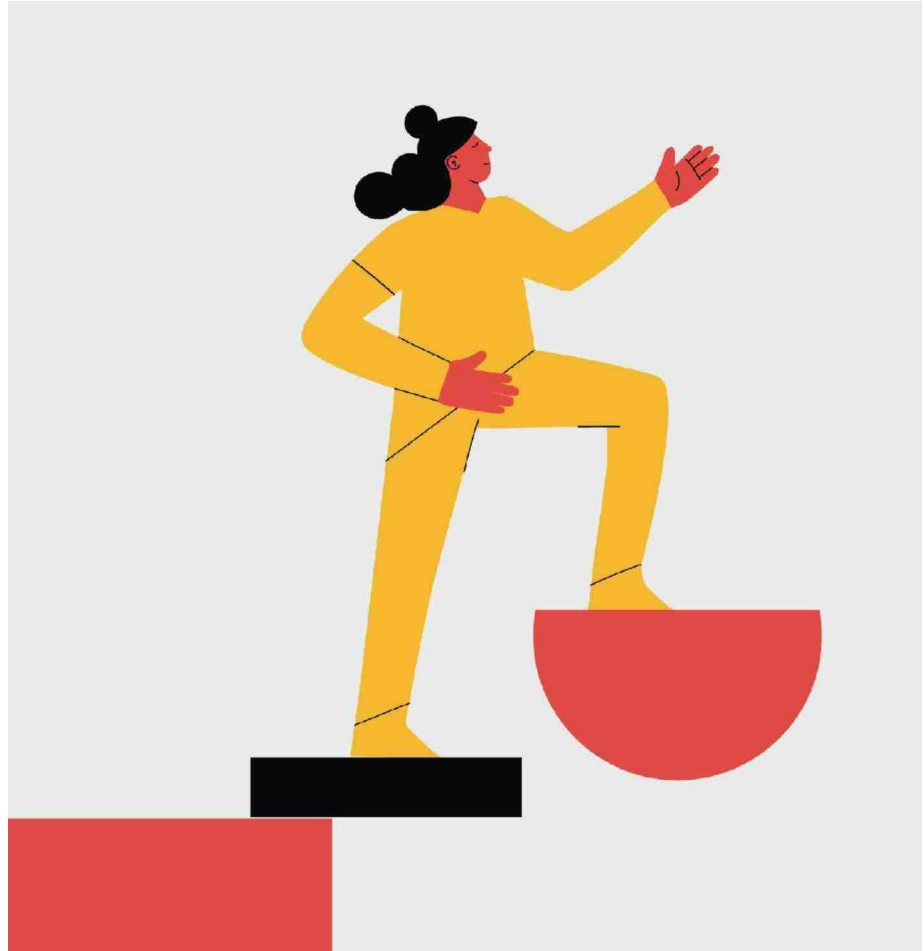


## Tra il dire e il fare ...

*... c'è di mezzo il mare.  
«Zwischen Sagen und  
Handeln liegt ein ganzes  
Meer», lautet ein italieni-  
sches Sprichwort. Mit  
dem Lippenbekenntnis  
zur Weiterbildung ist es  
eine ähnliche Sache.  
Eine neue Studie belegt,  
dass eine überwältigende  
Mehrheit kleinerer und  
mittlerer Unternehmen  
sie als unverzichtbar für  
den langfristigen Erfolg  
ansieht. Nur profitieren  
noch viel zu wenig  
Arbeitnehmende davon.*



Fast 90 Prozent der Unternehmen bis 50 Mitarbeitende finden Weiterbildung wichtig für ihren Erfolg.

ACCREDITED BY IN.NAZ.FLORA

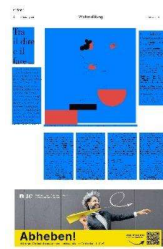
ALEXANDER VITOLIC

Die Schweiz weist gemäss des Adult Education Survey (AES) mit 68 Prozent eine der höchsten Weiterbildungsquoten in Europa auf. Die Weiterbildungsteilnahme steigt mit dem Bildungsstand. Personen mit einem Abschluss auf der Tertiärstufe nehmen laut Bundesamt für Statistik viermal häufiger an einer Weiterbildung teil als Personen ohne nachobligatorische Ausbildung und zweimal häufiger als Personen mit einem Abschluss auf der Sekundarstufe. Der EU-Durchschnitt liegt hingegen bei etwas über 35 Prozent im Jahr 2022. Dementsprechend weitgefächert ist hierzulande auch das Angebot. Man könnte auch sagen: schwer überschaubar.

Die Frage ist, wie davon profitieren?

Angeht von Megatrends wie Digitalisierung, Fachkräftemangel und Nachhaltigkeit wird Weiterbildung in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Die Art und Intensität betrieblicher Weiterbildung variiert je nach Betriebsmerkmalen. Laut Erhebungen und Forschungsarbeiten spielt die Grösse der Betriebe dabei eine wichtige Rolle. Grosse Unternehmen verfügen häufig über eigene Abteilungen für die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden, während kleine und mittlere Unternehmen (KMU) vor anderen Herausforderungen stehen. Eine im April veröffentlichte Studie des Schweizerischen Verbands für Weiterbildung (SVEB) legt ihren Fokus auf die KMU, die für die Schweizer Wirtschaft zentral sind. Sie basiert auf



einer quantitativen Befragung von 386 Firmen und zehn qualitativen Interviews mit Verantwortlichen. Die strategische Einbindung von Weiterbildung variiert stark nach Branche und Qualifikationsstruktur der Belegschaft. Die erste Erkenntnis aber ist bemerkenswert: Fast 90 Prozent der Unternehmen bis 50 Mitarbeitende finden Weiterbildung wichtig für ihren Erfolg. Auch die Mitarbeitenden sind zu rund drei Vierteln motiviert, sich weiterzubilden. Aber weniger als die Hälfte nimmt an Weiterbildungen teil, was im europäischen Vergleich unterdurchschnittlich ist. «Insbesondere gering qualifizierte Mitarbeitende weisen eine tiefe Weiterbildungsaktivität auf», schreibt der SVEB in seinem Fazit. Tatsächlich liegt die Weiterbildungsquote bei Personen mit niedrigem Bildungsabschluss nur bei 41 Prozent.

## Fehlendes Geld, fehlendes Wissen

Etwa 80 Prozent der KMU überprüfen gemäss eigenen Angaben regelmässig ihren Kompetenzbedarf. Bei etwa drei Vierteln sind Weiterbildungen ein Bestandteil der strategischen Unternehmensplanung. Jedoch gibt ein Drittel aller befragten KMU an, ihr Weiterbildungspotenzial nicht ausschöpfen zu können. Als primäre Hinderungsgründe nennen diese KMU drei Punkte: Erstens fehlt in diesen Betrieben die Zeit für Weiterbildung, zweitens können die KMU die hohen Kosten der Weiterbildung nicht tragen und drittens geben die KMU an, dass sie keine passenden Weiterbildungen finden. Fehlende Zeit und finanzielle Mittel stellten die häufigsten Hindernisse dar. Bedenkenswert findet Studienleiterin Sofie Gollob aber noch eine weitere Zahl: «45 Prozent der KMU empfinden es als schwierig, den Kompetenzbedarf zu prognostizieren. Im Klartext heisst das, sie wissen, dass sie neue Kompetenzen brauchen, können aber nicht genau sagen, welche.» Und da die meisten Betriebe nur Weiterbildungen einplanen, wenn sie einen konkreten Nutzen dahinter sähen, entspreche ihre Aktivität in diesem Segment nicht dem effektiven Bedarf.

Dass Weiterbildung in agilen und schnell wachsenden Branchen wie dem IT-Sektor in Zeiten der künstlichen Intelligenz (KI) hohe Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit beigemessen wird, versteht sich von selbst. Andere Unternehmen, beispielsweise im Handelssektor, sind oft derart absorbiert vom Tagesgeschäft, dass ihnen gar keine Zeit bleibt, sich beispielsweise über die Implementierung von KI in ihre Arbeitsprozesse und die dafür notwendigen Kompetenzen, konkrete Gedanken zu machen. Das liege mitunter auch daran, so Gollob, «dass sie den Begriff Weiterbildung zu eng fassen». Oft sei in diesem Zusammenhang dann von Erste-Hilfe-Kursen oder der Verbesserung von Office-Skills die Rede. Nur selten von strategischen Zielen.

Vor allem aber würde Weiterbildung mit Abwesenheit gleichgesetzt. Das sei längst nicht mehr der Fall. «Es wäre ein Irrtum, anzunehmen, dass Personen wegen einer Weiterbildung am Arbeitsplatz fehlen», sagt Gollob. Insbesondere die Möglichkeit und die Bedeutung der informellen Weiterbildung wird laut der Studie noch unterschätzt. Darunter versteht man «alle intendierten Lernaktivitäten ausserhalb von Kursstrukturen», wie den Erfahrungsaustausch zwischen Mitarbeitenden, interne Coachings oder den Besuch von Fachmessen.

## Dass Personen wegen einer Weiterbildung am Arbeitsplatz fehlen, ist ein Irrtum.

Die markantesten Unterschiede zeigen sich nach Branchen und Qualifikationsstruktur. KMU im Bereich Gesundheits- und Sozialwesen schätzen die Notwendigkeit von Weiterbildungen besonders hoch ein. Hingegen messen KMU aus der Gastronomie und dem Handel der Weiterbildung eine geringere Bedeutung bei und planen diese auch selte-

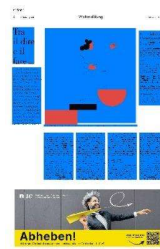
ner ein. Besonders Kleinbetriebe kristallisieren sich als Sorgenkinder heraus. Also genau jene, wo Weiterbildung als ein wichtiges Instrument zur Deckung des Kompetenzbedarfs entscheidend ist. Auch hier werden fehlendes Geld und fehlende Zeit als Gründe angeführt.

Es brauche es eine Ausweitung von Programmen wie «Einfach besser!... am Arbeitsplatz», sagt Bernhard Grämiger, Direktor des SVEB. «Mit dem Programm unterstützen Bund und Kantone Kurse für Grundkompetenzen wie Sprache, Mathematik oder Computer-Anwendungen. Bei vielen KMU geht der Weiterbildungsbedarf aber deutlich über diese hinaus.»

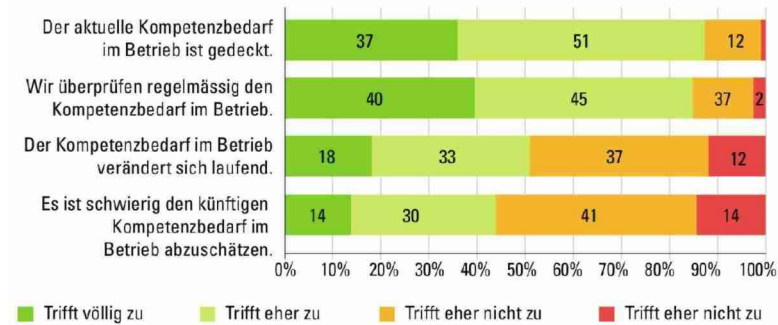
Grämiger spricht von einem Marktversagen, wenn ein Drittel all jener KMU, die gerne mehr in Bildung investieren würden, dies nicht tun können. «Neben finanziellen Anreizen braucht es auch mehr Beratung», sagt er. «Ein Pilotprojekt wie eine kostenlose Standortbestimmung für Unternehmen, ähnlich wie bei Viamia, sollte geprüft werden.»

«Viamia» richtet sich an Menschen über 40 und bietet kostenlose Beratungen und Standortbestimmungen an, die auf die Bedürfnisse und Herausforderungen dieser Altersgruppe abgestimmt sind. Für ein KMU würde dies die Möglichkeit bedeuten, sich mit Hilfe einer kompetenten Beratung mit den zukünftigen Herausforderungen auseinanderzusetzen und so Weiterbildungsziele zu definieren, die für den Geschäftserfolg von Bedeutung sind. Das Interesse wäre da, und wo Motivation vorhanden sei, könne man die Menschen auch abholen. «Wenn sie einen konkreten Nutzen sehen, werden auch mehr KMU in Weiterbildung investieren.» Grämiger ist hoffnungsvoll, dass die Ergebnisse der Studie eine Stossrichtung vorgeben, die auf nationaler Ebene in der Weiterbildungspolitik Beachtung findet.

Aber was ist eigentlich mit den jenen KMU, die sagen, das Thema geht mich nichts an? Bernhard Grämiger: «Wir sollten unseren Fokus auf jene richten, die das Potenzial der Weiterbildung nutzen wollen, es aber nicht können.»



## Treffen die folgenden Aussagen zum Kompetenzbedarf in Ihrem Betrieb zu?



QUELLE: SVEB

## Fünf einfache Lösungsansätze

Tipps, um Weiterbildung im Unternehmen gezielt zu fördern:

**Aufbau von Kooperationen:** Aufbau und Pflege von Kooperationen mit anderen Betrieben, Bildungseinrichtungen und Fachverbänden, um gemeinsame interaktive und praxisnahe Weiterbildungsformate zu entwickeln und so Synergien zu nutzen.

**Förderung von Lernkultur:** Etablierung einer Unternehmenskultur, die informelles Lernen fördert, beispielsweise durch Lernpausen, Erfahrungsaustausch oder interne Workshops.

**Schulungen zu digitalen Kompetenzen:** Schulungen zu digitalen Kompetenzen, um Mitarbeitende fit für die Anforderungen der digitalen Welt zu machen.

**Zielorientierte Planung:** Setzen von klaren Weiterbildungszielen und regelmäßige Überprüfung der Fortschritte.

**Mentoring und Coaching:** Einführung von Mentoring- und Coaching-Programmen, die Mitarbeitende bei ihrer beruflichen Entwicklung unterstützen und ihnen Orientierung bieten.