

3.17 BERICHT

BETRIEBLICHE WEITERBILDUNG IN SÜDTIROL

POTENTIALE UND HERAUSFORDERUNGEN AUS SICHT DER UNTERNEHMEN

WIFO | Institut für
Wirtschaftsforschung



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

Die Berichte des WIFO sind kurze, problem- und lösungsorientierte Untersuchungen zu Teilaspekten der Südtiroler Wirtschaft. Die Informationen sind unmittelbar handlungsrelevant und für die Praxis aufbereitet.

Veröffentlicht im September 2017

Autoren

Ayssata Ba
Urban Perkmann

Zitierhinweis

Ba Ayssata, Perkmann Urban (2017): Betriebliche Weiterbildung in Südtirol. Potentiale und Herausforderungen aus Sicht der Unternehmen. WIFO Bericht 3.17

Für Informationen

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen
T +39 0471 945 708
wifo@handelskammer.bz.it

Weitere Publikationen im Internet unter

www.handelskammer.bz.it/wifo

Wichtigste Ergebnisse	5
1. Ziel und Vorgehensweise	7
2. Ergebnisse der Erhebung	10
2.1 Weiterbildungsaktivität der Unternehmen im Jahre 2016	10
2.2 Weiterbildungsplanung	13
2.3 Weiterbildungsbedarf	15
2.4 Eckdaten zu den betrieblichen Weiterbildungskursen	18
2.4.1 Umfang der Weiterbildungskurse	19
2.4.2 Merkmale der Weiterbildungskurse	20
2.4.3 Themen der Weiterbildungskurse	22
2.5 Bewertung des Umfanges des Weiterbildungsangebotes	23
2.5.1 Bewertung des Weiterbildungsangebotes nach Themen	23
2.5.2 Gründe für die Organisation von internen Kursen	24
2.6 Förderungen für betriebliche Weiterbildung	25
2.6.1 Allgemeine Bekanntheit der Fördermöglichkeiten	25
2.6.2 Bekanntheit und Nutzung der Förderkanäle	27

WICHTIGSTE ERGEBNISSE

Betriebliche Weiterbildung in Südtirol

Der vorliegende Bericht untersucht die Herausforderungen und Potentiale der betrieblichen Weiterbildung in Südtirol. Eine repräsentative Umfrage bei 845 Unternehmen der verschiedenen Sektoren und Größenklassen beantwortet, unter anderem, folgende Fragen: Wie weiterbildungsaktiv sind Südtirols Unternehmen? Welche Formen werden eingesetzt? Welche Planungsmaßnahmen werden durchgeführt? Welche Faktoren schränken die Weiterbildungstätigkeit ein? Welche Rolle spielen Förderungen?

Drei von vier Südtiroler Unternehmen haben im Jahr 2016 Weiterbildungsaktivitäten für ihre Beschäftigten durchgeführt. Kurse sind dabei gleichermaßen beliebt wie andere Formen der Weiterbildung. Bei den Kursen überwiegen die externen Kurse, die von öffentlichen oder privaten Bildungseinrichtungen auf dem freien Markt angeboten werden, vor den internen Kursen, die Betriebe für sich selbst konzipiert haben. Die beliebteste „andere“ Weiterbildungsform ist der Besuch von Informationsveranstaltungen wie Fachvorträge, -messen und Fachtagungen. Der Anteil der weiterbildungsaktiven Unternehmen nimmt mit steigender Betriebsgröße zu. Gemessen an der Anzahl der Weiterbildungsstunden je Beschäftigten relativiert sich der Unterschied zwischen den Größenklassen aber etwas.

Die Weiterbildungsaktivität steht in starkem Zusammenhang mit der Weiterbildungsplanung. 60,4 Prozent setzen regelmäßig (eine oder mehrere) Maßnahmen der Weiterbildungsplanung ein, wie z.B. die Prüfung des Bedarfs anhand von

Mitarbeitergesprächen. Nur wenige Unternehmen fixieren allerdings einen schriftlichen Weiterbildungsplan, in dem die Ziele und Vorgehensweise beschrieben sind. Auch die Planungstätigkeit steigt, ähnlich wie die Weiterbildungsaktivität, mit der Unternehmensgröße deutlich an. In der Tat erkennen viele kleine Unternehmen überhaupt keinen Weiterbildungsbedarf, weil aus ihrer Sicht die vorhandene Qualifikation der Mitarbeiter bereits ausreichend ist. Größere Betriebe identifizieren dagegen meist einen Weiterbildungsbedarf und können diesen auch fast vollständig decken. Die wichtigsten Gründe, dass der Weiterbildungsbedarf nicht ausreichend gedeckt werden kann, liegen in fehlenden zeitlichen und finanziellen Ressourcen zur Durchführung der Weiterbildung.

Gemessen an der Kursdauer zeigt sich, dass der Großteil der Kurse (74,3 Prozent) in Südtirol besucht wurde. Der Anteil der gesetzlich vorgeschriebenen Kursstunden an den gesamten Weiterbildungsstunden liegt im Schnitt bei 43,3 Prozent und für ein Viertel (22,8 Prozent) wurden Förderungen in Anspruch genommen: In größeren Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten liegen die entsprechenden Werte allerdings deutlich höher. Der Anteil der digital durchgeführten Kurse (E-Learning) hält sich mit 8,3 Prozent (noch) in Grenzen. Die gefragtesten Themen für Weiterbildungskurse waren 2016 die (vorwiegend) gesetzlich vorgeschriebenen Bereiche Arbeitssicherheit sowie „Gesundheitsschutz, Hygiene“, gefolgt von den „persönlichen und sozialen Kompetenzen“ wie Arbeitstechniken, Zeitmanagement und

Kommunikationsfähigkeiten. Der Großteil der Unternehmen schätzt das Angebot der Südtiroler Weiterbildungsanbieter zu den verschiedenen Themen als ausreichend ein. Für jene Unternehmen, die interne Kurse organisieren, liegt der Grund dafür vor allem in einer noch besseren Abdeckung der gewünschten Themen.

Nur etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen weiß, dass betriebliche Weiterbildung in Südtirol gefördert wird. Je größer das Unternehmen ist, desto größer ist allerdings die Bekanntheit und Nutzung der Förderungen. Die genutzten Förderschienen werden im Allgemeinen als gut bis sehr gut bewertet.

Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse der Erhebung zeigen klar, dass die großen Unternehmen Südtirols, wenn es um Weiterbildung geht, bereits sehr gut aufgestellt sind. Höhere finanzielle und zeitliche Ressourcen sowie eine arbeitsteilige Organisationsstruktur ermöglichen eine systematische Planung der Weiterbildung, eine stärkere Nutzung der Fördermöglichkeiten sowie die Organisation von internen Kursen. Das Weiterbildungsverhalten von kleinen und auch mittleren Unternehmen ist dagegen sehr unterschiedlich: Während einige Unternehmen sehr aktiv sind, erkennen viele nicht die Notwendigkeit für Weiterbildung und planen dementsprechend Weiterbildung nicht systematisch. Daraus ergibt sich eine Reihe von Herausforderungen für diese Unternehmen.

Zunächst gilt es kleine und mittlere Unternehmen davon zu überzeugen, dass betriebliche Weiterbildung eine zentrale Aufgabe für jedes Unternehmen ist, auch um für die Herausforderungen durch Globalisierung und Digitalisierung gerüstet zu sein.

Für eine effektive Weiterbildung ist ein systematisches und planmäßiges Vorgehen notwendig. Gerade kleine und mittlere Unternehmen müssen sensibilisiert werden, entsprechende Planungsmaßnahmen wie ein Mitarbeiterjahresgespräch bzw. einen schriftlich fixierten Weiterbildungsplan zu nutzen.

Auch wenn die gesetzlich vorgeschriebene Weiterbildung (Arbeitssicherheit, Gesundheit, Hygiene) zweifelsohne wichtig ist, zeigt sich jedoch, dass der überaus hohe Aufwand dafür gerade kleine und mittlere Unternehmen daran hindert, zusätzliche Weiterbildungsaktivitäten durchzuführen. Aus diesem Grund sind Inhalte und Häufigkeit der Pflichtweiterbildungen ständig zu überdenken sowie effizienter und rationeller zu gestalten.

Auch die Weiterbildungsanbieter in Südtirol sind (noch) stärker gefordert, ihr Angebot laufend an den sich ständig ändernden Bedürfnissen der Unternehmen auszurichten.

Eine Aufgabe der Wirtschaftsverbände und der öffentlichen Verwaltung ist es dagegen, die Informationsdefizite der kleinen und mittleren Unternehmen in Bezug auf die vielfältigen Fördermöglichkeiten zu verringern und den Zugang noch unbürokratischer und transparenter zu gestalten.

Nicht zuletzt könnten insbesondere kleine und mittlere Unternehmen die Eintrittsbarrieren für Weiterbildung durch die stärkere Nutzung der zeitlich flexiblen und ortsunabhängigen digitalen Lernformen verringern.

1. ZIEL UND VORGEHENSWEISE

Betriebliche Weiterbildung in Südtirol

Die laufende Weiterbildung der Mitarbeiter ist ein Schlüsselfaktor zur Sicherstellung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Auf Anregung des WIFI, Service für Weiterbildung und Personalentwicklung der Handelskammer Bozen, hat das WIFO, Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen, die Potentiale und Herausforderungen für die betriebliche Weiterbildung in Südtirol untersucht. Wie weiterbildungsaktiv sind die Unternehmen? Welche Formen der Weiterbildung werden gewählt und welche Merkmale weisen diese auf? Welche Planungsaktivitäten führen die Unternehmen durch? Welche Faktoren schränken die Weiterbildungstätigkeit ein? Wie gut können die Unternehmen ihren Weiterbildungsbedarf decken, welche Angebote fehlen? Wie bekannt sind die verschiedenen Förderkanäle und wie werden sie bewertet? Die Antworten auf diese Fragen sollen als Informations- und Entscheidungsgrundlage für Weiterbildungsanbieter, Unternehmensvertreter und die Landesverwaltung in Südtirol dienen.

Um diese Fragen zu klären, wurde eine repräsentative Umfrage bei den Südtiroler Unternehmen durchgeführt. Gegenstand der Erhebung ist die Weiterbildung von Beschäftigten in Unternehmen. Die „betriebliche Weiterbildung“ umfasst dabei alle Formen, wie sie von der Europäischen Erhebung über betriebliche Bildung CVTS (*Continuing Vocational Training Survey*) des Eurostat definiert werden (siehe Infobox).¹

INFOBOX

Formen der betrieblichen Weiterbildung (CVTS – Eurostat)

Unter betrieblicher Weiterbildung werden alle (vorausgeplanten) Weiterbildungsmaßnahmen für Beschäftigte in Unternehmen verstanden, die in bezahlter Arbeitszeit stattfinden und/oder die vollständig oder teilweise vom Unternehmen finanziert werden. Neben den Lehrveranstaltungen als Weiterbildung im engeren Sinne (Kurse, Seminare usw.) umfasst die betriebliche Weiterbildung auch andere Formen, die teilweise arbeitsplatznah und stärker in die tägliche Arbeit integriert sind.

- > Unter **Lehrveranstaltungen** versteht man alle Lehrgänge, Kurse, Seminare und ähnliche Veranstaltungen, die vom Arbeitsplatz räumlich getrennt stattfinden, z.B. in einem Unterrichtsraum oder Schulungszentrum, unabhängig davon ob diese

¹ Vgl. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Continuing_Vocational_Training_Survey_\(CVTS\)_methodology](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Continuing_Vocational_Training_Survey_(CVTS)_methodology), Zugriff am 21. August 2017.

vom Unternehmen selbst oder von einem externen Bildungsanbieter durchgeführt werden.

- > Die **Weiterbildung am Arbeitsplatz** umfasst die geplante Unterweisung und Einarbeitung durch Vorgesetzte, Spezialisten oder Kollegen, wobei normale Arbeitsmittel und andere Medien eingesetzt werden.
- > **Besuch von Informationsveranstaltungen** wie Fachvorträge, Fachtagungen und – messen, Kongresse und Erfahrungsaustauschkreise, wenn der vorrangige Zweck der Teilnahme die Weiterbildung der Beschäftigten ist.
- > Geplante Weiterbildung durch **selbstgesteuertes Lernen**, z.B. durch den Einsatz von digitalen oder audiovisuellen Hilfen und anderen Medien (z.B. Lesen von Fachliteratur).
- > **Sonstige Formen** umfassen die **Job-Rotation** innerhalb eines Unternehmens und den Arbeitsplatztausch mit anderen Unternehmen sowie **Lern- und Qualitätszirkel**, d.h. Gruppen von Mitarbeitern, die regelmäßig mit dem vorrangigen Ziel zusammenkommen, sich über die Anforderungen der Arbeitsorganisation, der Arbeitsverfahren und des Arbeitsplatzes weiterzubilden sowie entsprechende Probleme zu lösen.

Der Fokus des vorliegenden Berichtes liegt auf den Lehrveranstaltungen, die im Folgenden vereinfachend als „Kurse“ bezeichnet werden. Dabei werden „externe Kurse“, die von öffentlichen oder privaten Bildungseinrichtungen, Verbänden usw. auf dem freien Markt angeboten werden, von „internen Kursen“, die vom Unternehmen selbst konzipiert werden, unterschieden.²

Als Beschäftigte gelten die Unternehmer und mithelfenden Familienangehörigen sowie alle voll- und teilzeitbeschäftigten Arbeitnehmer. Bildungsaktivitäten für Auszubildende (z.B. Lehrlinge) sowie Praktikanten/Trainees mit einem besonderen Ausbildungsvertrag sind im Rahmen dieser Erhebung ausgeschlossen, weil sie zur betrieblichen Erstausbildung zählen.³

Außerdem werden nur jene Beschäftigten berücksichtigt, die in den Arbeitsstätten des Unternehmens innerhalb Südtirols tätig sind. Erhebungseinheit sind dabei alle aktiven Unternehmen mit Rechtssitz in Südtirol, die zum Zeitpunkt der Erhebung in das Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen sind (Stand 28. Februar 2017). Nicht berücksichtigt werden Freiberufler und andere selbstständige Tätigkeiten, welche keiner Eintragungspflicht in das Handelsregister unterliegen.

Aus der oben definierten Grundgesamtheit (41.460 Unternehmen) wurde eine Stichprobe von 845 Unternehmen nach den Schichtungsmerkmalen Sektor und Größenklasse gezogen. Die Zusammenfassung der Sektoren richtet sich nach der gültigen ATECO-Klassifikation

2 Jene Maßnahmen, bei denen die Verantwortung für Ziele, Inhalte und Organisation beim Unternehmen selbst liegt und an denen ausschließlich oder überwiegend Beschäftigte des Unternehmens teilnehmen, werden als interne Kurse bezeichnet. Der Veranstaltungsort kann innerhalb oder außerhalb des Unternehmens liegen (z.B. in Seminarhotels). Referent/innen können Beschäftigte des Unternehmens, aber auch externe Dozenten sein. Jene Maßnahmen, die von externen Trägern (z.B. Kammern, Bildungswerken usw.) auf dem freien Markt angeboten werden, zählen dagegen zu den externen Kursen. Die Verantwortung für die Konzeption, Organisation und Durchführung liegt dabei im Wesentlichen beim externen Träger. Der Veranstaltungsort liegt häufig außerhalb der Unternehmensgebäude, kann aber auch in unternehmenseigenen Räumen liegen.

3 Im Unterschied zur Weiterbildung ist dies eine Form des formalen Lernens, die eine arbeitsplatzbezogene Komponente haben muss und oft neben einer schulischen Komponente zu einem anerkannten Abschluss führt.

der Wirtschaftstätigkeiten.⁴ Die Zuordnung zur Größenklasse richtet sich nach der Anzahl der unselbstständig und selbstständig Beschäftigten des Unternehmens.

Bei der kombinierten Online- bzw. telefonischen Erhebung wurde ein standardisierter Fragebogen mit vorwiegend geschlossenen und einigen offenen Fragen eingesetzt. Ansprechpartner der Erhebung war der Verantwortliche für die Weiterbildung im Unternehmen. Je nach Größe des Unternehmens variiert die Funktion der zuständigen Person. 55,0 Prozent aller Befragten waren der Inhaber oder die Geschäftsführung. Bei 5,2 Prozent der Befragten wurde „Personal“ und/oder „Weiterbildung“ explizit als Funktion angegeben.

Tabelle 1.1

Eckdaten der Erhebung		
Anzahl der Unternehmen nach Größenklassen und Sektoren		
	Anzahl der befragten Unternehmen	Anteil an der Grundgesamtheit in Prozent
Einpersonunternehmen	60	0,4
2 bis 4 Beschäftigte	210	1,3
5 bis 9 Beschäftigte	219	4,3
10 bis 49 Beschäftigte	260	8,4
50 und mehr Beschäftigte	96	23,1
Landwirtschaft	137	1,1
Produzierendes Gewerbe	199	2,3
Handel	197	3,0
Gastgewerbe	151	2,4
Dienstleistungen	161	2,1
Insgesamt	845	2,0

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Der vorliegende Bericht gliedert sich wie folgt. Abschnitt 2.1 gibt zunächst einen Überblick zur gesamten Weiterbildungsaktivität im Jahr 2016. Abschnitt 2.2 geht dagegen der Frage nach, ob und wie die Unternehmen ihre Weiterbildung planen. Abschnitt 2.3 erklärt die Gründe, weshalb 2016 keine Weiterbildung im Betrieb durchgeführt wurde bzw. werden konnte. Abschnitt 2.4 analysiert die Eckdaten der (internen und externen) Weiterbildungskurse. Abschnitt 2.5 zeigt auf, wie zufrieden die Unternehmen mit dem Umfang des Weiterbildungsangebotes in Südtirol sind. Abschnitt 2.6 schließlich untersucht, welche Fördermöglichkeiten für Weiterbildung in Anspruch genommen werden und wie diese bewertet werden.

4 Vgl. ATECO 2007. Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten abgeleitet von der NACE Rev.2. Bozen, Autonome Provinz Bozen – Südtirol, Landesinstitut für Statistik – ASTAT.

2. ERGEBNISSE DER ERHEBUNG

2.1 Weiterbildungsaktivität der Unternehmen im Jahre 2016

In diesem Abschnitt soll geklärt werden, wie weiterbildungsaktiv die Südtiroler Unternehmen sind und welche Formen der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden.

Tabelle 2.1

„An welchen Formen der betrieblichen Weiterbildung hat/haben eine oder mehrere Personen des Unternehmens im Jahr 2016 teilgenommen?“

Anteil der Unternehmen in Prozent

	Kurse			Andere Formen				Mind. eine Form der Weiterbildung
	Extern	Intern	Mind. ein Kurs	Lernen am Arbeitsplatz	Informationsveranstaltungen	Eigenständige Weiterbildung	Mind. eine andere Form	
Einpersonnenunternehmen	48,2	18,2	55,1	10,0	54,8	42,4	59,1	60,7
2 bis 4 Beschäftigte	61,2	21,1	69,2	23,5	57,5	37,6	74,3	79,9
5 bis 9 Beschäftigte	68,9	25,0	75,5	40,6	56,5	43,2	79,6	84,1
10 bis 49 Beschäftigte	81,0	44,3	85,5	58,4	69,9	44,2	85,5	89,7
50 und mehr Beschäftigte	80,5	75,7	86,3	72,1	77,4	50,5	84,5	86,3
Landwirtschaft	70,0	21,2	74,1	26,1	64,0	47,3	73,7	78,7
Produzierendes Gewerbe	51,9	20,9	61,8	18,3	59,3	38,3	73,5	75,6
Handel	48,8	36,0	63,7	33,3	56,4	40,6	70,7	71,7
Gastgewerbe	54,9	9,0	56,0	16,4	47,9	32,4	64,2	65,9
Dienstleistungen	51,0	33,0	62,9	22,2	51,4	38,1	62,1	68,7
Insgesamt	58,4	22,9	65,0	28,3	53,5	40,5	68,8	73,1

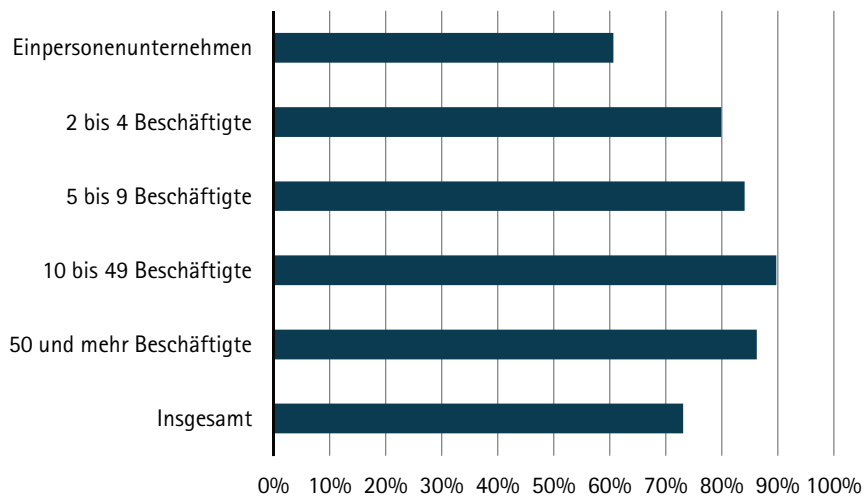
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.1

Weiterbildungsaktive Unternehmen nach Größenklassen – 2016

Anteil in Prozent



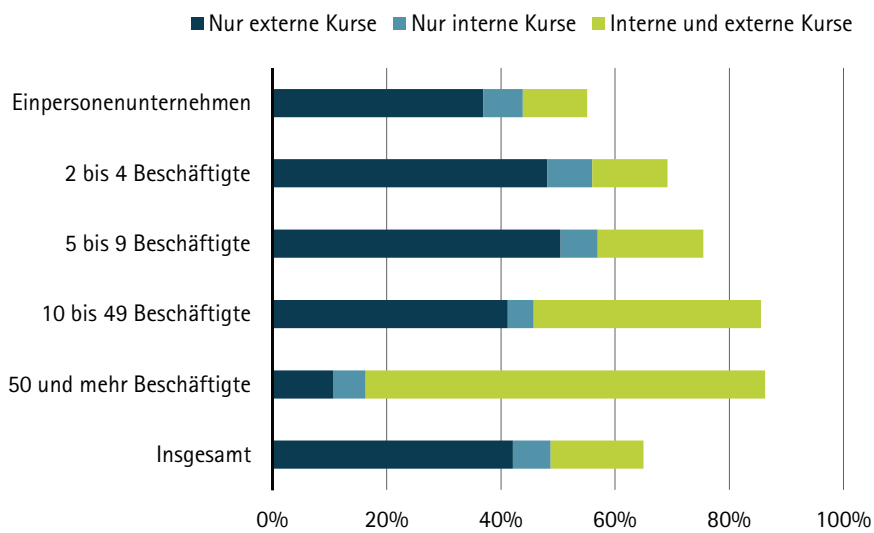
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.2

Unternehmen, die Weiterbildungskurse einsetzen, nach Größenklassen – 2016

Anteil in Prozent



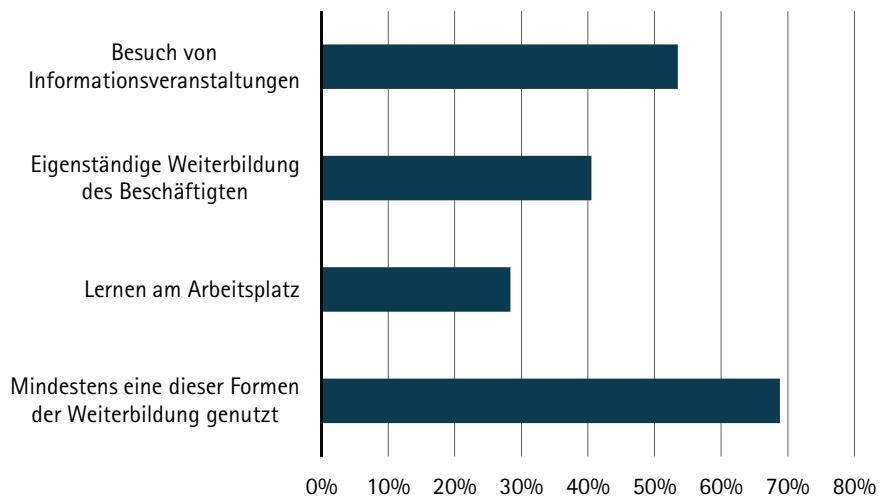
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.3

Unternehmen, die andere Formen der Weiterbildung einsetzen - 2016

Anteil in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Drei Viertel (73,1 Prozent) der Südtiroler Unternehmen haben im Jahr 2016 Weiterbildungsaktivitäten für ihre Beschäftigten durchgeführt, d.h. Weiterbildungsmaßnahmen, die in bezahlter Arbeitszeit stattfanden und/oder vom Unternehmen zur Gänze oder zum Teil finanziert wurden. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass in einem Viertel der Unternehmen in diesem Jahr aus den verschiedensten Gründen (siehe Abschnitt 2.3) keine Weiterbildung stattgefunden hat. Insbesondere die Einpersonenernehmen weisen eine deutlich geringere Weiterbildungsquote auf als die Unternehmen in den anderen Größenklassen.

Welche Formen der Weiterbildung werden gewählt? Legt man das Augenmerk zunächst auf die Kurse, ergibt sich folgendes Bild. In zwei Dritteln (65 Prozent) aller Unternehmen nahmen im Jahr 2016 Beschäftigte an Weiterbildungskursen teil. Unterscheidet man zwischen externen Kursen, d.h. Kursen, die von öffentlichen oder privaten Bildungseinrichtungen, Verbänden usw. auf dem freien Markt angeboten werden, und internen Kursen, die der Betrieb eigens für sich konzipiert hat (siehe Kapitel 1), so zeigt sich folgendes Ergebnis: 42,1 Prozent der Unternehmen haben ausschließlich externe Kurse, 16,3 Prozent sowohl interne als auch externe Kurse und 6,6 Prozent ausschließlich interne Kurse durchgeführt. Mit steigender Unternehmensgröße steigt der Anteil der Unternehmen, die auch interne Kurse für ihre Mitarbeiter organisieren, deutlich an, während kleinere Unternehmen häufig ausschließlich auf externe Kurse zurückgreifen. Interessant sind auch die Unterschiede zwischen den Sektoren: Der Anteil der Unternehmen, die Weiterbildungskurse einsetzen, reicht von 56 Prozent im Gastgewerbe bis 74,1 Prozent in der Landwirtschaft.

Insgesamt haben 68,8 Prozent aller Unternehmen (zusätzlich oder alternativ zu den Kursen) andere Formen der Weiterbildung genutzt.⁵ Am beliebtesten sind dabei

⁵ Sonstige Formen der Weiterbildung wie Job-Rotation oder Qualitätszirkel (siehe Infobox Kapitel 1) wurden von den Unternehmen nicht spontan genannt.

Informationsveranstaltungen wie Fachvorträge, Fachtagungen, Kongresse und Fachmessen, die von Mitarbeitern von mehr als der Hälfte (53,5 Prozent) der Unternehmen besucht wurden. Immerhin 40,5 Prozent der Unternehmen unterstützen eine selbstständige Weiterbildung der Beschäftigten (z.B. durch das Lesen von Fachliteratur oder den Einsatz von elektronischen bzw. audiovisuellen Medien). Über ein Viertel (28,3 Prozent) der Betriebe hat 2016 „Lernen am Arbeitsplatz“ angeboten, d.h. die systematische Einarbeitung durch Vorgesetzte, Kollegen oder Lieferanten.

2.2 Weiterbildungsplanung

Dieser Abschnitt zeigt auf, ob und welche Maßnahmen der Weiterbildungsplanung eingesetzt werden. Beispiele dafür sind die periodische Überprüfung des Weiterbildungsbedarfs oder das Erstellen eines schriftlichen Planes, in dem die Ziele und Vorgehensweise der Weiterbildung dokumentiert sind.

Tabelle 2.2

„Welche Maßnahmen der Weiterbildungsplanung ergreifen Sie?“

Anteil der Unternehmen in Prozent

	Periodische Überprüfung des Bedarfs	Plan mit Beschreibung der Ziele und Vorgehensweise	Mittel im Budgetplan	Einsatz von mindestens einer dieser Maßnahmen
Einpersonnenunternehmen	25,0	16,0	32,9	42,7
2 bis 4 Beschäftigte	47,6	19,1	43,7	59,1
5 bis 9 Beschäftigte	61,0	26,4	50,1	71,0
10 bis 49 Beschäftigte	67,6	38,0	65,8	79,7
50 und mehr Beschäftigte	90,5	79,2	85,3	97,0
Landwirtschaft	35,2	17,9	36,2	49,2
Produzierendes Gewerbe	50,4	24,7	51,5	60,3
Handel	64,1	25,0	45,2	68,6
Gastgewerbe	34,6	9,7	45,3	57,1
Dienstleistungen	43,0	30,7	40,9	54,2
Insgesamt	46,0	22,8	44,0	60,4

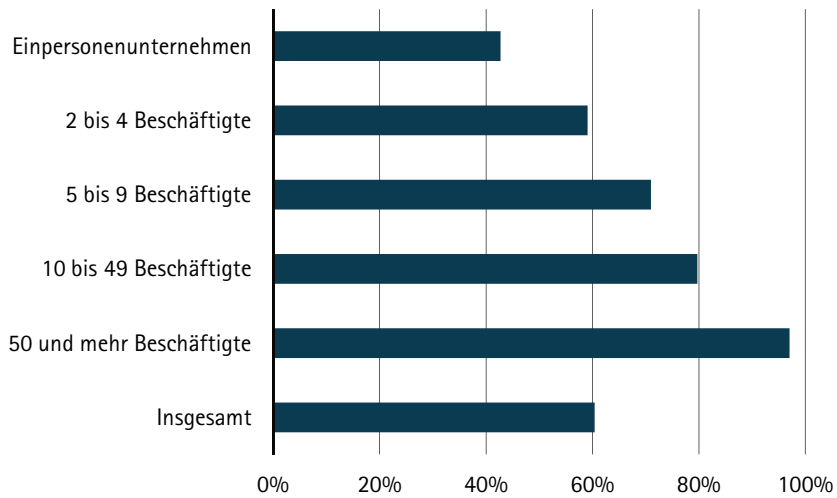
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.4

Unternehmen, die mindestens eine Maßnahme der Weiterbildungsplanung einsetzen, nach Größenklassen – 2016

Anteil in Prozent



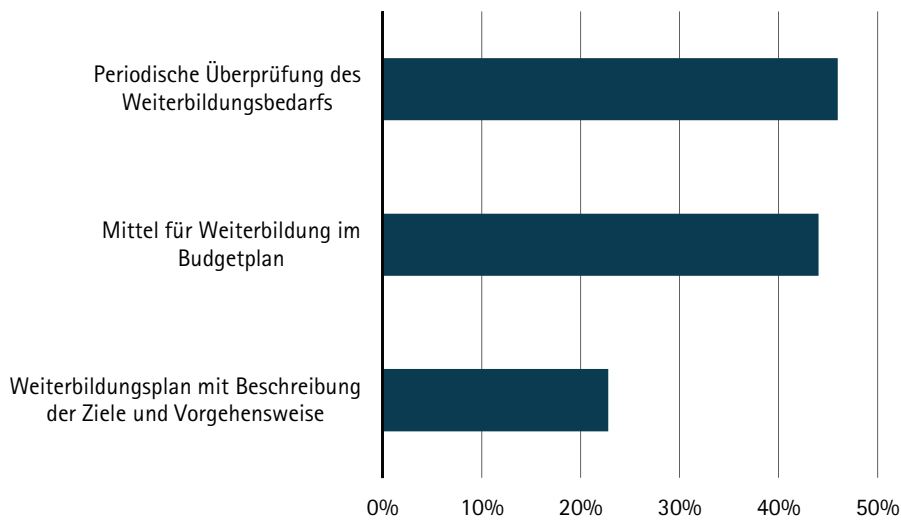
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.5

Maßnahmen der Weiterbildungsplanung

Anteil der Unternehmen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Insgesamt gesehen setzen zwei von drei Südtiroler Unternehmen mindestens eine der drei untersuchten Maßnahmen zur Weiterbildungsplanung ein. Mit steigender Unternehmensgröße steigt die Planungstätigkeit allerdings deutlich an. Während beispielsweise nur 42,7 Prozent der Einpersonenernehmen mindestens eine Planungsaktivität vornimmt, liegt dieser Anteil bei den großen Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten bereits bei 97,0 Prozent.

Jeweils vier von zehn Unternehmen prüfen periodisch ihren Weiterbildungsbedarf (z.B. in Mitarbeitergesprächen) und sehen entsprechende Mittel in der Budgetplanung vor. Nur jedes fünfte Unternehmen (oder 22,8 Prozent) sieht allerdings den Einsatz eines schriftlichen Weiterbildungsplanes vor, in dem die Ziele und die Vorgehensweise der Weiterbildungsaktivitäten beschrieben sind.

Erwartungsgemäß besteht ein starker Zusammenhang zwischen Planung und tatsächlicher Weiterbildungsaktivität (siehe Abschnitt 2.1). Während der Großteil (82,8 Prozent) der im Jahr 2016 weiterbildungsaktiven Unternehmen regelmäßig mindestens ein Instrument der Weiterbildungsplanung einsetzt, trifft dies nur für 17,1 Prozent der nichtweiterbildungsaktiven Unternehmen zu.⁶

Bei den Unternehmen, die Maßnahmen der Weiterbildungsplanung ergreifen, wurde auch nachfragt, wie sie ihren Weiterbildungsbedarf erheben. Dabei ergeben sich folgende Erkenntnisse: Mehr als die Hälfte (52,8 Prozent) der Unternehmen gibt an, dass Weiterbildungsbedarf durch Gespräche, systematische Bedarfsanalysen und Kontrollen bzw. Beobachtung intern ermittelt wird. 19,9 Prozent der Unternehmen geben hingegen an, dass der Weiterbildungsbedarf aufgrund von externen Einflussfaktoren entsteht, z.B. durch neue gesetzliche Bestimmungen, neue Technologien und neue Marktanforderungen. 8,1 Prozent der Befragten geben an, dass sie für die Weiterbildungsplanung die Angebote von Weiterbildungsanbietern zu Rate ziehen.

Immerhin 44,8 Prozent der Unternehmen, so ein weiteres Ergebnis der Befragung, haben Maßnahmen eingesetzt, um das Gelernte in die Praxis umzusetzen. Knapp 40 Prozent dieser Unternehmen tut dies durch Üben und Anwenden bei der täglichen Arbeit. 19,7 Prozent geben an, dass sie das Gelernte besprechen, während 19,1 Prozent auf Begleitung, Beobachtung und Kontrolle setzen. 5,3 Prozent der Befragten geben an, dass nach Weiterbildungen spezifische organisatorische Maßnahmen ergriffen werden wie z.B. die Einführung neuer Standards, neuer Prozesse oder Software.

2.3 Weiterbildungsbedarf

Die Abschnitte 2.1 und 2.2 zeigten auf, dass mehr als ein Viertel der Unternehmen im Jahr 2016 keine Weiterbildungsaktivitäten und/oder Maßnahmen der Weiterbildungsplanung durchgeführt hat. In diesem Abschnitt soll nun untersucht werden, was die Gründe dafür sind. Insbesondere soll geklärt werden, warum keine Weiterbildung im Betrieb über die gesetzliche Pflichtweiterbildung hinaus durchgeführt wurde. Wurde kein entsprechender Bedarf erkannt? Gab es Schwierigkeiten diesen (vollständig) zu decken und, wenn ja, welche?

⁶ Betrachtet man nur Unternehmen mit Planungstätigkeit, zeigt sich, dass der Großteil (95,9 Prozent) auch eine Form der Weiterbildung im Jahr 2016 angeboten hat. Auf der anderen Seite hat aber auch die Hälfte (49,8 Prozent) der Unternehmen ohne Planungstätigkeit Weiterbildungsaktivitäten für ihre Beschäftigten im Jahr 2016 durchgeführt.

Tabelle 2.3

„Konnte das Unternehmen 2016 den Weiterbildungsbedarf (über die gesetzlich vorgeschriebene Pflichtweiterbildung hinaus) decken?“

Verteilung der Unternehmen in Prozent

	Kein Bedarf	Falls Bedarf		Insgesamt
		Bedarf nicht vollständig gedeckt	Bedarf vollständig gedeckt	
Einpersonnenunternehmen	54,3	9,8	90,2	100
2 bis 4 Beschäftigte	42,6	20,4	79,6	100
5 bis 9 Beschäftigte	30,2	23,2	76,8	100
10 bis 49 Beschäftigte	17,6	18,6	81,4	100
50 und mehr Beschäftigte	4,7	15,1	84,9	100
Landwirtschaft	36,6	9,9	90,1	100
Produzierendes Gewerbe	56,6	12,7	87,3	100
Handel	33,7	25,6	74,4	100
Gastgewerbe	44,1	34,5	65,5	100
Dienstleistungen	49,1	15,3	84,7	100
Insgesamt	45,5	21,5	78,5	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

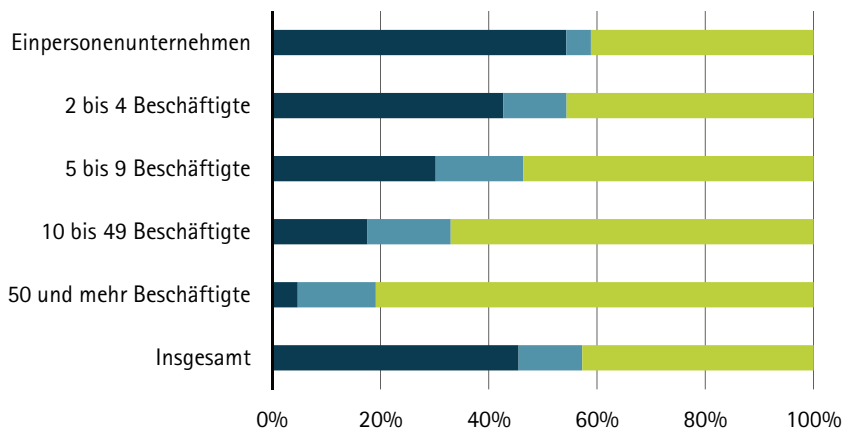
© 2017 WIFO

Abbildung 2.6

„Konnte das Unternehmen 2016 den Weiterbildungsbedarf (über die gesetzliche Pflichtweiterbildung hinaus) decken?“

Verteilung der Unternehmen in Prozent

■ Kein Bedarf ■ Bedarf nicht vollständig gedeckt ■ Bedarf vollständig gedeckt



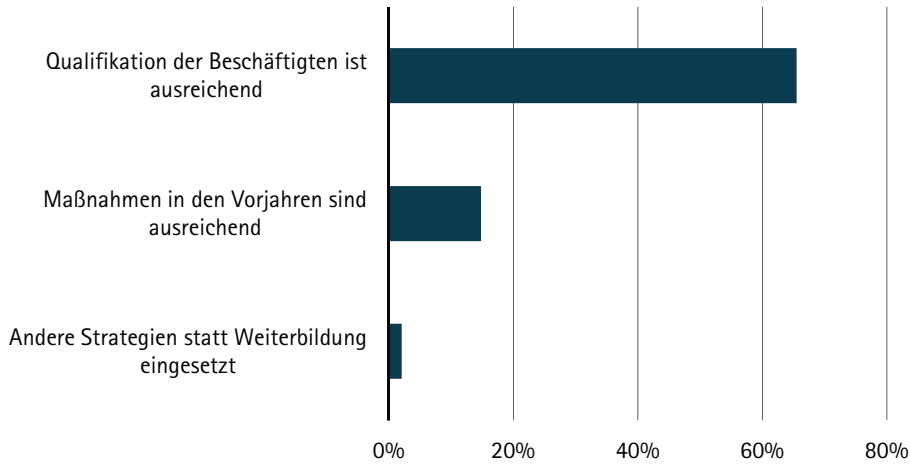
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.7

„Warum gab es für das Unternehmen im Jahr 2016 keinen (weiteren) Bedarf an Weiterbildung (über die gesetzlich vorgeschriebene Pflichtweiterbildung hinaus)?“

Anteil der Unternehmen ohne Bedarf in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

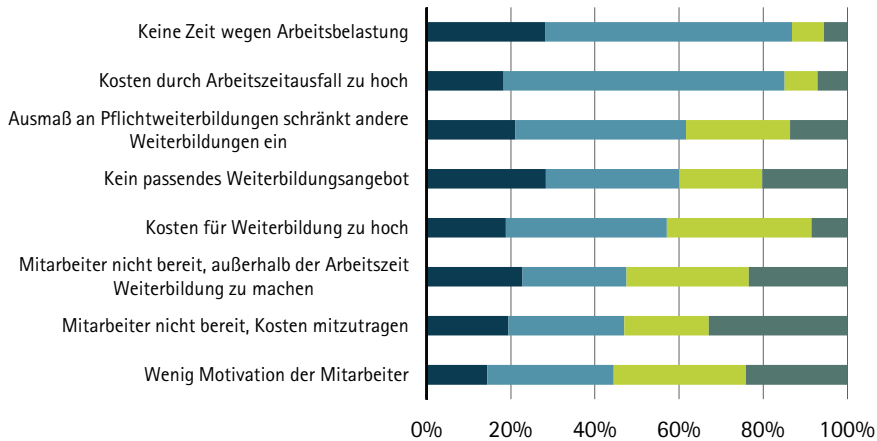
© 2017 WIFO

Abbildung 2.8

„Warum konnte das Unternehmen 2016 seinen Weiterbildungsbedarf (über die gesetzliche Pflichtweiterbildung hinaus) nicht decken?“

Verteilung der Unternehmen mit nicht vollständig gedecktem Weiterbildungsbedarf in Prozent

■ Trifft sehr zu ■ Trifft eher zu ■ Trifft weniger zu ■ Trifft gar nicht zu



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

42,8 Prozent der Unternehmen konnten ihren Weiterbildungsbedarf (über die gesetzlich vorgeschriebene Pflichtweiterbildung hinaus) im Jahr 2016 vollständig decken, 11,7 Prozent teilweise. 45,5 Prozent der Unternehmen sahen für 2016 allerdings keinen Bedarf für zusätzliche Weiterbildungsmaßnahmen in ihrem Betrieb. Diesbezüglich zeigt sich wieder ein klarer Zusammenhang mit der Unternehmensgröße. Kleine Unternehmen gingen

deutlich häufiger von keinem Bedarf aus, während größere Betriebe meist einen Bedarf erkannten und diesen großteils auch vollständig decken konnten.

Der häufigste Grund, warum die Unternehmen keinen Weiterbildungsbedarf (über die gesetzlich vorgeschriebene Weiterbildung hinaus) erkannten, ist deren Überzeugung, dass die vorhandenen Qualifikationen der Mitarbeiter bereits ausreichend waren. Zum Teil könnte dies auch damit zusammenhängen, dass in den Vorjahren bereits ausreichende Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt worden sind. Selten wurden dagegen statt Weiterbildungsmaßnahmen andere Strategien angewandt: z.B. die Einstellung von neuem Personal, das über die erforderlichen Qualifikationen verfügt, durch den Schwerpunkt auf betriebliche Erstausbildung (z.B. Lehre oder Praktikanten) oder durch interne Reorganisation.

Was führte hingegen dazu, dass der Weiterbildungsbedarf 2016 nicht vollständig gedeckt werden konnte? Am meisten beklagten die Unternehmen, dass sie aufgrund der hohen Arbeitsbelastung keine Zeit für Weiterbildung hatten. Im selben Maße werden die Kosten durch den Arbeitszeitausfall als zu hoch eingeschätzt. Häufig schränkte auch das hohe Ausmaß an Pflichtweiterbildungen den Spielraum für weitere Weiterbildungsmaßnahmen ein und die Kosten der Weiterbildungskurse wurden als zu hoch beurteilt. Nicht zuletzt fand das Unternehmen auf dem Weiterbildungsmarkt auch nicht das richtige Angebot. Interessant ist, dass einige Gründe auf Mitarbeiterseite zu finden sind: zum Teil waren sie wenig motiviert oder nicht bereit Kosten (Zeit, Geld) mitzutragen.

2.4 Eckdaten zu den betrieblichen Weiterbildungskursen

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Eckdaten zu den (internen und externen) Weiterbildungskursen präsentiert. Zunächst wird aufgezeigt, wie viele Weiterbildungstage die Unternehmen dafür aufwenden. Außerdem werden einige Merkmale der Weiterbildungskurse analysiert. Wie hoch ist beispielsweise der Anteil der Pflichtweiterbildung? Für wie viele Kurse werden Förderungen in Anspruch genommen? Welche sind die beliebtesten Weiterbildungsthemen?

2.4.1 Umfang der Weiterbildungskurse

Tabelle 2.4

	Bezogen auf alle Unternehmen			Bezogen auf Unternehmen mit Weiterbildungskursen		
	Externe Kurse	Interne Kurse	Ins-gesamt	Externe Kurse	Interne Kurse	Ins-gesamt
Einpersonenunternehmen	1,8	0,9	2,7	3,2	1,4	4,6
2 bis 4 Beschäftigte	1,5	0,4	1,8	2,0	0,5	2,5
5 bis 9 Beschäftigte	1,6	0,4	2,0	2,0	0,4	2,4
10 bis 49 Beschäftigte	0,7	0,3	1,0	0,8	0,3	1,1
50 und mehr Beschäftigte	2,3	0,6	3,0	2,5	0,7	3,1
Landwirtschaft	1,4	0,3	1,7	1,7	0,3	2,0
Produzierendes Gewerbe	2,3	0,5	2,8	2,6	0,5	3,2
Handel	1,5	0,6	2,0	1,9	0,7	2,6
Gastgewerbe	0,9	0,2	1,1	1,3	0,2	1,5
Dienstleistungen	1,1	0,7	1,9	1,4	0,9	2,3
Insgesamt	1,0	0,4	1,4	1,2	0,4	1,6

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

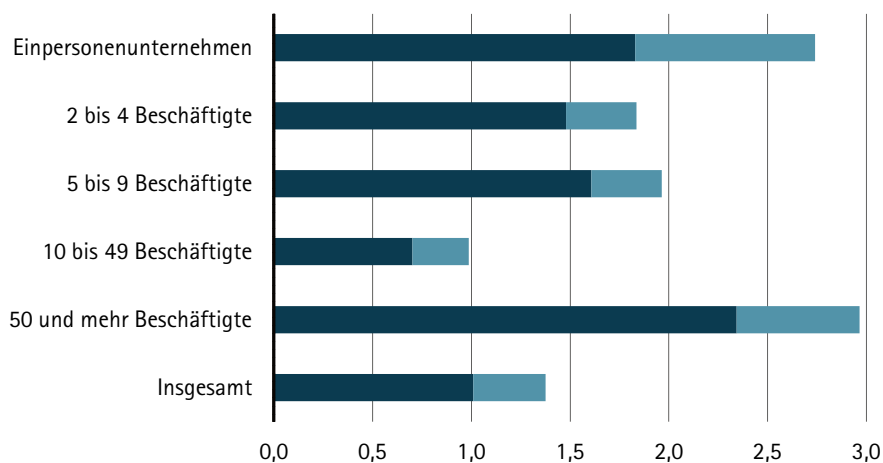
© 2017 WIFO

Abbildung 2.9

„Wie viele Weiterbildungskurstage haben die Beschäftigten Ihres Unternehmens 2016 in Anspruch genommen?“

Tage je Beschäftigten

■ Externe Kurse ■ Interne Kurse



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Im Schnitt haben alle Unternehmen Südtirols (d.h. mit und ohne Weiterbildungskurse) 1,4 Weiterbildungstage je Beschäftigten durchgeführt, davon mehr als doppelt so viele Tage in externen Kursen (1,0) als in internen Kursen (0,4). Im Abschnitt 2.2 wurde aufgezeigt, dass

die Weiterbildungsquote mit steigender Unternehmensgröße deutlich zunimmt. Dies liegt zum Teil auch daran, dass bei einer größeren Anzahl von Beschäftigten die Wahrscheinlichkeit zunimmt, dass mindestens ein Beschäftigter eine Weiterbildung in Anspruch nimmt. Wenn man dagegen die Weiterbildungstage ins Verhältnis zu den Beschäftigten setzt, relativieren sich die Unterschiede zwischen den Größenklassen etwas. Insgesamt gesehen bleiben die größeren Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten mit drei Weiterbildungstagen je Beschäftigten am weiterbildungsintensivsten, der Vorsprung ist nun aber weniger deutlich. Interessant ist, dass die Einpersonenernehmen fast gleich weiterbildungsintensiv sind wie die größten Betriebe, während die mittleren Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten die geringste Weiterbildungsintensität aufweisen.

Untersucht man nur Unternehmen, die tatsächlich Weiterbildungskurse für ihre Mitarbeiter organisiert haben, so zeigt sich, dass im Schnitt 1,6 Tage je Beschäftigten durchgeführt wurden, davon wiederum deutlich häufiger für externe Kurse (1,2 Tage) als für interne Kurse (0,4 Tage). Interessanterweise zeigt sich, dass nun die Einpersonenernehmen sogar am meisten Weiterbildungstage je Beschäftigten in Anspruch genommen haben.

2.4.2 Merkmale der Weiterbildungskurse

Tabelle 2.5

„Wie groß ist der Anteil der Weiterbildungskurse im Jahr 2016, ...“				
Anteil nach Kursdauer in Prozent				
	... die in Südtirol besucht wurden	... die gesetzlich vorgeschrieben waren	... für die Förderungen in Anspruch genommen wurden	... die digital durchgeführt wurden (E-Learning)
Einpersonenernehmen	84,3	36,6	0,3	0,6
2 bis 4 Beschäftigte	71,2	35,6	7,3	5,2
5 bis 9 Beschäftigte	80,1	42,9	4,0	4,1
10 bis 49 Beschäftigte	76,2	40,9	10,9	9,6
50 und mehr Beschäftigte	81,2	52,9	41,6	12,6
Landwirtschaft	86,6	44,6	2,5	3,4
Produzierendes Gewerbe	82,3	57,4	41,6	12,1
Handel	73,2	36,0	6,4	4,4
Gastgewerbe	67,1	30,0	8,6	2,8
Dienstleistungen	72,0	32,5	10,6	9,2
Insgesamt	74,3	43,3	22,8	8,3

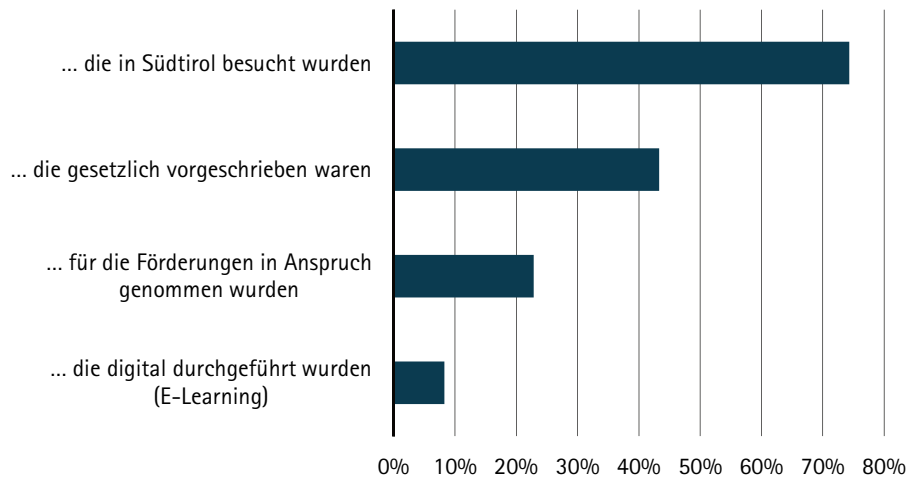
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.10

„Wie groß ist der Anteil der Weiterbildungskurse, im Jahr 2016, ...“

Anteil nach Kursdauer in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Für die Kurse lassen sich folgende Merkmale feststellen. Gemessen an der Gesamtdauer der Weiterbildung zeigt sich, dass der Großteil (74,3 Prozent) der Kurse in Südtirol besucht wurde. Der Anteil der gesetzlich vorgeschriebenen Kurse liegt dagegen im Schnitt bei 43,3 Prozent der gesamten Weiterbildungsdauer und für ein Viertel (22,8 Prozent) der Kursstunden wurden außerdem gesetzliche Förderungen in Anspruch genommen. Die größeren Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten weisen allerdings einen deutlich höheren Anteil an Pflichtweiterbildungskursen sowie insbesondere an geförderten Kursen auf als die Unternehmen in den anderen Größenklassen. Der Anteil der digital durchgeführten Kurse (E-Learning) hält sich mit 8,3 Prozent (noch) in Grenzen.

2.4.3 Themen der Weiterbildungskurse

Tabelle 2.6

„Welche Themenbereiche waren 2016 Gegenstand von Weiterbildungskursen?“			
Anteil der Unternehmen, die Weiterbildungskurse durchgeführt haben, in Prozent			
	Inhaber und Führungskräfte	Andere Mitarbeiter	Teilnahme von mind. einem Beschäftigten
Arbeitssicherheit	65,1	65,0	73,7
Gesundheitsschutz, Hygiene	41,5	41,1	50,1
Persönliche, soziale Kompetenzen	46,4	33,5	49,6
Technische und praktische Fertigkeiten	36,3	32,8	44,8
Verkauf, Marketing, Einkauf, Logistik	39,8	20,4	42,0
EDV, Internet, Multimedia	31,3	20,1	40,2
Unternehmensführung, Mitarbeiterführung	38,9	12,4	39,5
Finanz- und Rechnungswesen, Steuern, Recht	26,5	12,5	30,2
Büro- und Sekretariatsarbeit	9,4	20,2	22,5
Fremdsprachen	15,8	9,6	20,0

Quelle: WIFO (eigene Erhebung) © 2017 WIFO

Abbildung 2.11



Wie Abschnitt 2.3.2 aufzeigte, waren im Jahr 2016 rund 43 Prozent der Kursstunden gesetzlich vorgeschrieben. Entsprechend gefragt sind die Themenbereiche, die damit eng zusammenhängen, wie die „Arbeitssicherheit“ und der Bereich „Gesundheitsschutz, Hygiene“. Beispielsweise haben drei Viertel aller Unternehmen mit Weiterbildungskursen im Jahr 2016 Beschäftigte zu Arbeitssicherheitskursen geschickt, Inhaber und Führungskräfte in gleichem Maße wie andere Mitarbeiter. Auch „persönliche und soziale

Kompetenzen“ wie Arbeitstechniken, Zeitmanagement und Kommunikation sind sehr gefragt bei beiden Beschäftigtentypologien ebenso wie „technische und praktische Fähigkeiten“ (z.B. Schweißen, CNC, Frisiertechniken und vieles mehr). Es folgen die Themenbereiche „Verkauf, Marketing, Einkauf, Logistik“, „EDV, Internet, Multimedia“ (wie Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Erstellen von Webseiten u.ä.) sowie „Unternehmensführung, Mitarbeiterführung“, die allerdings vorzugsweise für Inhaber und Führungskräfte relevant sind. Auch der Bereich „Finanz- und Rechnungswesen, Steuern, Recht“ wird ebenfalls stärker von Inhabern und Führungskräften genutzt. Weniger häufige Themen für Weiterbildungskurse sind die „Büro- und Sekretariatsarbeit“ (Telefon, Korrespondenz, Ablage usw.) sowie „Fremdsprachen“, wobei der erste Bereich für die anderen Mitarbeiter eine größere Rolle spielt als für die Inhaber und Führungskräfte.

2.5 Bewertung des Umfanges des Weiterbildungsangebotes

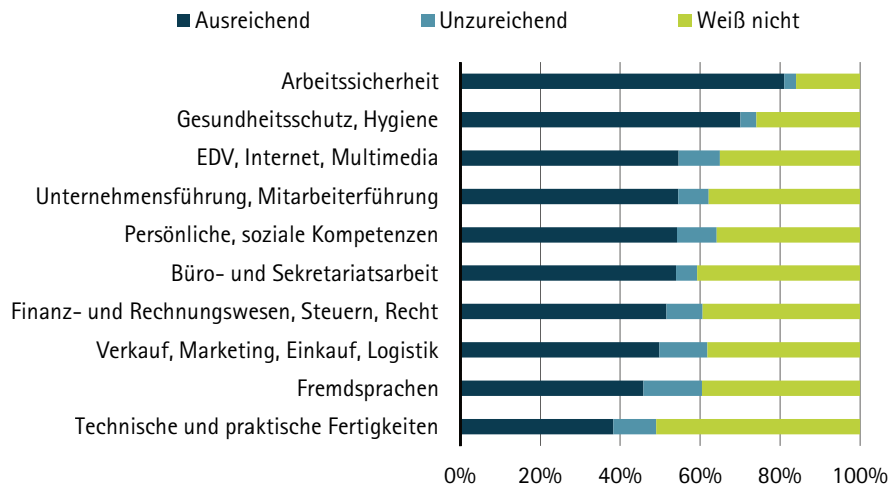
In diesem Abschnitt soll untersucht werden, ob das Weiterbildungsangebot in Südtirol in Bezug auf bestimmte Themen ausreichend ist. Fehlen bestimmte Themenbereiche? Außerdem werden die Gründe aufgezeigt, warum interne Kurse organisiert werden.

2.5.1 Bewertung des Weiterbildungsangebotes nach Themen

Abbildung 2.12

„Wie schätzen Sie das Weiterbildungsangebot in Südtirol zu den folgenden Themen ein, unabhängig davon, ob diese Themen für Ihre Organisation von Interesse sind?“

Verteilung der Unternehmen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Sehr viele Unternehmen können das aktuelle Weiterbildungsangebot in Südtirol zu den verschiedenen Themen nicht beurteilen. Bei denen, die sich ein Urteil zutrauen, überwiegt allerdings die Meinung, dass das Angebot zu den meisten Themen ausreichend sei. Vergleichsweise etwas weniger zufrieden sind die Unternehmen mit dem Angebot im Bereich „Fremdsprachen“ sowie „Verkauf, Marketing, Einkauf, Logistik“. Besonders umfangreich wird das Angebot im Bereich „Gesundheitsschutz, Hygiene“ sowie „Arbeitsicherheit“ eingestuft.

2.5.2 Gründe für die Organisation von internen Kursen

Wie Abschnitt 2.1 zeigte, haben 23 Prozent aller Unternehmen auch interne Kurse organisiert. Besonders größere Unternehmen nutzen diese Art der Weiterbildung. Was sind die wichtigsten Gründe dafür?

Tabelle 2.7

„Warum hat Ihr Unternehmen im Jahr 2016 interne Kurse organisiert?“

Anteil der Unternehmen mit internen Weiterbildungskursen in Prozent

	Höhere Qualität der Kurse / Referenten	Bessere Abdeckung der gewünschten Themen	Besseres Preis-Leistungs-Verhältnis	Sonstiges
Einpersonnenunternehmen	13,3	61,0	47,4	24,0
2 bis 4 Beschäftigte	10,9	61,8	33,2	13,7
5 bis 9 Beschäftigte	17,4	67,2	39,9	26,1
10 bis 49 Beschäftigte	19,1	78,4	30,2	16,7
50 und mehr Beschäftigte	35,4	76,0	40,3	13,3
Landwirtschaft	5,2	61,6	38,8	24,1
Produzierendes Gewerbe	6,2	54,7	51,3	21,5
Handel	26,7	79,9	20,5	16,3
Gastgewerbe	50,9	27,3	48,3	13,7
Dienstleistungen	14,7	78,2	37,6	13,4
Insgesamt	24,4	65,2	33,5	11,7

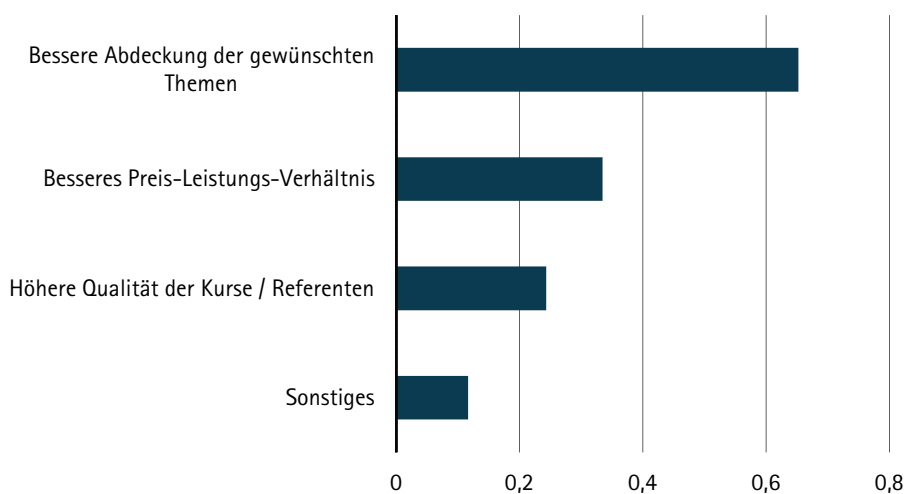
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.13

„Warum hat das Unternehmen im Jahr 2016 interne Kurse organisiert?“

Anteil der Unternehmen mit internen Weiterbildungskursen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Der wichtigste Grund für die Organisation von internen Kursen liegt in der besseren Abdeckung der gewünschten Themen. Weniger ausschlaggebend ist dagegen ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis oder die höhere Qualität der internen Kurse im Vergleich zum externen Angebot.

Zur besseren Veranschaulichung, warum Unternehmen interne Kurse organisieren, sollen folgende ausgewählte Zitate dienen:

- > „Garantiert eine flexible Ausführung.“
- > „Gewisse Themen sind nur intern möglich.“
- > „Die Mitarbeiter bleiben im Haus.“
- > „Gewährleistet eine produktspezifische Ausbildung.“
- > „Man kann den gewünschten Zeitpunkt und das gewünschte Thema selbst auswählen.“
- > „Ermöglicht eine höhere Teilnehmerzahl.“
- > „Sinnvoll, um betriebsinternes Denken zu stärken.“

2.6 Förderungen für betriebliche Weiterbildung

Der letzte Abschnitt beleuchtet schließlich die Rolle der Förderungen für betriebliche Weiterbildung in Südtirol. Welche Förderkanäle sind bekannt? Welche werden in Anspruch genommen? Wie zufrieden sind die Unternehmen damit?

2.6.1 Allgemeine Bekanntheit der Fördermöglichkeiten

Tabelle 2.8

„Wissen Sie, dass betriebliche Weiterbildung gefördert wird? Wie gut sind Sie über die verschiedenen Fördermöglichkeiten informiert?“

Anteil und Verteilung der Unternehmen in Prozent

	Bekannt?	Falls bekannt: Wie gut über Fördermöglichkeiten informiert?				Insgesamt
		Sehr gut	Eher gut	Weniger gut	Gar nicht	
Einpersonnenunternehmen	45,9	18,2	38,9	35,4	7,5	100
2 bis 4 Beschäftigte	51,2	8,9	30,4	53,6	7,1	100
5 bis 9 Beschäftigte	64,1	4,7	37,5	45,5	12,3	100
10 bis 49 Beschäftigte	73,3	3,7	37,6	51,0	7,8	100
50 und mehr Beschäftigte	92,0	8,4	47,8	41,4	2,4	100
Landwirtschaft	40,5	5,7	26,2	55,3	12,7	100
Produzierendes Gewerbe	57,0	19,9	33,1	39,9	7,1	100
Handel	59,8	0,5	34,9	57,2	7,4	100
Gastgewerbe	58,5	10,8	50,4	34,3	4,5	100
Dienstleistungen	63,2	15,4	36,2	42,6	5,8	100
Insgesamt	56,7	6,4	35,1	51,3	7,2	100

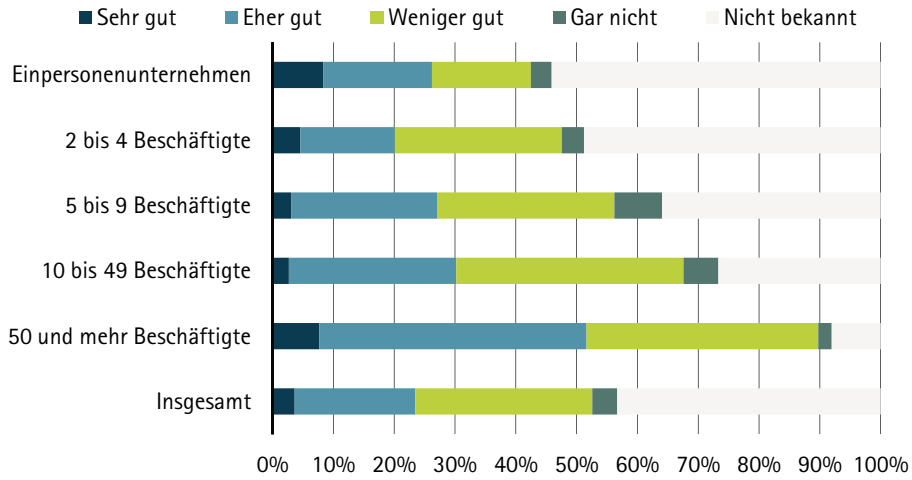
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 2.14

„Wissen Sie, dass betriebliche Weiterbildung gefördert wird? Wie gut sind Sie über die verschiedenen Fördermöglichkeiten informiert?“

Verteilung der Unternehmen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Nur etwas mehr als die Hälfte (56,7 Prozent) der Südtiroler Unternehmen weiß, dass betriebliche Weiterbildung in Südtirol gefördert wird. Mit steigender Unternehmensgröße nimmt der Bekanntheitsgrad der Förderungen zu. Allerdings fühlt sich die Mehrheit der Unternehmen nicht besonders gut informiert. Interessant ist, dass sich die Einpersonenernehmen, denen die Förderungen bekannt sind, selbst besser informiert einschätzen als die Unternehmen anderer Größenklassen.

2.6.2 Bekanntheit und Nutzung der Förderkanäle

Tabelle 2.9

„Welche der folgenden Förderkanäle kennen Sie? Welche haben Sie im Jahr 2016 selbst genutzt?“

Anteil der Unternehmen in Prozent

	Landesförderungen der Abteilung Wirtschaft		Landesförderungen der Berufsbildung		Branchenübergreifende Fonds		EU-Programme	
	Bekannt	Nutzung	Bekannt	Nutzung	Bekannt	Nutzung	Bekannt	Nutzung
Einpersonenernehmen	21,1	4,4	14,5	2,8	3,9	0,0	10,9	4,3
2 bis 4 Beschäftigte	23,7	2,7	19,3	3,7	1,7	0,3	16,7	4,8
5 bis 9 Beschäftigte	30,2	6,8	21,7	3,3	5,3	0,9	13,9	0,8
10 bis 49 Beschäftigte	36,7	14,6	28,0	7,5	13,8	6,9	15,8	2,5
50 und mehr Beschäftigte	37,2	13,6	44,3	16,1	43,0	28,8	28,8	4,7
Landwirtschaft	16,6	5,1	16,5	1,6	0,7	0,4	16,1	6,3
Produzierendes Gewerbe	22,4	8,9	25,0	10,2	11,0	1,8	8,6	1,1
Handel	36,2	3,3	18,5	4,4	9,4	2,2	11,8	0,1
Gastgewerbe	22,8	2,9	13,8	1,6	0,6	0,3	17,7	4,3
Dienstleistungen	37,9	2,2	20,3	2,3	4,6	1,1	14,0	4,3
Insgesamt	27,6	5,8	19,1	5,6	6,2	1,1	14,7	4,3

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

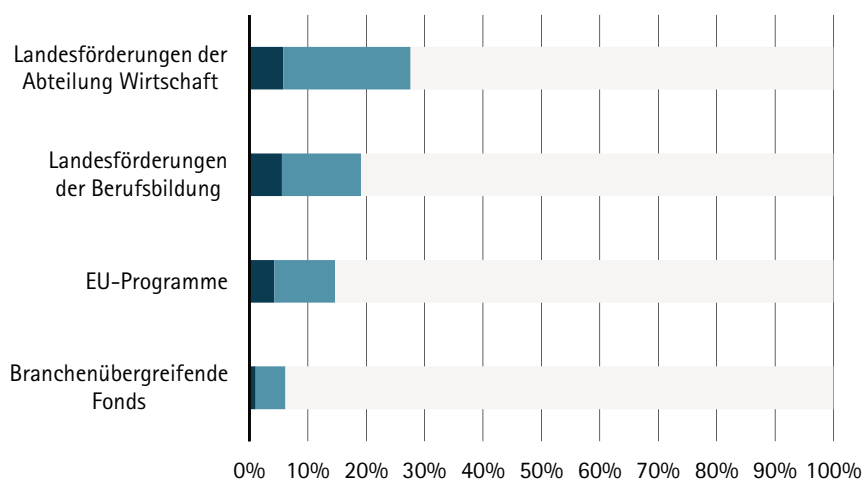
© 2017 WIFO

Abbildung 2.15

„Welche der folgenden Förderkanäle kennen Sie? Welche haben Sie im Jahr 2016 selbst genutzt?“

Verteilung der Unternehmen in Prozent

■ Genutzt ■ Nicht genutzt ■ Nicht bekannt

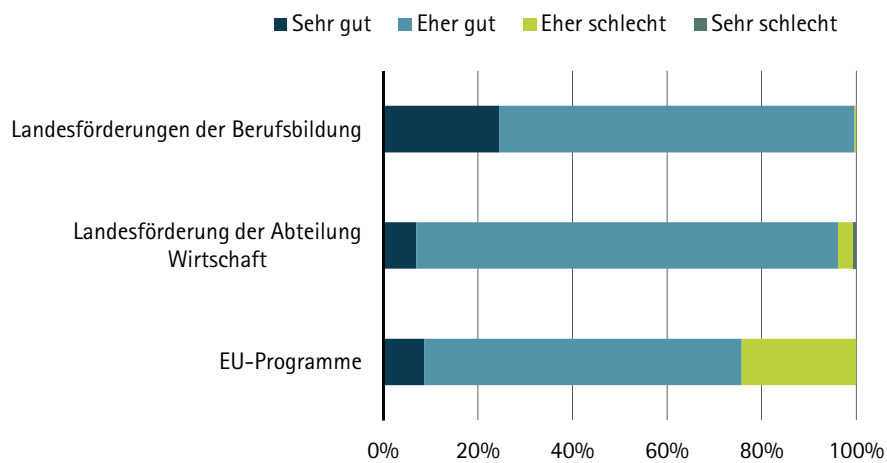


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

„Wie bewerten Sie diese konkreten Förderschienen aufgrund Ihrer Erfahrung?“ (a)

Verteilung der Unternehmen, die Förderung genutzt haben, in Prozent



(a) Die Bewertungen zu den branchenübergreifenden Fonds sind aufgrund der geringen Fallzahl der Antworten nicht angeführt.

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Die bekanntesten Förderungen zur betrieblichen Weiterbildung sind die Landesförderungen der Abteilung Wirtschaft. Über ein Viertel (27,6 Prozent) aller Unternehmen in Südtirol kennt diesen Förderkanal. Immerhin jedes fünfte (19,1 Prozent) Unternehmen kennt die Landesförderungen der Berufsbildung und 14,7 Prozent kennen EU-Programme. Branchenübergreifende Fonds (*fondi interprofessionali* wie z.B. fondoimpresa, fondo ForTe usw.) sind dagegen vor allem bei größeren Unternehmen bekannt. Andere Förderkanäle wurden auf Nachfrage von den Unternehmen nur selten genannt.

Die tatsächliche Nutzung der einzelnen Förderkanäle im Jahr 2016 liegt deutlich unter dem jeweiligen Bekanntheitsgrad und reicht von 5,8 Prozent bei den Landesförderungen bis gerade mal 1,1 Prozent bei den branchenübergreifenden Fonds. Je größer allerdings das Unternehmen, umso stärker ist die Bekanntheit und Nutzung der Förderschienen: Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten heben sich wieder deutlich von den anderen Größenklassen ab.

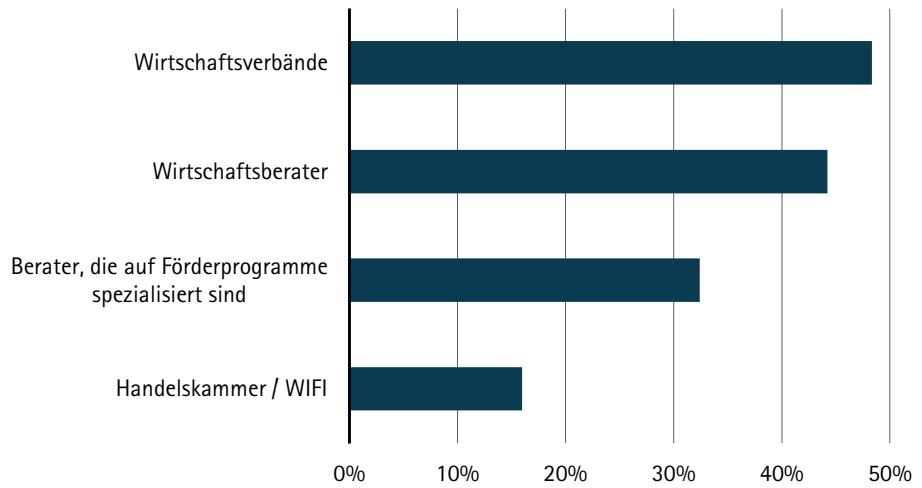
Die Förderschienen werden im Allgemeinen als gut bis sehr gut bewertet. Vergleichsweise häufig kritisiert werden nur die EU-Programme. Als Gründe für eher schlechte Bewertungen der verschiedenen Förderschienen wurden, unter anderem, eine zu hohe bürokratische Belastung oder mangelnde Transparenz genannt. Die folgenden Zitate veranschaulichen dies beispielhaft:

- > „Der bürokratische Aufwand ist zu hoch, es war eine externe Beratung notwendig.“
- > „Die Kurse müssen zu langfristig geplant werden. Meistens müssen die Kurse vorausbezahlt werden, und können dann nicht mehr gefördert werden.“
- > „Das Gesuch wurde nicht berücksichtigt, da der Termin überschritten wurde. Leider gab es dazu keine Warnung im Vorfeld.“
- > „Schlechte Transparenz im Zuge der Bearbeitung, sehr lange Wartezeiten bis zur Zahlung der Beiträge.“

Abbildung 2.17

„Von wem haben Sie sich beim Ansuchen um Förderung für Ihre Weiterbildung Unterstützung geholt?“

Anteil der Unternehmen, die Förderung genutzt haben, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Wirtschaftsverbände und Wirtschaftsberater sind die ersten Adressen, wenn es um Unterstützung für Ansuchen um Förderungen der betrieblichen Weiterbildung geht. Aber auch Berater, die auf Förderprogramme spezialisiert sind sowie die Handelskammer Bozen bzw. das WIFI, der Service für Weiterbildung und Personalentwicklung der Handelskammer Bozen, werden zu diesem Zweck aufgesucht.

WIFO

Institut für
Wirtschaftsforschung

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung
I-39100 Bozen

Südtiroler Straße 60
T +39 0471 945 708

wifo@handelskammer.bz.it
www.handelskammer.bz.it/wifo



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

