ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Hennrich, Jonas; Schaller, Daria

Article

Weiterbildungsmaßnahmen in Unternehmen: Fachkräfte gewinnen und fördern

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:
Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Hennrich, Jonas; Schaller, Daria (2025) : Weiterbildungsmaßnahmen in Unternehmen: Fachkräfte gewinnen und fördern, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 78, Iss. 04, pp. 33-35

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/320206

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Jonas Hennrich und *Daria Schaller*

Weiterbildungsmaßnahmen in Unternehmen: Fachkräfte gewinnen und fördern

IN KÜRZE

Das ifo Institut befragt im Auftrag von Randstad Deutschland quartalsweise deutsche HR-Abteilungen zu personalpolitisch relevanten Themen. In jedem Quartal werden neben wechselnden Sonderfragen auch sich jährlich wiederholende Standardfragen zu arbeitsmarktrelevanten Fragestellungen untersucht. Das Thema im ersten Quartal 2025 befasst sich mit Recruiting und Weiterbildung. Als stärksten Anreiz zur Gewinnung von Arbeits- und Fachkräften nannten die Unternehmen flexible Arbeitszeiten, gefolgt von Weiterbildungsmaßnahmen. Hauptgrund für ein Weiterbildungsangebot war für die meisten Unternehmen die Motivation und Bindung von Beschäftigten und das Erlernen neuer Fähigkeiten.

Vor dem Hintergrund des Arbeits- und Fachkräftemangels können Unternehmen auf verschiedene Ansätze und Instrumente zurückgreifen, um dem Mangel zu begegnen. Vor allem der Bereich des Recruitings ist entscheidend, um sich im Wettbewerb um Arbeits- und Fachkräfte behaupten zu können. Aber auch das Thema Weiterbildung wird wichtiger, da es einerseits für die Gewinnung, andererseits für das Halten von Arbeits- und Fachkräften entscheidend sein kann. Gleichzeitig können Weiterbildungen dafür genutzt werden, Arbeits- und Fachkräfte umzuschulen und schwer zu besetzende Stellen zu bedienen.

Das ifo Bildungsbarometer 2022, das über 4 000 Deutsche nach ihrer Meinung zu Weiterbildung, Strukturwandel und Fachkräftemangel gefragt hat, zeigt, dass die Arbeitnehmerseite offen für das Thema Weiterbildung ist. Knapp drei Viertel der Befragten (72 %) halten berufliche Weiterbildungen für gute Maßnahmen, um mit dem Strukturwandel Schritt zu halten. Zudem sehen 62 % einen steigenden Bedarf an beruflicher Weiterbildung für alle Beschäftigten, jedoch nur 48 % für Personen im eigenen Beruf. Drei Viertel der Deutschen (77 %) sind für einen Rechtsanspruch auf Weiterbildung aus einem Katalog von Angeboten, den die Unternehmen vorlegen. Ebenfalls drei Viertel (76 %) sind dafür, ein Weiterbildungssystem mit einheitlichen Zertifikaten und vergleichbaren Abschlussprüfungen ähnlich wie im Ausbildungssystem einzuführen. 63 % sprechen sich für verpflichtende jährliche Weiterbildungen in Berufen aus, die vom Strukturwandel besonders betroffen sind. 64 % sind für zusätzliche Informationskampagnen des Staates zum Thema Weiterbildung (Werner et al. 2022).

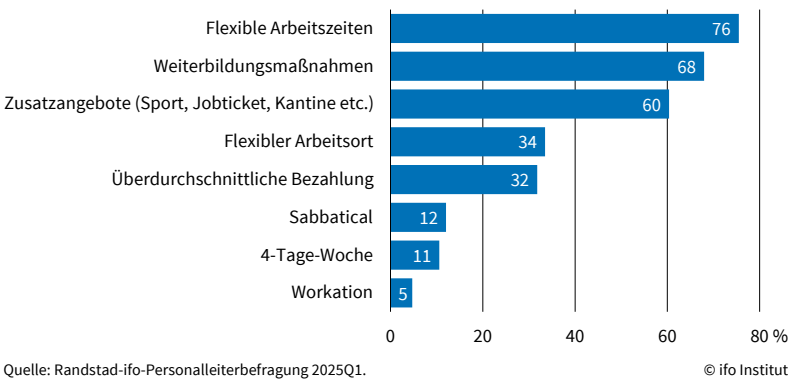
FLEXIBLE ARBEITSZEITEN BEVORZUGTES INSTRUMENT ZUM ANWERBEN VON ARBEITS- UND FACHKRÄFTEN

Zunächst wurden die Unternehmen nach Anreizen zum Anwerben von Arbeits- und Fachkräften gefragt. Drei Viertel der befragten Unternehmen beantworteten dies mit flexiblen Arbeitszeiten (76 %) (vgl. Abb. 1). Weitere 68 % nannten Weiterbildungsmaßnahmen als wichtiges Instrument. 60 % der teilnehmenden Unternehmen nutzen Zusatzangebote, wie Sport, Jobticket oder eine Kantine als Anreiz für potenzielle Jobkandidat*innen. Danach folgen mit deutlichem Abstand ein flexibler Arbeitsort, den rund ein Drittel der Unternehmen anbietet (34 %), sowie das Angebot einer überdurchschnittlichen Bezahlung (32 %). Die Möglichkeit eines Sabbaticals (12 %), einer 4-Tage-Woche (11 %) oder einer Workation (5 %) spielen bisher eine untergeordnete Rolle. Ein Vergleich zwischen den Wirtschaftsbereichen zeigt, dass im Dienstleistungssektor bei einigen Anreizen ein höheres Angebot besteht. So gaben 78 % an, flexible Arbeitszeiten zu bieten, 39 % locken mit einem flexiblen Arbeitsort und 7 % mit einer Workation. Wenig überraschend ist, dass im Handel mit 20 % deutlich weniger Unternehmen einen flexiblen Arbeitsort anbieten als in den anderen

Abb. 1

Anreize zum Anwerben von Arbeits- und Fachkräften

Gewichete Anteile in %



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung 2025Q1.

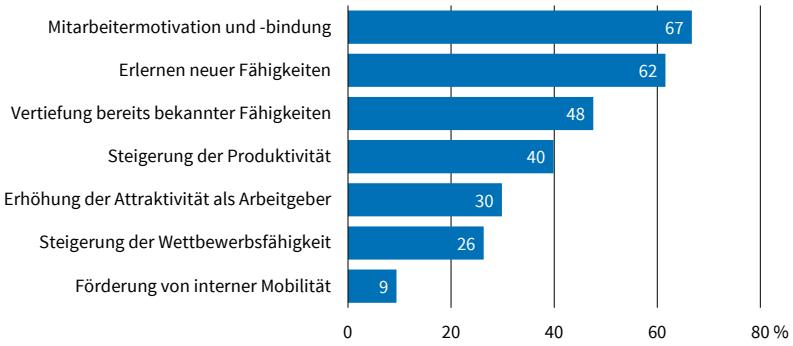
© ifo Institut

beiden Branchen. Im Größenklassenvergleich bieten Großunternehmen ab 500 Beschäftigten am häufigsten die genannten Anreize: 86 % der Unternehmen haben flexible Arbeitszeiten und nahezu die Hälfte bietet einen flexiblen Arbeitsort (49 %). Auffällig ist jedoch, dass 10 % der Unternehmen dieser Betriebsgröße eine 4-Tage-Woche ermöglicht, die Zahl bei kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten aber höher ist (16 %). Die Unternehmen mittlerer Größe liegen dazwischen.

Abb. 2

Primäre Motivation des Weiterbildungsangebots

Gewichtete Anteile in %

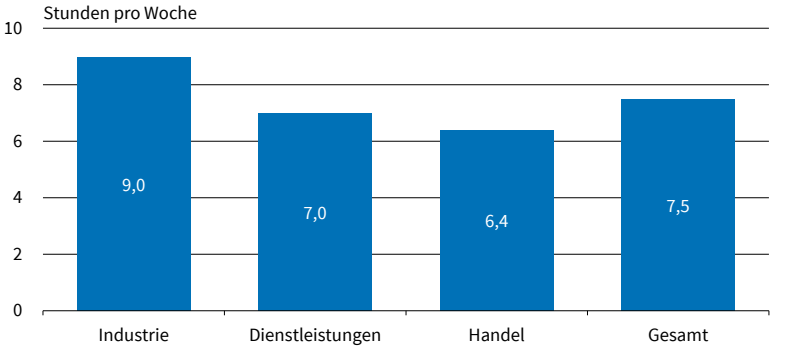


Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung 2025Q1. © ifo Institut

Abb. 3

Durchschnittlicher Umfang einer Weiterbildung

Gewichtete Anteile in Stunden pro Woche, nach Wirtschaftsbereich

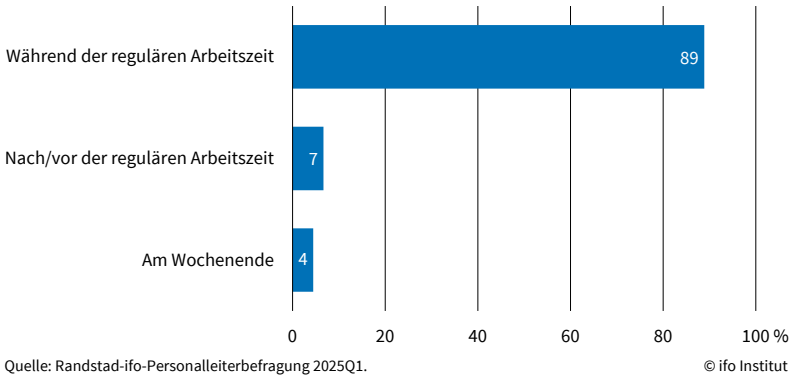


Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung 2025Q1. © ifo Institut

Abb. 4

Zeitpunkt der Weiterbildungen

Gewichtete Anteile in %



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung 2025Q1. © ifo Institut

MOTIVATION UND BINDUNG VON BESCHÄFTIGTEN HAUPTGRUND FÜR WEITERBILDUNGSANGEBOT

Die Frage nach der primären Motivation für das Weiterbildungsangebot beantworteten die meisten Unternehmen mit der Motivation und Bindung von Beschäftigten (67 %) (vgl. Abb. 2). 62 % der Teilnehmenden nannten das Erlernen neuer Fähigkeiten als primären Grund und 48 % die Vertiefung bereits bekannter Fähigkeiten. Weitere 40 % erhoffen sich durch das Weiterbildungsangebot eine erhöhte Produktivität ihrer Beschäftigten. Knapp ein Drittel erhofft sich, dass sie als Arbeitgeber attraktiver werden. Eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit ist das Ziel von 26 %. Die Förderung interner Mobilität spielt aktuell kaum eine Rolle (9 %). In der Industrie wurde das Erlernen neuer Fähigkeiten mit 67 % häufiger genannt als die Mitarbeitermotivation und -bindung (62 %). Zudem lag die Steigerung der Produktivität mit 47 % weiter vorne sowie die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit mit 31 %. Im Handel und im Dienstleistungssektor entspricht die Reihenfolge der des Gesamtpanels. Im Größenklassenvergleich fällt auf, dass die interne Mobilität bei Großunternehmen ab 500 Beschäftigten eine deutlich größere Rolle spielt (15 %) als in kleineren Unternehmen (bis 49 Beschäftigte: 7 %, 50–249 Beschäftigte: 8 %).

KNAPP EIN DRITTEL DER BESCHÄFTIGTEN HAT 2024 EINE WEITERBILDUNG ABSOLVIERT

Bei etwas weniger als einem Drittel (31 %) der Unternehmen haben Beschäftigte im Jahr 2024 an einer Weiterbildung teilgenommen. Am höchsten war der Anteil bei den Dienstleistungsunternehmen (36 %), gefolgt von der Industrie (28 %) und dem Handel (27 %). Der Vergleich nach Unternehmensgröße zeigt, dass Weiterbildungen am häufigsten bei Großunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten ein Thema sind. Bei kleinen (bis 49 Beschäftigte) und mittelgroßen Unternehmen (50–249 Beschäftigte) liegt der Anteil etwas niedriger (29 %).

DURCHSCHNITTLICHE DAUER EINER WEITERBILDUNG BETRÄGT 7,5 STUNDEN

Zusätzlich zur Häufigkeit von Weiterbildungen wurden die Unternehmen auch nach deren Länge befragt. Die durchschnittliche Dauer wurde mit 7,5 Stunden pro Woche – also knapp einem Arbeitstag – angegeben. Dabei dauern die Weiterbildungen bei kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Angestellten etwas kürzer (6,5 Stunden pro Woche) und bei mittelgroßen Betrieben (50–249 Beschäftigte) etwas länger (8,4 Stunden pro Woche). In der Industrie fallen Weiterbildungen mit 9,0 Stunden pro Woche sichtlich länger aus als bei den Dienstleistern (7,0 Stunden) und im Handel (6,4 Stunden) (vgl. Abb. 3).

Der Besuch von Weiterbildungen findet in 89 % der Fälle während der regulären Arbeitszeit statt (vgl. Abb. 4). 7 % der Unternehmen gaben einen Besuch nach oder vor der regulären Arbeitszeit an, nur 4 % am Wochenende. Im Größenklassenvergleich zeigt sich, dass kleine Unternehmen etwas häufiger als im Schnitt auf Weiterbildungen außerhalb der regulären Arbeitszeiten beziehungsweise am Wochenende setzen (13 %). Großunternehmen schulen ihr Personal hingegen fast ausschließlich während der regulären Arbeitszeiten (98 %).

REFERENZEN

Werner, K., V. Freundl, F. Kugler, P. Lergetporer, K. Wedel und L. Wößmann (2022), »Deutsche befürworten Weiterbildung, um mit dem Strukturwandel Schritt zu halten: Ergebnisse des ifo Bildungsbarometers 2022«, *ifo Schnelldienst* 75(9), 56–69.