insbesondere kleine Unternehmen die personalpolitische Dimension von Weiterbildung stärker berücksichtigen. Das KOFA gibt Handlungsempfehlungen, wie KMU [betriebliche Weiterbildung](#) im Unternehmensleitbild verankern können.



Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFa) unterstützt kleine und mittlere Unternehmen dabei, Fachkräfte zu finden, zu binden und zu qualifizieren. Ausführliche Analysen und weitere Fakten über die Fachkräftesituation erhalten Sie unter: kofa.de/studien

Bleiben Sie beim Thema Fachkräftemangel auf dem Laufenden und abonnieren Sie unseren Newsletter: kofa.de/newsletter