

Seyda, Susanne

Article

Digitale Lernmedien beflügeln die betriebliche Weiterbildung: Ergebnisse der zehnten IW-Weiterbildungserhebung

IW-Trends - Vierteljahresschrift zur empirischen Wirtschaftsforschung

Provided in Cooperation with:

German Economic Institute (IW), Cologne

Suggested Citation: Seyda, Susanne (2021) : Digitale Lernmedien beflügeln die betriebliche Weiterbildung: Ergebnisse der zehnten IW-Weiterbildungserhebung, IW-Trends - Vierteljahresschrift zur empirischen Wirtschaftsforschung, ISSN 1864-810X, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln, Vol. 48, Iss. 1, pp. 79-94, <https://doi.org/10.2373/1864-810X.21-01-05>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/232974>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



IW-Trends 1/2021

Digitale Lernmedien beflügeln die betriebliche Weiterbildung: Ergebnisse der zehnten IW-Weiterbildungserhebung

Susanne Seyda

Vorabversion aus: IW-Trends, 48. Jg. Nr. 1
Herausgegeben vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V.

Verantwortliche Redakteure:

Prof. Dr. Michael Grömling, Telefon: 0221 4981-776

Holger Schäfer, Telefon: 030 27877-124

groemling@iwkoeln.de · schaefer.holger@iwkoeln.de · www.iwkoeln.de

Die IW-Trends erscheinen viermal jährlich, Bezugspreis € 50,75/Jahr inkl. Versandkosten.

Rechte für den Nachdruck oder die elektronische Verwertung erhalten Sie über
lizenzen@iwkoeln.de.

ISSN 0941-6838 (Printversion)

ISSN 1864-810X (Onlineversion)

© 2021 Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH

Postfach 10 18 63, 50458 Köln

Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln

Telefon: 0221 4981-452

Fax: 0221 4981-445

iwmedien@iwkoeln.de

www.iwmedien.de

Digitale Lernmedien beflügeln die betriebliche Weiterbildung: Ergebnisse der zehnten IW-Weiterbildungserhebung

Susanne Seyda, März 2021

Zusammenfassung

Die Digitalisierung geht mit einem steigenden Qualifizierungsbedarf einher. Stärker digitalisierte Unternehmen sehen einen größeren Weiterbildungsbedarf als weniger digitalisierte Unternehmen. Gleichzeitig investieren sie mehr Zeit und Geld in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. Die Digitalisierung stellt dabei nicht nur neue Anforderungen an Weiterbildungsinhalte, sondern sie bietet auch neue Lernmöglichkeiten, die immer mehr Unternehmen nutzen: Über 90 Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen setzten im Jahr 2019 mindestens ein digitales Lernmedium ein, im Jahr 2016 waren es erst 84 Prozent. Die bereits vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie intensivere Nutzung digitaler Medien dürfte erheblich dazu beigetragen haben, dass die Weiterbildungsaktivitäten in Zeiten des Lockdowns nicht stärker eingebrochen sind.

Wichtigster Grund für den Einsatz digitaler Lernangebote im Jahr 2019 ist die gute Integrierbarkeit in den Arbeitsalltag. Digitale Lernmedien scheinen somit geeignet, die knappe Ressource „Zeit“ besser auszuschöpfen und das größte Hemmnis – die mangelnde Zeit für Weiterbildung – zu entschärfen. Aber auch finanzielle Hemmnisse können verringert werden. Denn 50 Prozent der Unternehmen nutzten digitale Angebote, weil sie kostengünstiger sind als herkömmliche Formate. Zudem fallen Auswahl und Einschätzung digitaler Angebote vielen Unternehmen leichter als die klassischer Weiterbildungsangebote. Um das Potenzial für eine didaktisch elaboriertere Nutzung digitaler Medien künftig noch intensiver zu nutzen, ist es wichtig, die Medienkompetenz des Bildungspersonals in den Unternehmen weiter auszubauen.

Stichwörter: betriebliche Weiterbildung, Unternehmensbefragung, Digitalisierung, digitale Lernangebote

JEL-Klassifikation: : J24, M53, O33

DOI: 10.2373/1864-810X.21-01-05

Die zehnte IW-Weiterbildungserhebung 2020

Alle drei Jahre befragt das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Unternehmen zu deren Weiterbildungsaktivitäten, Motiven und Hemmnissen sowie zum Volumen der Investitionen in betriebliche Weiterbildung. Die vorliegende zehnte IW-Weiterbildungserhebung erfolgte erneut als Online-Befragung. Zwischen Ende April und Mitte August 2020 beteiligten sich insgesamt 1.340 Unternehmen an der Umfrage (zur Methodik siehe Seyda/Placke, 2020). Zusätzlich zum Stand der betrieblichen Weiterbildung im Geschäftsjahr 2019 wurden Fragen zum Weiterbildungsengagement während der Corona-Krise im Jahr 2020 gestellt. Zur Ermittlung repräsentativer Ergebnisse für die Unternehmen in Deutschland wurden die Daten auf Basis des Unternehmensregisters nach Branchen und Mitarbeiteranzahl hochgerechnet. Die aktuelle Befragung legt zum zweiten Mal den Themenschwerpunkt auf Weiterbildungsaktivitäten im Kontext der Digitalisierung. Dazu wurden die Unternehmen nach der Nutzung digitaler Technologien, digitaler Lernangebote sowie nach den Gründen für die Nutzung befragt. Der Vergleich mit der Erhebung für das Jahr 2016 erlaubt es, Entwicklungen abzuschätzen. Zudem wurden erstmals Fragen zum Auswahlprozess bei digitalen Lernangeboten im Vergleich zu klassischen Angeboten gestellt.

Weiterbildungsbedarf steigt durch Digitalisierung

Die Digitalisierung ist gekennzeichnet durch die Vernetzung von Produkten und Prozessen, die zunehmende Verbindung der physischen und virtuellen Welt, die Umwandlung von analogen zu digitalen Daten sowie deren Nutzung seitens unterschiedlichster Akteure. Digitale Technologien sind heute in allen Bereichen der Wirtschaft zu finden (BMWi, 2018). Der digitale Wandel verändert Geschäftsmodelle, bringt neue Produkte hervor und verändert die Prozesse zur Erstellung von Gütern und Dienstleistungen sowohl durch innovative Produktionstechnologien als auch durch neue Formen der Arbeitsorganisation. Damit wandeln sich durch die digitale Transformation die Anforderungen an die Beschäftigten. Mit der Einführung oder Aktualisierung digitaler Technologien in Unternehmen entsteht Weiterbildungsbedarf, um das Know-how zum zielgerichteten Umgang mit den neuen Maschinen, Geräten oder Programmen aufzubauen. Durch neue und veränderte Prozesse können sich Tätigkeiten wandeln, indem Aufgaben wegfallen oder andere hinzukommen, oder es können gänzlich neue Tätigkeiten entstehen. Laut IW-Personalpanel erwarten 79 Prozent der Unternehmen, dass sich in den kom-

menden fünf Jahren Tätigkeiten ändern und die Mitarbeiter deshalb Kompetenzen hinzugewinnen müssen. Rund 45 Prozent der Unternehmen rechnen damit, dass neue Tätigkeitsfelder entstehen werden (Risius, 2020).

Auch in der vorliegenden IW-Weiterbildungserhebung berichten 24 Prozent der Unternehmen, dass der Weiterbildungsbedarf durch die Einführung neuer digitaler Technologien deutlich gestiegen ist, weitere 38 Prozent sehen eine leichte Steigerung (Tabelle 1). Ein gutes Drittel der Unternehmen sieht keinen veränderten Bedarf für betriebliche Weiterbildung. Nur vereinzelte Unternehmen berichten von sinkendem Weiterbildungsbedarf durch die Einführung digitaler Technologien. Die Einschätzung, wie stark sich der Weiterbildungsbedarf verändert hat, steht in einem deutlichen Zusammenhang zum Digitalisierungsgrad der Unternehmen. In der IW-Weiterbildungserhebung wurde erhoben, welche der folgenden neuen digitalen Technologien die Unternehmen nutzen: digitale Vertriebswege, digitaler Datenaustausch mit Lieferanten, Dienstleistern oder Kunden, digitale Dienstleistungen, Big-Data-Analysen, additive Fertigungsverfahren, Internet der Dinge, Vernetzung und Steuerung von Maschinen und Anlagen über das Internet sowie „virtual/augmented reality“. Von den Unternehmen, die vier oder mehr dieser digitalen Technologien nutzen, geben 77 Prozent an, dass der Weiterbildungsbedarf leicht oder stark gestiegen ist, von den Unternehmen mit nur einer digitalen Technologie sind es nur 35 Prozent. Im Vergleich zum Jahr 2016 hat sich die Einschätzung der Unternehmen kaum verändert.

Weiterbildungsbedarf aufgrund der Digitalisierung

Tabelle 1

2016 und 2019, in Prozent der Unternehmen, die mindestens eine digitale Technologie eingeführt haben

	2016	2019
Deutlich gestiegen	25,9	24,0
Leicht gestiegen	39,5	38,4
Gleich geblieben	32,5	36,7
Leicht gesunken	0,2	0,1
Deutlich gesunken	0,9	0,1
Keine Angabe	1,0	0,8
N	1.256	912

Quellen: IW-Weiterbildungserhebungen 2017; 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Tabelle 1: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/Wwrr6F3K9B8z5wi>

Offenheit der Unternehmen für digitales Lernen nimmt zu

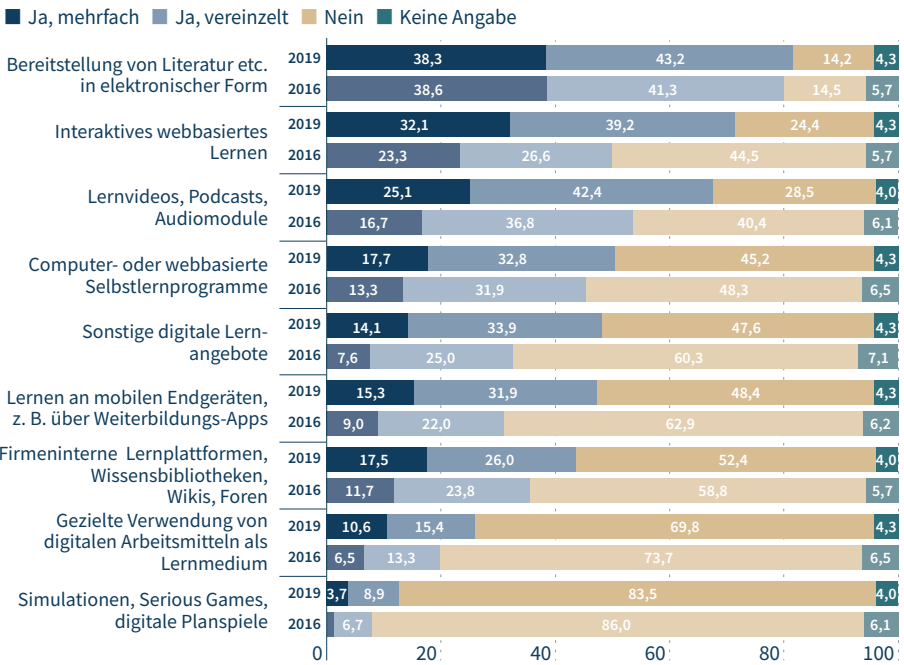
Die Digitalisierung erfordert nicht nur neue Kompetenzen der Mitarbeiter, sondern bietet auch vielfältige neue Möglichkeiten der Wissensaneignung. In der IW-Weiterbildungserhebung 2020 wurde die Nutzung von neun digitalen Lernangeboten erhoben (Abbildung 1). Die weiterbildungsaktiven Unternehmen wurden – wie bereits drei Jahre zuvor – gefragt, welche digitalen Lernangebote sie im Kalenderjahr 2019 eingesetzt haben und ob der Einsatz vereinzelt oder mehrfach erfolgte.

Alle abgefragten Lernmedien werden aktuell häufiger verwendet als im Jahr 2016. Damit bestätigt die IW-Weiterbildungserhebung Befunde aus anderen Befragungen, die ebenfalls einen Anstieg in der Nutzung digitaler Medien und einen Bedeutungsrückgang klassischer Medien in der Weiterbildung gefunden haben (Gensicke et al., 2020).

Einsatz von digitalen Lernangeboten

Abbildung 1

2016 und 2019, in Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen



N = 1.348 (2016), n = 937 (2019).

Quellen: IW-Weiterbildungserhebungen 2017; 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 1: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/SMJq562ezp2XPC9>

Die elektronische Bereitstellung von Literatur, Bedienungsanleitungen und vergleichbaren Dokumenten ist das mit Abstand am meisten eingesetzte Lernangebot, das mehr als 80 Prozent der befragten Unternehmen nutzen. Die elektronische Bereitstellung erleichtert den orts- und zeitunabhängigen Zugang zu Materialien, erfüllt darüber hinaus aber keine grundsätzlich andere didaktische Funktion als Papierversionen. Da dieser Wert bereits vor drei Jahren hoch war, ist hier nur ein geringer Anstieg zu sehen.

Ein deutlicher Anstieg in der Nutzung ist jedoch bei multimedialen Formaten wie dem interaktiven webbasierten Lernen festzustellen. Darunter fallen beispielsweise Webinare, Online-Kurse, virtuelle Klassenräume und sogenannte Massive Open Online Courses (MOOCs). Dabei handelt es sich um Lernformen, die klassischen Unterrichtsformaten ähnlich sind, da die Inhalte durch Lehrende vermittelt werden und der Austausch sowohl mit dem Vortragenden als auch mit den anderen Lernenden möglich ist. Während im Jahr 2016 lediglich 49,8 Prozent der Unternehmen dies nutzten, sind es im Jahr 2019 bereits 71,3 Prozent. Dabei setzen mehr als 32 Prozent der Unternehmen diese Form mehrfach und knapp 40 Prozent vereinzelt ein.

Auch bei Lernvideos, Podcasts und Audiomodulen, die mittlerweile etwa 70 Prozent der Unternehmen anwenden, ist eine deutlich intensivere Nutzung zu erkennen. Hierbei handelt es sich häufig um schlanke und zeitlich flexible Formate, für die Lernende einerseits keine oder nur geringe Hürden überwinden müssen und die andererseits auch von Unternehmen schnell an neue Gegebenheiten angepasst werden können.

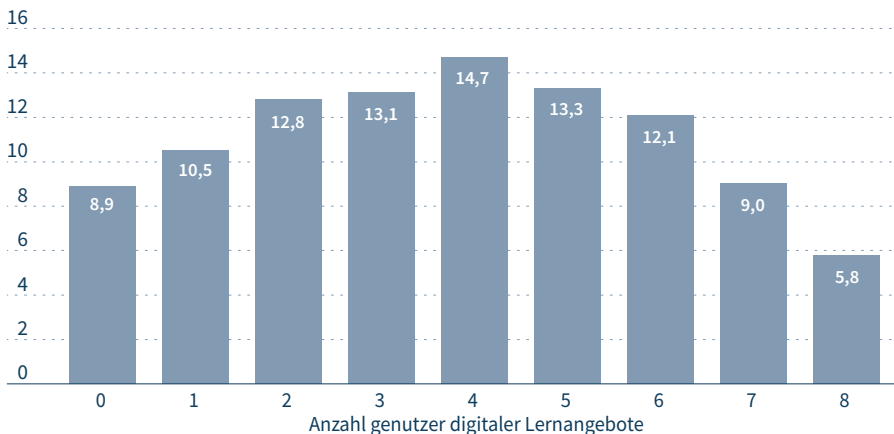
Etwas geringer fällt der Anstieg bei computer- und webbasierten Selbstlernprogrammen aus, die in der Hälfte der Unternehmen eingesetzt werden. Die Möglichkeit, an mobilen Endgeräten über Weiterbildungs-Apps zu lernen, besteht ebenfalls in knapp der Hälfte der Unternehmen und damit deutlich häufiger als im Jahr 2016. Das Lernen mittels Apps ermöglicht es, kleine Lerneinheiten zeitlich und räumlich flexibel zu absolvieren. Die zunehmende Nutzung mobiler Geräte und Apps zeigt auch, dass die Mitarbeiter mit der notwendigen Hard- und Software umgehen können und dass die Unternehmen ihnen den Umgang damit zutrauen.

Firmeninterne kooperative Lernplattformen, Wissensbibliotheken, Wikis und Foren werden von knapp 44 Prozent der Unternehmen genutzt (2016: 35,5 Prozent). Bei diesen Formen ist der Investitions- und Pflegeaufwand recht hoch. Simulationen, „Serious Games“ oder digitale Planspiele verzeichnen auch einen Zuwachs, allerdings auf einem niedrigen Niveau. Sie finden in 12,5 Prozent der Unternehmen Anwendung in der Weiterbildung.

Programmierbare Fertigungsmaschinen, fachspezifische Software oder 3D-Drucker werden von 26 Prozent der Unternehmen im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt (2016: 19,8 Prozent). Sie setzen allerdings das Vorhandensein dieser digitalen Arbeitsmittel im Unternehmen voraus. Daher muss bei der Interpretation bedacht werden, dass nur ein kleiner Teil der Unternehmen beispielsweise über 3D-Drucker verfügt oder Maschinen und Anlagen über das Internet vernetzt. Zudem ist es wahrscheinlich, dass an neuen Arbeitsmitteln auch informell und „on the job“ gelernt wird, ohne dass dies vom Unternehmen als Weiterbildung erfasst wird. Diese Vermutung wird durch die zahlreiche Nennung des Motivs

Anzahl genutzter digitaler Lernangebote
in Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen, 2019

Abbildung 2



N = 909. Nur Unternehmen, die Angaben zur Nutzung digitaler Lernmedien gemacht haben. Rundungsdifferenzen.
Quellen: IW-Weiterbildungserhebung 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 2: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/gc2KErn6s6pclF3>

„Wir nutzen digitale Lernangebote, weil wir den konkreten Anwendungsbezug sichern können, da die Mitarbeiter direkt an den neuen digitalen Arbeitsmitteln des Unternehmens lernen“ gestützt (vgl. Abbildung 4). Mehr als die Hälfte der Unternehmen stimmt hier voll und ganz oder eher zu.

Die weite Verbreitung digitaler Lernangebote zeigt sich auch, wenn man die Anzahl an digitalen Lernangeboten – ohne die elektronische Bereitstellung von Medien in Form von PDFs und ähnlichen Formaten – betrachtet, die die einzelnen Unternehmen nutzen (Abbildung 2). Gut 91 Prozent der Unternehmen setzen digitale Lernangebote in ihren Unternehmen ein, drei Jahre zuvor waren es 84 Prozent. Lediglich knapp 9 Prozent der Unternehmen stellen aktuell keine digitalen Lernangebote bereit, weitere 10 Prozent dagegen lediglich ein digitales Lernangebot. Hier besteht noch Potenzial, die neuen didaktischen Möglichkeiten digitaler Medien stärker für die betriebliche Weiterbildung zu nutzen. Die Anzahl der eingesetzten digitalen Lernangebote variiert sehr stark zwischen den Unternehmen. So nutzen jeweils zwischen 12 und 15 Prozent der Unternehmen zwei, drei, vier, fünf oder sechs digitale Angebote.

Es ist zu erwarten, dass die abgefragten digitalen Lernangebote besonders häufig in breit digitalisierten Unternehmen zum Einsatz kommen, da diese mutmaßlich eine größere Affinität und Offenheit zum Einsatz digitaler Lernmedien aufweisen (Gensicke et al., 2020). Die Befragungsergebnisse bestätigen diese Vermutung. Die Nutzung digitaler Lernformate steigt mit der Anzahl der im Unternehmen eingesetzten digitalen Technologien deutlich (Abbildung 3). Dieser Befund gilt für alle genannten Formate. Im Vergleich zur IW-Weiterbildungserhebung 2017 zeigt sich, dass die Differenz zwischen stark digitalisierten und schwach digitalisierten Unternehmen mit Blick auf die Nutzung digitaler Lernangebote weiter zugenommen hat.

Digitalisierte Unternehmen setzen stärker auf digitale Medien in der Weiterbildung

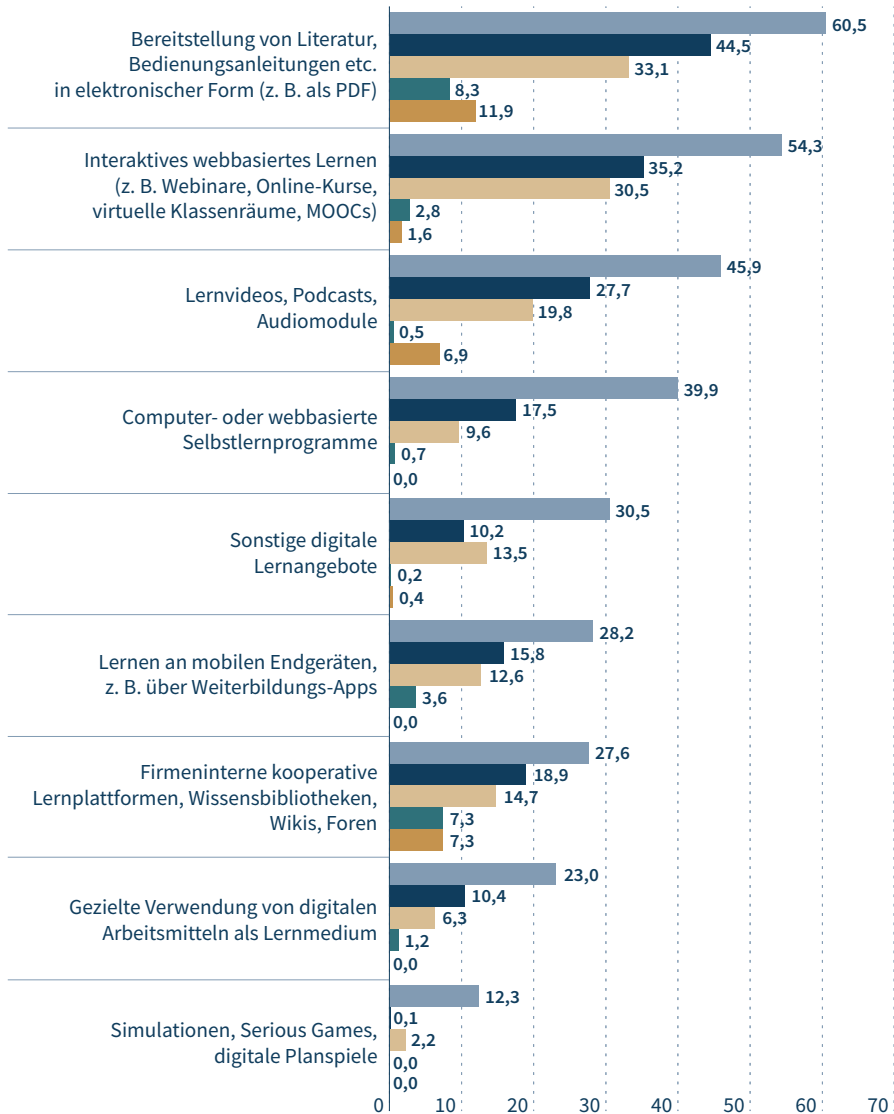
Bei der Nutzung digitaler Lernangebote zeigt sich deskriptiv ein Zusammenhang zum Digitalisierungsgrad der Unternehmen. In multivariaten Berechnungen, in denen mehrere Einflussfaktoren untersucht werden, bestätigt sich dieser Befund (Tabelle 2):

Nutzung digitaler Lernangebote in der Weiterbildung nach Nutzung digitaler Technologien im Unternehmen

Abbildung 3

Unternehmen, die die Lernangebote mehrfach nutzen, 2019, in Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen

■ 4 und mehr digitale Technologien ■ 3 digitale Technologien ■ 2 digitale Technologien
 ■ 1 digitale Technologie ■ 0 digitale Technologien



N = 904. Nur Unternehmen, für die die Anzahl der genutzten digitalen Technologien vorliegt.

Quellen: IW-Weiterbildungserhebung 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 3: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/4crWzEPbNAppDk>

- Je mehr digitale Technologien ein Unternehmen einsetzt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es auch eine größere Anzahl digitaler Lernmedien nutzt. Unternehmen, die zwei oder mehr digitale Technologien nutzen, setzen signifikant mehr digitale Lernmedien ein als Unternehmen, die keine neue digitale Technologie verwenden.
- Mittelgroße und große Unternehmen nutzen häufiger digitale Lernangebote als kleine Unternehmen. Dies lässt sich zumindest teilweise über einen reinen Größeneffekt erklären: Kleine Unternehmen haben absolut gesehen unter sonst gleichen Bedingungen weniger Mitarbeiter, die sich weiterbilden können, und daher auch weniger Möglichkeiten und eine geringere Notwendigkeit für den Einsatz von vielen unterschiedlichen digitalen Lernangeboten. Finanzielle Aspekte dürften keine Rolle spielen, da keine Unterschiede nach Mitarbeiteranzahl bei der Nennung des Grunds „digitale Angebote sind kostengünstiger“ bestehen (Abbildung 4). Auch ein Informations- oder Erfahrungsvorsprung von mittleren oder großen Unternehmen dürfte nicht vorliegen, da sich kleine Unternehmen bei der Auswahl digitaler Lernangebote sogar etwas leichter tun als große Unternehmen.
- Die Qualifikation der Mitarbeiter steht in einem positiven Zusammenhang zur Anzahl digitaler Lernangebote im Unternehmen. Je mehr Mitarbeiter mit Fortbildungsabschluss oder Hochschulstudium im Unternehmen beschäftigt sind, umso höher ist die Anzahl der eingesetzten digitalen Medien. Das Alter hingegen hat keinen Einfluss.
- Betriebsvereinbarungen und alternative Vereinbarungen zur Weiterbildung stehen in einem positiven Verhältnis zur Anzahl digitaler Lernangebote. Darin spiegelt sich möglicherweise wider, dass in diesen Unternehmen die Weiterbildung ein wichtiges Thema ist, über das im Unternehmen gesprochen wird und das die Mitarbeitervertretungen aktiv mitgestalten. Diese Auseinandersetzung mit dem Thema scheint positiv auf die Verwendung neuer Weiterbildungsformen zu wirken.
- Es findet sich kein signifikanter Einfluss der Branche.

Digitale Lernangebote erleben Schub während der Corona-Krise

Während der Zeit der coronabedingten Kontaktbeschränkungen findet Weiterbildung mehrheitlich als Distanzlernen statt. Dazu zählen sowohl die Verwendung herkömmlicher Printmedien wie Bücher oder Fachzeitschriften sowie die Bearbei-

Einflussfaktoren auf die Anzahl genutzter digitaler Lernangebote

Tabelle 2

OLS Regression, weiterbildungsaktive Unternehmen

Verarbeitendes Gewerbe (Referenz)	
Unternehmensnahe Dienstleister	0,283
Gesellschaftsnahe Dienstleister	-0,065
Handwerk	-0,004
Kleines Unternehmen (Referenz)	
Mittelgroßes Unternehmen	0,419*
Großes Unternehmen	0,673**
Anteil an Mitarbeitern mit abgeschlossener Berufsausbildung in Prozent (Referenz)	
Anteil an Auszubildenden in Prozent	-0,013
Anteil an Mitarbeitern ohne abgeschlossene Berufsausbildung in Prozent	-0,004
Anteil an Mitarbeitern mit abgeschlossener Fortbildung in Prozent	0,013**
Anteil an Mitarbeitern mit Hochschulabschluss in Prozent	0,013***
Anteil an Mitarbeitern unter 25 Jahren in Prozent	0,024
Anteil an Mitarbeitern unter 25 Jahren in Prozent quadriert	0,000
Anteil an Mitarbeitern 50 Jahre und älter in Prozent	0,008
Anteil an Mitarbeitern 50 Jahre und älter in Prozent quadriert	-0,000
Alternative Mitarbeitervertretung (ja = 1)	-0,296
Betriebsrat (ja = 1)	0,039
Tarifvertrag	-0,006
Betriebsvereinbarung zur Weiterbildung	0,438*
Alternative Vereinbarung zur Weiterbildung	0,451***
Negatives Jahresergebnis (Referenz)	
Ausgeglichenes Jahresergebnis	0,500
Positives Jahresergebnis	0,135
Innovator	-0,236
Digitalisierungsgrad (Referenz: keine digitale Technologie genutzt)	
1	0,506
2	1,166***
3	1,977***
4	2,925***
N	584
R ²	0,337

*/ **/ ***: signifikant auf dem 10-Prozent-, 5-Prozent-, 1-Prozent-Niveau.

Quellen: IW-Weiterbildungserhebung 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Tabelle 2: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/ccf97Msix22dAf>

tion von Leittexten und Studienbriefen als auch der Einsatz digitaler Lernmedien wie Online-Tutorials, Podcasts, Videos und web- oder computerbasierter Selbstlernprogramme. Ebenfalls möglich ist der Besuch von Online-Veranstaltungen wie Webinaren oder Tagungen, die digital durchgeführt werden. Im IW-Covid-19-Panel gab im Frühjahr 2020 ein gutes Drittel der Unternehmen an, dass sie nach Beginn der Corona-Krise Veranstaltungen, die als Präsenzveranstaltung geplant waren,

teilweise oder vollständig in digitaler Form fortsetzen oder durchführen konnten (Flake et al., 2020a). Dank dieser Flexibilität von Weiterbildungsanbietern, Unternehmen und Mitarbeitern konnte ein stärkerer Einbruch der Weiterbildungsaktivitäten verhindert werden. Die IW-Weiterbildungserhebung zeigt zudem, dass insbesondere die Unternehmen, die schon vor der Krise Erfahrungen mit digitalem Lernen hatten, auch während Phasen der Kurzarbeit häufiger Weiterbildung durchführten. 26 Prozent der Unternehmen, die im Jahr 2019 mindestens vier digitale Lernmedien für die Weiterbildung einsetzten, qualifizierten ihre Mitarbeiter während der Kurzarbeit. Bei den anderen Unternehmen waren es nur gut 4 Prozent (Flake et al., 2020b).

Digitale Lernmedien sind gut in den Arbeitsalltag integrierbar

Das dominierende Motiv für die Nutzung digitaler Lernangebote stellt die gute Integrierbarkeit in den Arbeitsalltag dar (Abbildung 4). Dies beantworteten insgesamt über 78 Prozent der Unternehmen mit „trifft eher zu“ oder „trifft voll und ganz zu“. Bei diesem Grund stiegen die Zustimmungswerte gegenüber der Befragung im Jahr 2016 am stärksten, was verdeutlicht, dass die Unternehmen die hohe zeitliche und räumliche Flexibilität schätzen. Damit tragen digitale Lernmedien auch dazu bei, dass das wichtige Hemmnis der fehlenden Zeit für Weiterbildung verringert werden kann (Seyda/Placke, 2020).

Als zweithäufigstes Argument nennen Unternehmen mit gut 60 Prozent, dass sie digitale Medien einsetzen, weil sie geringere Kosten verursachen als klassische Formate. Auch dies zeigt, dass digitale Medien das Potenzial haben, Weiterbildungshemmnisse abzubauen – in diesem Fall fehlende finanzielle Ressourcen. Dass diese eine Rolle spielen, illustrieren die Antworten von einem guten Drittel der Unternehmen, kein Budget für weitere Weiterbildungsmaßnahmen zu haben.

Pädagogisch motivierte Gründe für digitale Medien spielen eine weniger wichtige Rolle. So findet sich ebenso wie im Jahr 2016 die geringste Zustimmung zu der Aussage „Wir nutzen digitale Lernangebote, weil sie zu besseren und nachhaltigeren Lernergebnissen führen als herkömmliche Methoden.“ Rechnet man die Unternehmen heraus, die keine Angabe gemacht haben, so ist hier keine Veränderung in der Zustimmung zu erkennen. Auch den Vorteil, mit digitalen Medien interaktiv die Lernfortschritte messen zu können, schätzen nur gut 40 Prozent der Unternehmen.

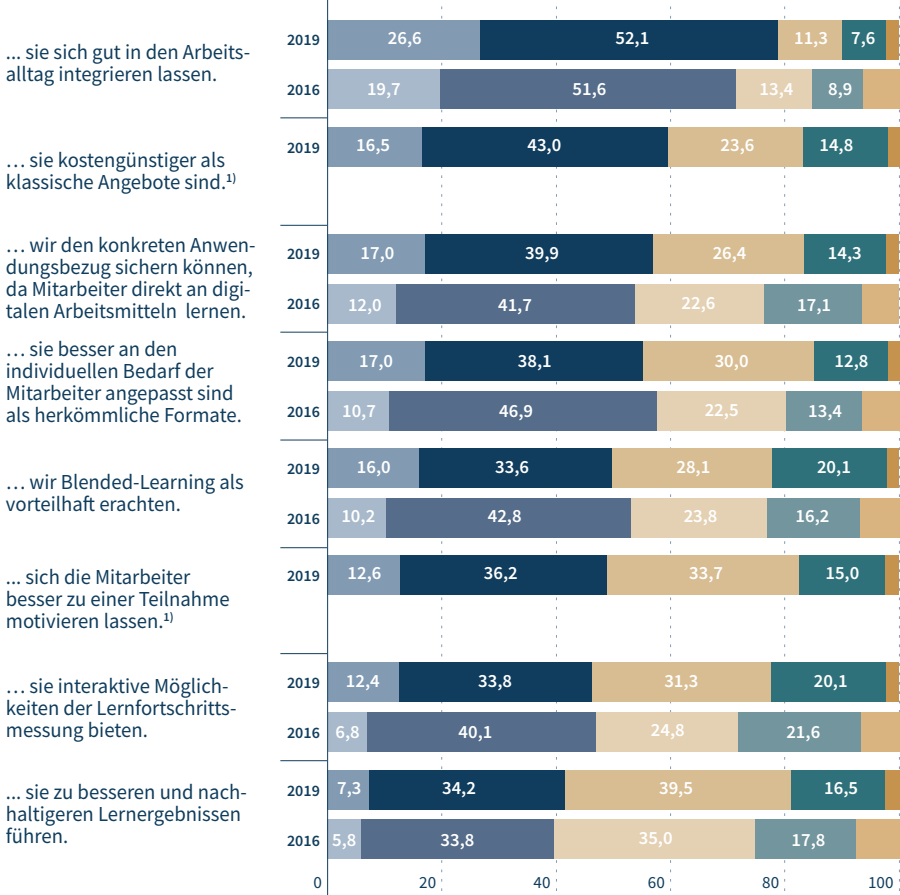
Beweggründe für den Einsatz bestimmter Lernangebote im Unternehmen

Abbildung 4

2016 und 2019, in Prozent der Unternehmen, die mindestens ein digitales Lernangebot nutzen

■ Trifft voll und ganz zu ■ Trifft eher zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft gar nicht zu ■ Keine Angabe

Wir nutzen digitale Lernangebote, weil ...



N = 1.216 (2016), n = 875 (2019). 1) Diese Items wurden nur 2019 erhoben.
Quellen: IW-Weiterbildungserhebungen 2017; 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 4: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/QxWiWz83QGzg9yg>

Das Motiv der besseren Abstimmung auf den individuellen Bedarf der Mitarbeiter wird immerhin von mehr als der Hälfte der Unternehmen genannt. Etwa 50 Prozent der Unternehmen erhoffen sich zudem, durch digitale Medien die Mitarbeiter leichter motivieren zu können – sei es wegen der Flexibilität, der Anpassung an

individuelle Bedarfe oder aber, weil es „angesagt“ ist. In multivariaten Regressionen zeigen sich keine Zusammenhänge zwischen der Alters- oder Qualifikationsstruktur der Unternehmen auf der einen Seite und der Frage, ob Unternehmen sich positive Effekte auf die Motivation erhoffen, auf der anderen Seite. Etwas häufiger sehen die Unternehmen den Vorteil, dass der konkrete Anwendungsbezug durch das direkte Lernen an digitalen Arbeitsmitteln gesichert werden kann und die Mitarbeiter das Gelernte gut am Arbeitsplatz einsetzen können.

Knapp die Hälfte der Unternehmen – und damit etwas weniger als 2016 – befürwortet 2019 Blended-Learning-Formate, die spezifische Vorteile von digitalem Lernen mit denen von Präsenzveranstaltungen kombinieren.

Digitale Medien sind gut dazu geeignet, zeitliche und finanzielle Hemmnisse für Weiterbildung abzubauen. Auch könnte die stärkere Nutzung von webbasierten interaktiven Formaten und der Rückgang bei der Nennung von Blended-Learning-Formaten ein Hinweis darauf sein, dass eine stärkere Hinwendung zu digitalen Formaten bei den Unternehmen stattfindet und Unternehmen und Mitarbeiter vertrauter im Umgang mit digitalem Lernen werden. Die vergleichsweise geringe Nennung von pädagogisch motivierten Gründen für digitale Medien zeigt jedoch, dass das didaktische Potenzial von einem Teil der Unternehmen noch stärker genutzt werden könnte. Um dieses besser auszuschöpfen, ist es sowohl wichtig, die Kompetenzentwicklung bei Aus- und Weiterbildnern im Unternehmen zum Einsatz digitaler Medien auszubauen (Risius/Seyda, 2020) als auch die Medienkompetenz der Lernenden zu fördern, damit Unternehmen mit einem geringeren Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten digitale Lernmedien breiter einsetzen können.

In der IW-Weiterbildungserhebung 2020 wurden die Unternehmen erstmalig gebeten, Angaben zur Auswahl digitaler Lernangebote zu machen. Dies kann Aufschluss darüber geben, wie hoch die Hürden für Unternehmen sind. Da es sich bei digitalen Lernangeboten um vergleichsweise neue Angebote handelt, verfügen die Unternehmen über weniger Erfahrung als bei herkömmlichen Formaten. Aus anderen Befragungen ist bekannt, dass Unternehmen mit Blick auf E-Learning noch Informationsbedarf sehen (Flake et al., 2019). Befragt danach, ob den Unternehmen die Auswahl geeigneter Lernangebote bei digitalen Lernangeboten leichter oder

Auswahl und Einschätzung digitaler Lernangebote

Tabelle 3

in Prozent der Unternehmen, die mindestens ein digitales Lernangebot nutzen, 2019

Die Auswahl geeigneter Angebote ist bei digitalen Lernangeboten ... bei klassischen Lernangeboten.	... deutlich leichter als ...	11,4
	... etwas leichter als ...	21,5
	... ungefähr vergleichbar ...	43,5
	... etwas schwerer als ...	13,1
	... deutlich schwerer als ...	5,3
	Keine Angabe	5,2
Wenn wir die Qualität von digitalen Lernangeboten einschätzen möchten, ist dies für uns ... bei klassischen Angeboten.	... deutlich leichter als ...	7,0
	... etwas leichter als ...	22,3
	... ungefähr vergleichbar ...	42,7
	... etwas schwerer als ...	17,5
	... deutlich schwerer als ...	5,4
	Keine Angabe	5,1

N = 875.

Quellen: IW-Weiterbildungserhebung 2020; Institut der deutschen Wirtschaft

Tabelle 3: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/24Qe2dzN7c66Tfr>

schwerer fällt als bei klassischen Angeboten, zeigt sich, dass 43,5 Prozent der Unternehmen hier keinen Unterschied sehen (Tabelle 3). Der Anteil der Unternehmen, denen es deutlich oder etwas leichter fällt (32,9 Prozent), liegt deutlich über dem Anteil, dem es etwas oder deutlich schwerer fällt (18,4 Prozent).

Bei der Einschätzung der Qualität der Angebote sehen die Unternehmen in der Summe ebenfalls nur geringe Unterschiede zwischen herkömmlichen und digitalen Angeboten: 42,7 Prozent finden die Einschätzung der Qualität vergleichbar. Auch der Anteil derjenigen, die es deutlich oder etwas leichter finden, die Qualität von digitalen Lernangeboten einzuschätzen (29,3 Prozent), ist höher als der Anteil derjenigen, die es deutlich oder etwas schwerer finden (22,9 Prozent).

Damit lässt sich folgern, dass die Unternehmen keine grundsätzlichen Probleme bei der Auswahl und Qualitätsbeurteilung digitaler Lernangebote haben. Aber für immerhin ein Fünftel der Unternehmen könnte mit weiteren Informationen die Nutzung digitaler Lernangebote erleichtert werden.

Literatur

BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2018, Monitoring Report Wirtschaft Digital 2018, Berlin

Flake, Regina / Malin, Lydia / Meinhard, David B. / Müller, Valerie, 2019, Digitale Bildung in Unternehmen. Wie KMU E-Learning nutzen und welche Unterstützung sie brauchen, KOFA-Studie, Nr. 3, Köln

Flake, Regina / Seyda, Susanne / Werner, Dirk, 2020a, Weiterbildung während der Corona-Pandemie, KOFA-Kompakt, Juni 2020, https://www.kofa.de/fileadmin/Dateiliste/Publikationen/KOFA_Kompakt/Weiterbildung_waehrend_Corona-Pandemie.pdf [12.10.2020]

Flake, Regina / Seyda, Susanne / Werner, Dirk, 2020b, Was Unternehmen hilft, während der Corona-Pandemie weiterbildungsaktiv zu sein, IW-Kurzbericht, Nr. 68, Köln

Gensicke, Miriam et al., 2020, Digitale Medien in Betrieben – heute und morgen. Eine Folgeuntersuchung, Wissenschaftliche Diskussionspapiere des BIBB, Heft 220, Bonn

Risius, Paula, 2020, Digitalisierung der Ausbildung. Neue Kompetenzen für eine Arbeitswelt im Wandel, Netzwerk Q 4.0, Studie, Nr. 02/2020, Köln

Risius, Paula / Seyda, Susanne, 2020, Ausbildungsunternehmen 4.0. Digitalisierung der betrieblichen Ausbildung, Netzwerk Q 4.0, Studie, Nr. 01/2020, Köln

Seyda, Susanne / Placke, Beate, 2020, IW-Weiterbildungserhebung 2020: Weiterbildung auf Wachstumskurs, in: IW-Trends, 47. Jg., Nr. 4, S. 105–123

Digital Learning Media Boost Continuing Vocational Training in Enterprises – Results of the 10th IW Survey of Further Training

Digitalisation is leading to an increasing need for training. Companies which have already achieved a higher level of digitalisation see a greater need for further training than their less digitalised peers and are investing correspondingly more time and money in training their workforce. Digitalisation not only places new demands on training content, but also offers new learning opportunities that an increasing number of companies are exploiting. More than 90 per cent of firms offering further training used at least one digital learning medium in 2019, compared to only 84 per cent in 2016. The more widespread use of digital media before the outbreak of the Corona pandemic is likely to have contributed significantly to the fact that further training activity held up relatively well during the lockdown.

The dominant reason given for using digital learning materials and services in 2019 is that they can be easily integrated into everyday working life. Lack of time is the biggest obstacle to the provision of further training and digital learning media are seen as making better use of this scarce resource. However, they can also help to overcome financial constraints, with 50 per cent of companies surveyed using digital training resources on the grounds that they are more cost-effective than conventional formats. In addition, many companies find it easier to assess and select digital training media than their traditional counterparts. If the didactic potential of digital media is to be exploited more fully, it will be vital to further enhance the media competence of firms' in-company trainers.