Tag der Weiterbildung 2015 „Berufsbezogene Erwachsenenbildung“

Ergebnisse einer CATI-B2B-Befragung von HR-Verantwortlichen

Inhaltsverzeichnis

Methodik und Qualitätssicherung..... 3

Summary..... 10

Struktur der Befragten..... 18

Ergebnisse..... 21

Fragebogen..... 49

Methodik und Qualitätssicherung

Daten zur Untersuchung (1)

- **Themen/Inhalte:**
  - Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen
  - Geplantes Budget für Weiterbildung
  - Motive mehr Geld in Weiterbildung zu investieren
  - Motive weniger Geld in Weiterbildung zu investieren
  - Geplante Senkung des Budgets für Weiterbildung
  - Förderungen als Grund für mehr Weiterbildung
  - Hauptgrund für Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen
  - Kurzfristige bzw. langfristige Weiterbildungsmaßnahmen
  - Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen
  - Korrelation Konkurrenzdruck am Markt - Weiterbildungsbudget
  - Korrelation Weiterbildungsbudget - Gesamtinvestitionen
  - Arten von Erfolgsmessung von Weiterbildung
  - Veränderung der Erfolgsmessung von Weiterbildung
  - Veränderung der Förderungen für unternehmensbezogene Weiterbildung
  - Einschätzung des laufendes Geschäftsjahres

Daten zur Untersuchung (2)

Methode:

Telefonische Repräsentativbefragung von HR- bzw. Personalverantwortlichen und GeschäftsführerInnen; Randomsampling

Zielpersonen:

HR- bzw. Personalverantwortliche und GeschäftsführerInnen in österreichischen Unternehmen ab 20 MitarbeiterInnen

Stichprobengröße:

500 Interviews

Befragungsgebiet:

Gesamtes Bundesgebiet

Adressmaterial:

Amtliches Telefonbuch

Befragungszeitraum:

09.02.2015 – 10.03.2015

makam RESEARCH

Studiendesign (1)

Auswahl:

- Ermittlung der Brutto-Stichprobe durch zufällige Auswahl aus der Herold-Marketing CD-Rom.
- Ziehung einer proportional geschichteten Stichprobe
- Die Anzahl der zufällig ausgewählten Adressen je politischen Bezirk entspricht dem Anteil der Unternehmen der jeweiligen Branche des Bezirks an der Gesamtunternehmenslandschaft mit mehr als 20 MitarbeiterInnen

Ziehung:

- zweistufiges Verfahren
- erste Phase - Zufallsauswahl
- zweite Stufe - Quotensampling (Kriterien: Branche, Region, MitarbeiterInnenanzahl)

Studiendesign (2)

Merkmale:

- Qualitätssteigerung der Stichprobe durch Koppelung der Quotenmerkmale Branche, Region und MitarbeiterInnenanzahl
- Die Gewichtung richtet sich nach der Häufigkeit der einzelnen Quotenmerkmale.

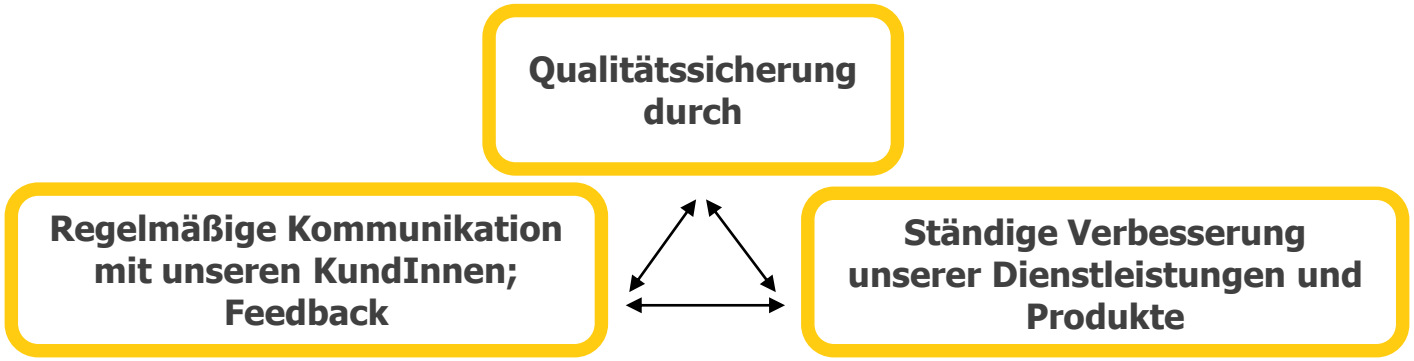
Qualitätssicherung, -management (1):

- Die Qualität des Projektes insgesamt wird von einem/einer eigens dafür zuständigen Projektverantwortlichen überwacht
- interne Qualitätssicherungsmaßnahmen sind:
  - laufende Schulungen der InterviewerInnen
  - kein ständig wechselndes InterviewerInnen Team
  - persönliches Briefing aller InterviewerInnen (Analyse der Befragungsinhalte, der Fragenformulierung und -reihenfolge unter Berücksichtigung von etwaigen Filterfragen, Sensibilisierung der InterviewerInnen für das entsprechende Thema)
  - SupervisorInnen, die ständig im CATI-Studio anwesend sind und die Einhaltung der Qualitätskriterien gewährleisten
  - mehrfache Pretests der Fragebögen
  - regelmäßige Überprüfung der Homogenität und Plausibilität der Befragungsinhalte der einzelnen Fragebögen

Qualitätssicherung, -management (2):

- Weitere interne Qualitätssicherungsmaßnahmen
  - Nichteinbeziehung abgebrochener Interviews in die Netto-Stichprobe (Mangel an demographischer Information sowie viele fehlende Angaben beeinflussen die Qualität der Befragung negativ)
  - ständige digitale Aufzeichnung über Zeitpunkt und Anzahl der Kontaktversuche
  - Laufende Kontrolle der Kontaktversuche und Non-Respondents

- Einen hohen Stellenwert in der Qualitätssicherung nimmt weiters die regelmäßige Kommunikation mit dem Auftraggeber ein



Summary

Summary (1):

Struktur der Stichprobe:

Die Stichprobe der Studie von n=500 ist repräsentativ auf die österreichische Unternehmenslandschaft ab 20 MitabeiterInnen. Dementsprechend ist ein Viertel der befragten Unternehmen im Bereich Gewerbe/Industrie tätig, ein Drittel im Handel und 35% im Dienstleistungssektor. 7% der Unternehmen sind im öffentlichen Bereich tätig.
In 64% der Unternehmen arbeiten zwischen 20 und 49 Personen, 21% der Firmen weisen eine MitarbeiterInnenanzahl zwischen 50 und 99 Personen auf, in 9% der Unternehmen sind zwischen 100 und 199 MitarbeiterInnen beschäftigt und in 6% 200 oder mehr.
22% der Unternehmen sind in Wien ansässig, 17% in Niederösterreich, 18% in Oberösterreich, 23% in den südlichen Bundesländern (Burgenland/Kärnten/Steiermark) und 21% im Westen Österreichs (Salzburg/Tirol/Vorarlberg).
Gut ein Viertel der Interviews wurde mit GeschäftsführerInnen und 62% mit HR- bzw. Personalverantwortlichen geführt. Weitere 12% der InterviewpartnerInnen haben andere Positionen mit Weiterbildungsverantwortung.

Summary (2):

Wichtigste Ergebnisse:

- Technik und Produktion (27%) wird wie in den letzten Jahren am häufigsten als wichtigste Weiterbildungsmaßnahme genannt, die den größten Konkurrenzvorsprung verschafft, gefolgt von Verkaufstraining und Marketing (24%).
- Im Gesamtranking der drei wichtigsten Weiterbildungsmaßnahmen hat Verkaufstraining und Marketing den Bereich Technik und Produktion, der im Vergleich zum Vorjahr an Wichtigkeit verloren hat (2014: 56%, 2015: 43%), vom ersten Platz verdrängt. Verkaufstraining und Marketing zählt häufiger für Handelsunternehmen zu den drei wichtigsten Weiterbildungsmaßnahmen, Technik und Produktion hingegen für Unternehmen aus dem Bereich Gewerbe bzw. Industrie.
- Persönlichkeitsentwicklung befindet sich zwar wie im Vorjahr auf Platz 3, aber auch dieser Bereich hat an Wichtigkeit eingebüßt (2014: 51%, 2015: 30%), und liegt somit fast gleichauf mit dem Bereich Informatik und EDV-Anwendungen, der im Vergleich zum Vorjahr zulegen konnte (2014: 21%, 2015: 29%).
- Auch die Bereiche Rechnungswesen und Recht haben im Vergleich zum Vorjahr etwas an Bedeutung gewonnen, hinsichtlich der anderen Bereiche (Sicherheit, Management/Unternehmensführung, Gesundheit/Arbeitnehmerschutz, Sprachen, Betriebswirtschaft und Umweltschutz) zeigen sich keine signifikanten Veränderungen.

Summary (3):

- 37% der Unternehmen blicken auf ein schwieriges Geschäftsjahr, 34% erwarten ein gleichbleibendes Geschäftsjahr und 27% erwarten eine positive Entwicklung.
- 7 von 10 Unternehmen haben gleich viel Weiterbildungsbudget vorgesehen wie im Vorjahr, 9% haben weniger Budget für Weiterbildung eingeplant (53% davon werden ihr Weiterbildungsbudget sogar um mehr als 10% senken) und 15%, tendenziell häufiger Unternehmen, die auf ein positives Geschäftsjahr blicken, planen heuer mehr in Weiterbildung zu investieren.
- 44% der HR- und Personalverantwortlichen sind der Meinung, dass sich die Förderung für unternehmensbezogene Weiterbildung in den letzten 3 bis 5 Jahren nicht verändert hat, je 20% denken dass es mehr bzw. weniger Förderungen gibt.
- Gut zwei Drittel jener Unternehmen, die gleich viel Weiterbildungsbudget wie 2014 vorgesehen haben, würden mehr Weiterbildung anbieten, wenn es mehr diesbezügliche Förderungen geben würde.
- Der häufigste Grund dafür, mehr Weiterbildungsbudget einzusetzen, ist um für den nächsten Aufschwung (besser als die MitbewerberInnen) gerüstet zu sein; dieser Aussage stimmen zwei Drittel der HR- und Personalverantwortlichen, die für 2015 mehr Budget als 2014 eingeplant haben, zu. Aber auch die Bindung von MitarbeiterInnen an das Unternehmen (54%), eine noch bessere Qualifikation aufgrund der guten Auftragslage (53%) und dass MitarbeiterInnen aufgrund der positiven Entwicklung des Unternehmens zusätzliche Aufgaben übernehmen (51%) werden häufig als Gründe genannt.

Summary (4):

- Als häufigste Gründe dafür, weniger Geld in Weiterbildung zu investieren, werden gesunkene Gesamtinvestitionen (51%) sowie die allgemeine schwierige wirtschaftliche Situation (49%) genannt. 3 von 10 HR- und Personalverantwortlichen, die weniger Weiterbildungsbudget eingeplant haben, geben als Grund dafür an, dass es zu wenig gibt.
- Weiterbildungsmaßnahmen werden primär gesetzt, um das Unternehmen zu stärken, also wettbewerbsfähig zu machen (74%). Dies ist häufiger für HR- und Personalverantwortliche im Bereich Gewerbe/Industrie sowie für Unternehmen, die auf ein schwieriges Geschäftsjahr blicken, der Hauptgrund für den Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen. 16% nennen die MitarbeiterInnenmotivation als Hauptgrund und 9%, tendenziell häufiger HR- und Personalverantwortliche im öffentlichen Bereich, setzten Weiterbildungsmaßnahmen primär um MitarbeiterInnen halten zu können.
- Durchschnittlich werden in 8 unterschiedlichen Bereichen Weiterbildungsmaßnahmen angeboten. Verkaufstraining und Marketing (75% - häufiger im Handel), Sicherheit (74% - häufiger im Bereich Gewerbe/Industrie), Gesundheit/Arbeitnehmerschutz (73%), Informatik und EDV-Anwendungen (72%) und Persönlichkeitsentwicklung (71%) werden am häufigsten angeboten.
- Grundsätzlich werden in fast allen Funktionsbereichen, die es in den jeweiligen Unternehmen gibt, auch Weiterbildungsmaßnahmen angeboten.

Summary (5):

- 4 von 10 Unternehmen verwenden mehr Budget für längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen, 18% mehr für kurzfristige (tendenziell häufiger Unternehmen, die auf ein schwieriges Geschäftsjahr blicken) und 42% investieren in beides etwa gleich viel.
- In den unterschiedlichen Weiterbildungsbereichen werden tendenziell auch häufiger längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen gesetzt, besonders in den Bereichen Management/Unternehmensführung und Umweltschutz. Lediglich bei Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich Informatik und EDV-Anwendungen und Rechnungswesen ist das Verhältnis zwischen kurzfristig notwendigen und langfristig geplanten Maßnahmen etwas ausgeglichener, wobei auch hier die längerfristig geplanten Maßnahmen überwiegen.
- Auch in den unterschiedlichen Funktionsbereichen überwiegen die langfristig geplanten Weiterbildungsmaßnahmen, vor allem bei Führungskräften, Lehrlingen und ExpertInnen (wie z.B. im IT- oder Controlling-Bereich).
- In 7 von 10 Unternehmen korreliert das Weiterbildungsbudget nicht mit dem Konkurrenzdruck, 13% investieren bei mehr Konkurrenzdruck auch mehr in Weiterbildung und 7% investieren bei erhöhtem Konkurrenzdruck weniger in Weiterbildung. 7% geben an, keinen Konkurrenzdruck zu haben, häufiger Unternehmen im öffentlichen Bereich.

Summary (6):

- Bei knapp einem Drittel der Unternehmen wird mehr in Weiterbildung investiert, wenn auch insgesamt mehr investiert wird. 45% investieren trotz geringerer Gesamtinvestitionen mehr oder gleich viel in Weiterbildung; dies sagen allerdings häufiger HR- und Personalverantwortliche aus Unternehmen, die 2015 weniger Weiterbildungsbudget eingeplant haben als 2014. 14% investieren weniger oder gleich viel in Weiterbildung, wenn die Gesamtinvestitionen zurückgehen.
- Rund 7 von 10 Unternehmen führen Erfolgsmessungen von Weiterbildungsmaßnahmen durch, häufiger Unternehmen mit tendenziell mehr MitarbeiterInnen. Am häufigsten werden Zufriedenheitsmessungen der MitarbeiterInnen nach der Weiterbildungsveranstaltung durchgeführt (50%), 44% machen Zufriedenheitsmessungen der KundInnen, 40% führen MitarbeiterInnenmotivationsmessungen durch, 37% messen den Einfluss von Weiterbildung auf den unternehmerischen Erfolg und jedes dritte Unternehmen überprüft den Zusammenhang von Weiterbildungsaktivitäten und Produktivität. 26% kontrollieren die Ergebnisse in Form von Prüfungen und ein Viertel überprüft den Zusammenhang von Weiterbildungsaktivitäten und Umsatz. 1% der HR- und Personalverantwortlichen gibt an, dass es bisher keine Erfolgsmessung gab, diese aber 2015 eingeführt wird und 28% hatten 2014 keine Erfolgsmessung und werden auch 2015 keine haben.

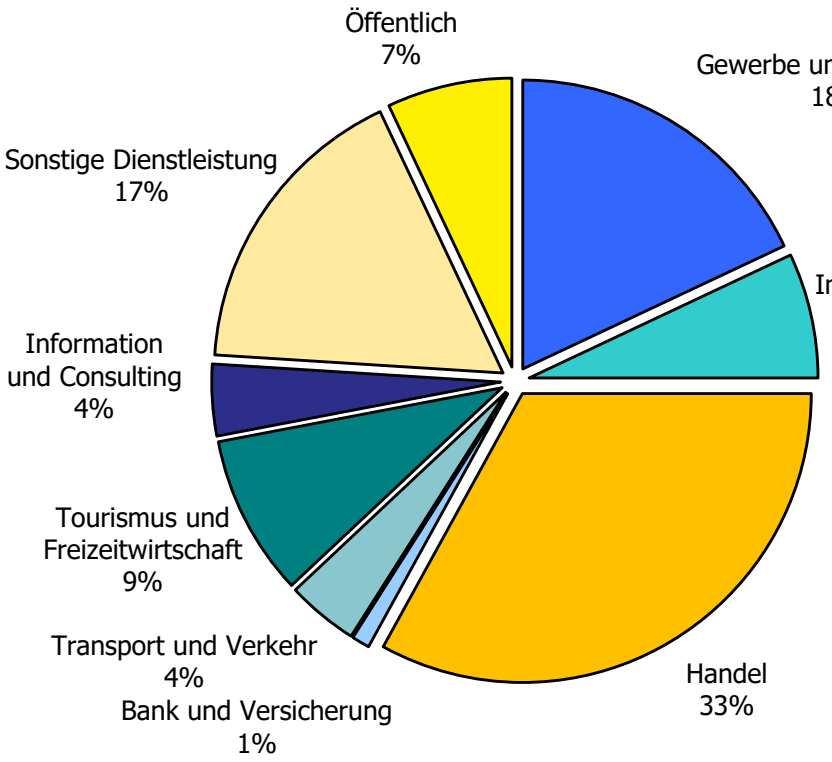
Summary (7):

- Hinsichtlich der Erfolgsmessung wird es kaum Veränderungen geben: 88% der Unternehmen wollen die Erfolgsmessung unverändert lassen (bzw. nicht einführen), 8% werden mehr Erfolgsmessungen durchführen und 3% werden die Erfolgsmessungen reduzieren.

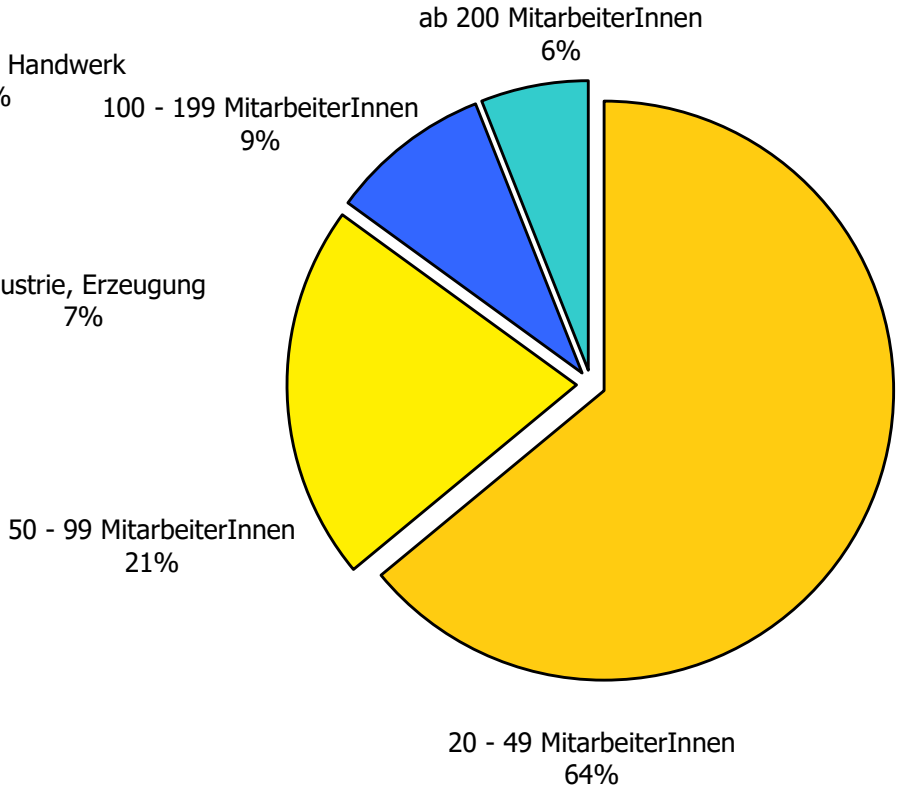
Struktur der Befragten

Struktur (1)

Branche



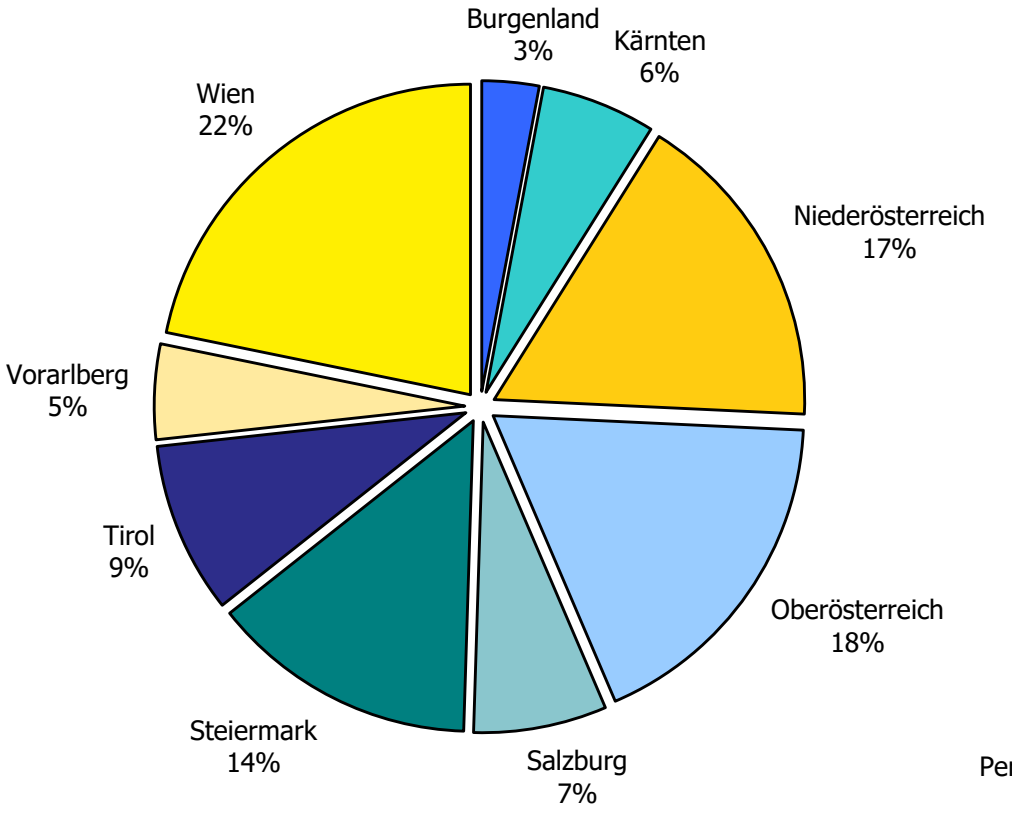
MitarbeiterInnenanzahl



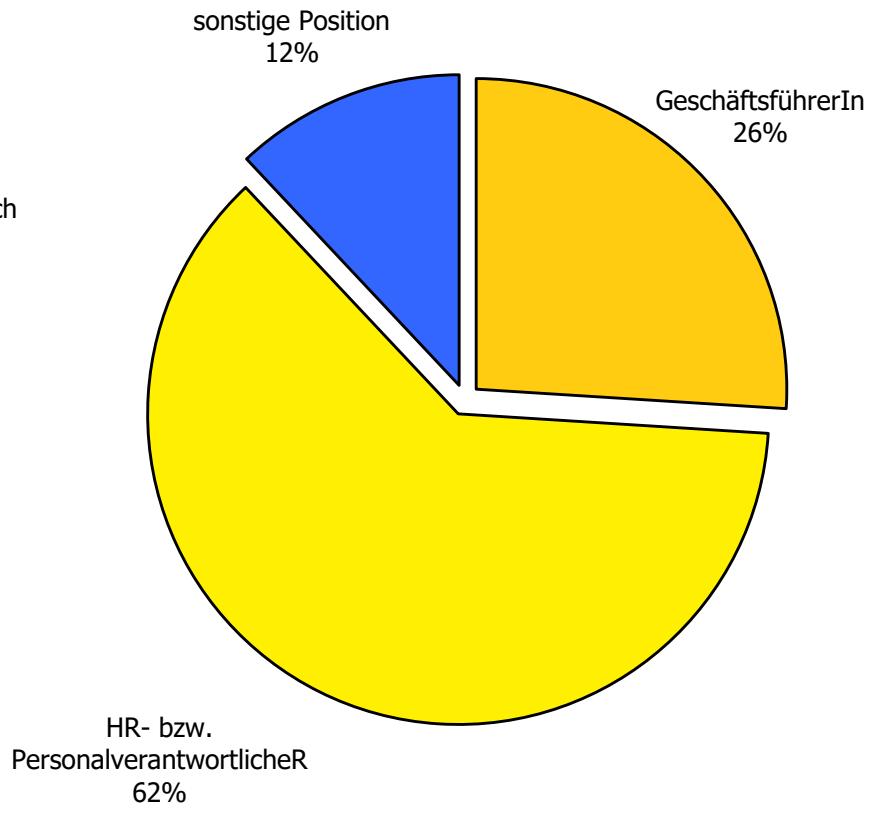
n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Struktur (2)

Bundesland



Position des / der Befragten im Unternehmen

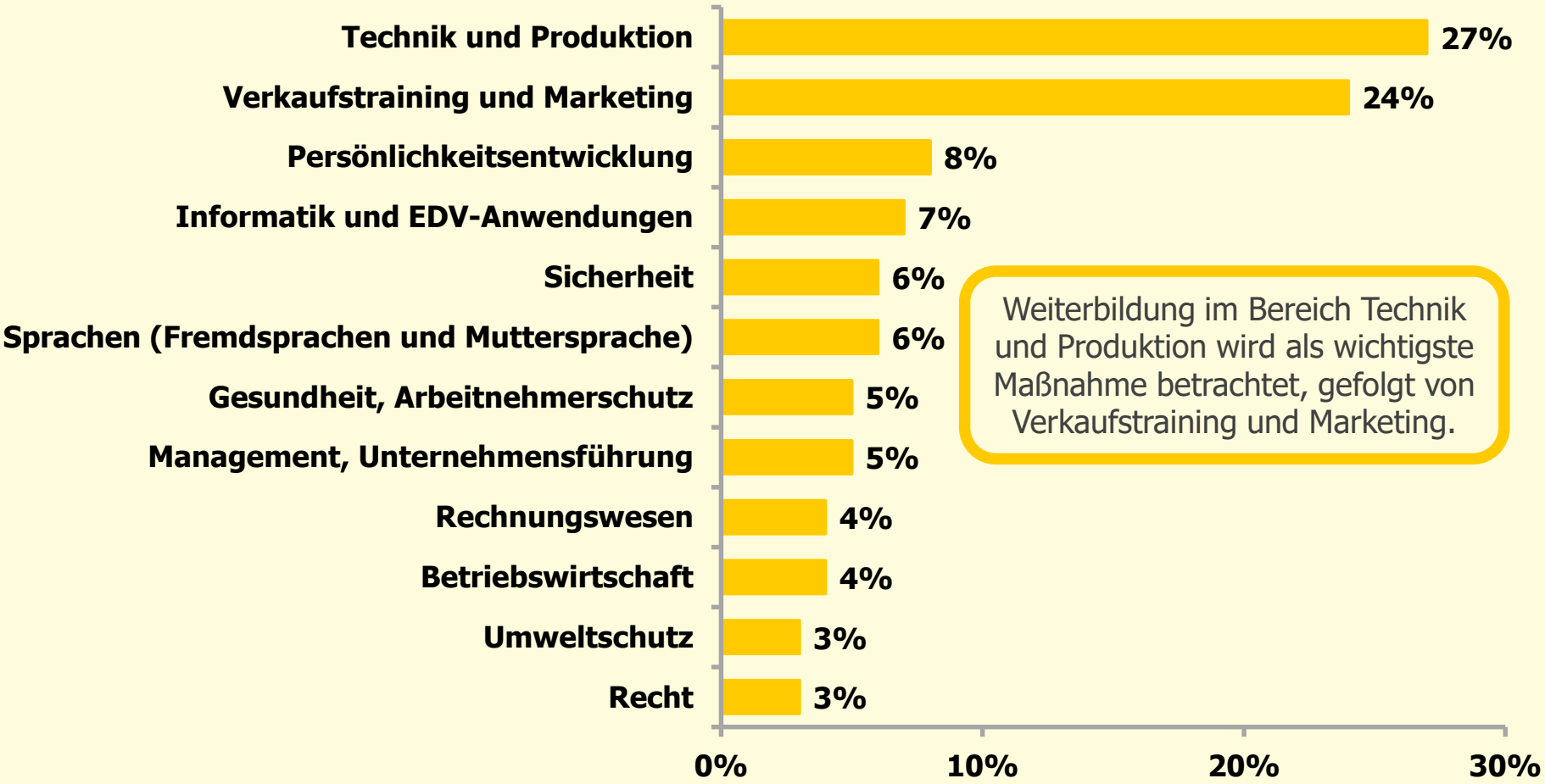


n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Ergebnisse

Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen 1. Platz (1)

Ich lese Ihnen nun einige Weiterbildungsmaßnahmen vor. Sagen Sie mir bitte welche 3 davon Ihrem Unternehmen den größten Konkurrenzvorsprung verschaffen? Nennen Sie mit bitte auf Platz 1 die wichtigste, auf Platz 2 und Platz 3 die zweit- bzw. drittwichtigste Weiterbildungsmaßnahme um sich vom Mitbewerb abzuheben.



Weiterbildung im Bereich Technik und Produktion wird als wichtigste Maßnahme betrachtet, gefolgt von Verkaufstraining und Marketing.

n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen
1. Platz (2)

Dass Technik und Produktion die wichtigste Maßnahme ist sagen häufiger…

- HR- und Personalverantwortliche im Bereich Gewerbe/Industrie.

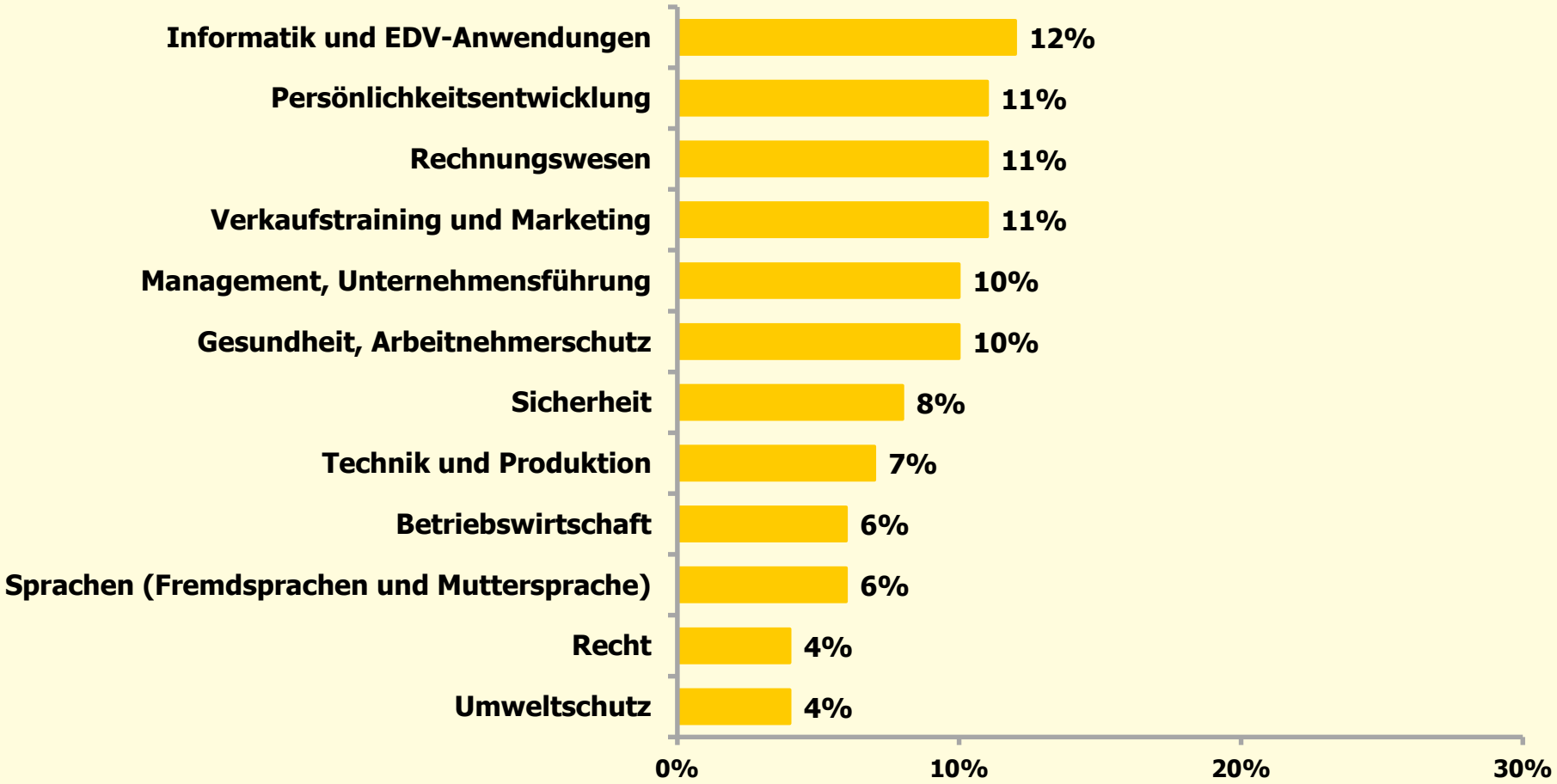
Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen 2. Platz

Ich lese Ihnen nun einige Weiterbildungsmaßnahmen vor. Sagen Sie mir bitte welche 3 davon Ihrem Unternehmen den größten Konkurrenzvorsprung verschaffen? Nennen Sie mit bitte auf Platz 1 die wichtigste, auf Platz 2 und Platz 3 die zweit- bzw. drittwichtigste Weiterbildungsmaßnahme um sich vom Mitbewerb abzuheben.

n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen 3. Platz

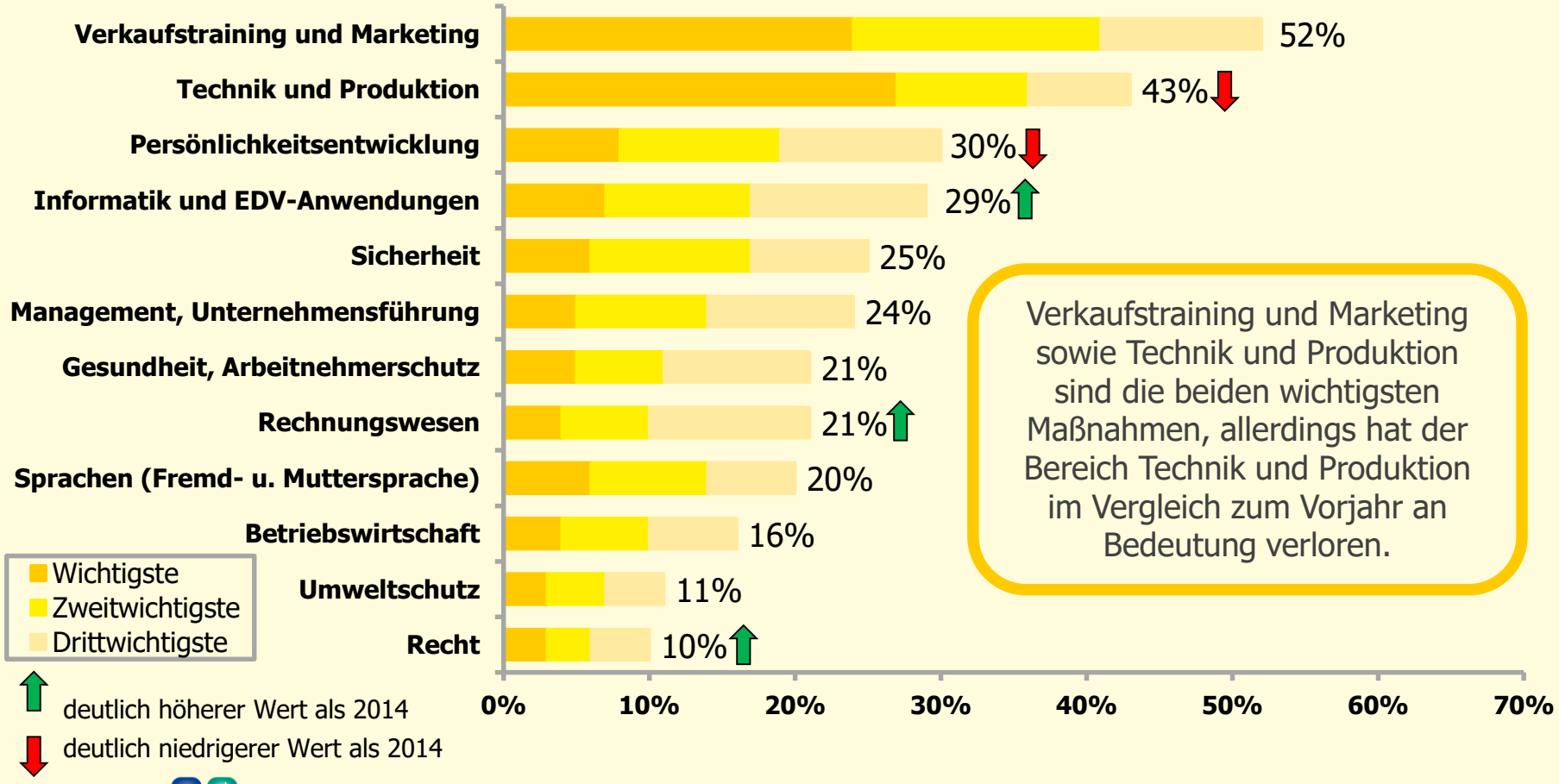
Ich lese Ihnen nun einige Weiterbildungsmaßnahmen vor. Sagen Sie mir bitte welche 3 davon Ihrem Unternehmen den größten Konkurrenzvorsprung verschaffen? Nennen Sie mit bitte auf Platz 1 die wichtigste, auf Platz 2 und Platz 3 die zweit- bzw. drittwichtigste Weiterbildungsmaßnahme um sich vom Mitbewerb abzuheben.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen Gesamtranking (1)

Ich lese Ihnen nun einige Weiterbildungsmaßnahmen vor. Sagen Sie mir bitte welche 3 davon Ihrem Unternehmen den größten Konkurrenzvorsprung verschaffen? Nennen Sie mit bitte auf Platz 1 die wichtigste, auf Platz 2 und Platz 3 die zweit- bzw. drittwichtigste Weiterbildungsmaßnahme um sich vom Mitbewerb abzuheben.



Verkaufstraining und Marketing sowie Technik und Produktion sind die beiden wichtigsten Maßnahmen, allerdings hat der Bereich Technik und Produktion im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung verloren.

n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, 3 Nennungen

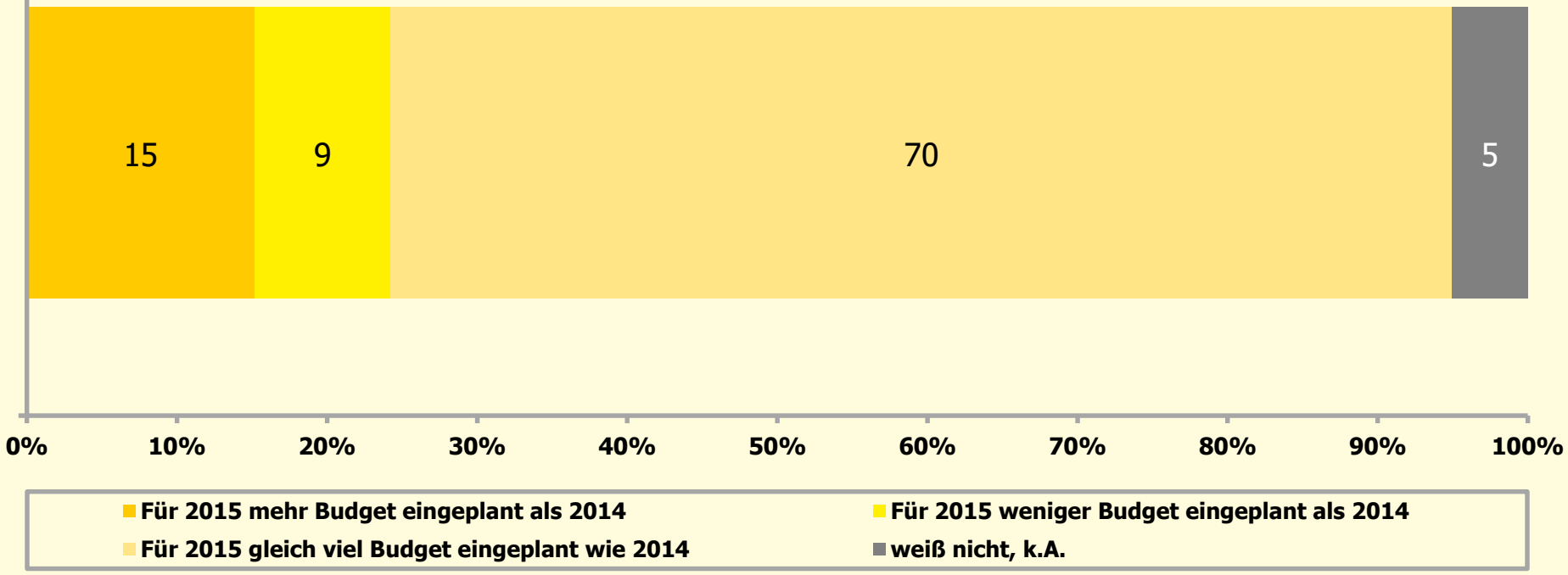
Wichtigste Weiterbildungsmaßnahmen Gesamtranking (2)

Verkaufstraining und Marketing zählen für ... häufiger zu den drei wichtigsten Weiterbildungsmaßnahmen.
➢ HR- und Personalverantwortliche im Bereich Handel
Technik und Produktion zählen für ... häufiger zu den drei wichtigsten Weiterbildungsmaßnahmen.
➢ HR- und Personalverantwortliche im Bereich Gewerbe/Industrie
Informatik und EDV-Anwendungen Marketing zählen für ... häufiger zu den drei wichtigsten Weiterbildungsmaßnahmen.
➢ tendenziell HR- und Personalverantwortliche im öffentlichen Bereich

Geplantes Budget für Weiterbildung

Wie viel Budget haben Sie 2015 für Weiterbildung vorgesehen? Haben Sie mehr, weniger oder gleich viel Budget wie im Jahr 2014 eingeplant?

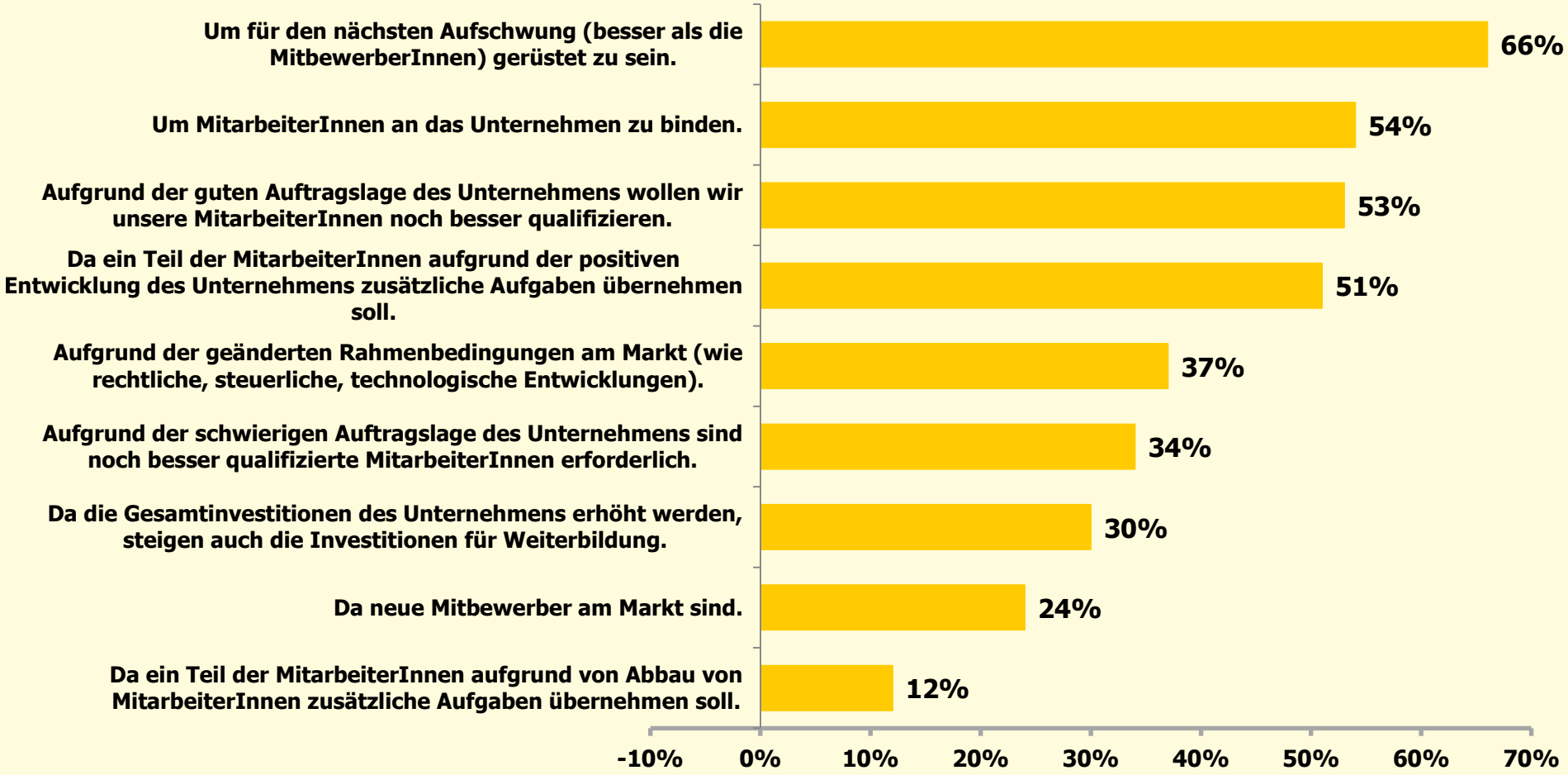
15% der Unternehmen haben für heuer mehr Weiterbildungsbudget eingeplant als im Vorjahr, 9% werden weniger Geld für Weiterbildung ausgeben und 70% planen gleich viel Budget ein wie im Vorjahr. Jene Unternehmen, die auf ein positives Geschäftsjahr blicken, werden tendenziell häufiger mehr in Weiterbildung investieren.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Motive mehr Geld in Weiterbildung zu investieren

Ich lese Ihnen nun einige mögliche Motive vor, warum Unternehmen **mehr** Geld für Weiterbildung ausgeben, bitte geben Sie an, was auf Ihr Unternehmen zutrifft.



n = 76 HR- und Personalverantwortliche, die für 2015 mehr Budget als 2014 eingeplant haben; Angaben in %, Mehrfachnennungen

Motive weniger Geld in Weiterbildung zu investieren

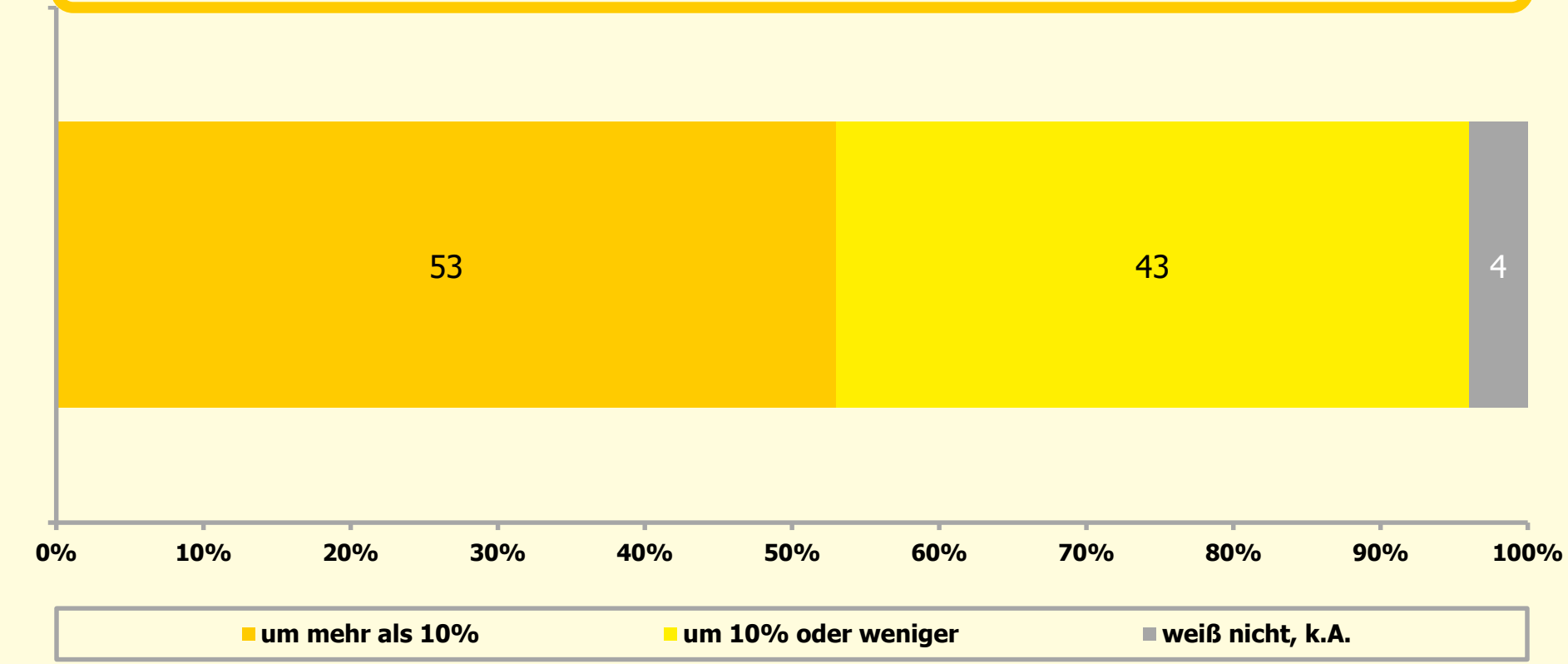
Ich lese Ihnen nun einige mögliche Motive vor, warum Unternehmen **weniger** Geld für Weiterbildung ausgeben, bitte geben Sie an, was auf Ihr Unternehmen zutrifft.

n = 47 HR- und Personalverantwortliche, die für 2015 weniger Budget als 2014 eingeplant haben; Angaben in %, Mehrfachnennungen

Geplante Senkung des Budgets für Weiterbildung

Um wie viel werden Sie Ihr Weiterbildungsbudget im Jahr 2015 senken?

Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die weniger in Weiterbildung investieren, reduzieren die Ausgaben um mehr als 10%.

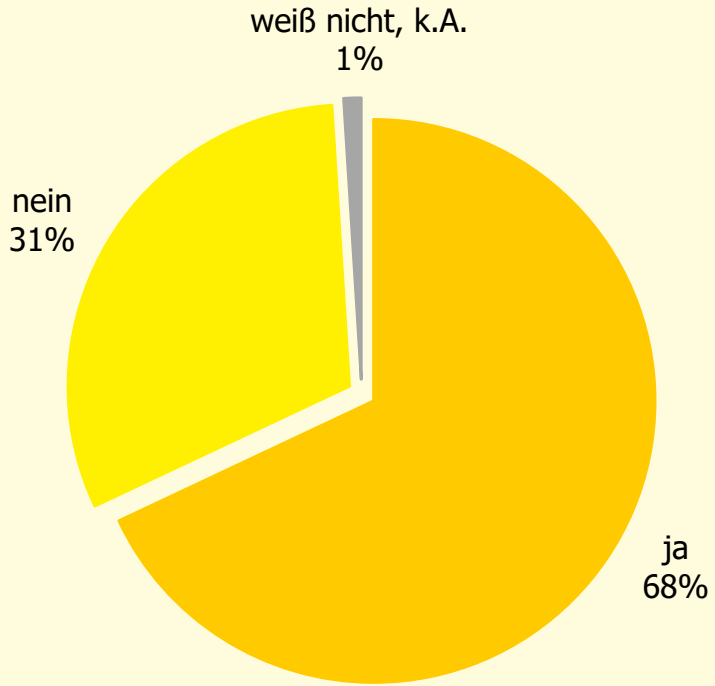


n = 47 HR- und Personalverantwortliche, die für 2015 weniger Budget als 2014 eingeplant haben; Angaben in %, Einfachnennung

Förderungen als Grund für mehr Weiterbildung

Sie haben gesagt, dass Sie gleich viel Weiterbildungsbudget wie noch im letzten Jahr haben. Würden Sie mehr Weiterbildung für ihre MitarbeiterInnen anbieten, wenn es mehr diesbezügliche Förderungen gäbe?

Mehr als zwei Drittel jener Unternehmen, die gleich viel Weiterbildungsbudget wie 2014 vorgesehen haben, würden mehr Weiterbildung anbieten, wenn es mehr diesbezügliche Förderungen geben würde.

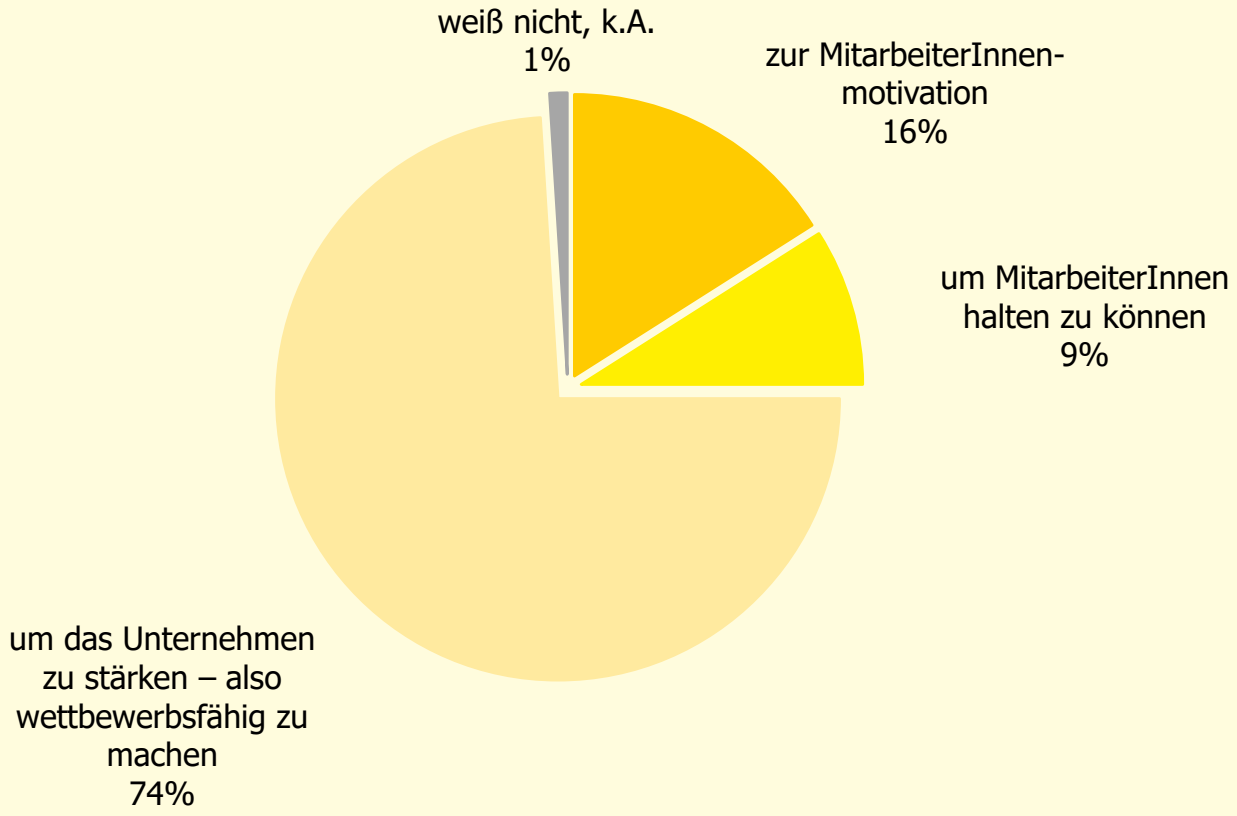


n = 351 HR- und Personalverantwortliche, die für 2015 gleich viel Budget wie 2014 eingeplant haben; Angaben in %, Einfachnennung

Hauptgrund für Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen (1)

Warum setzen Sie primär Weiterbildungsmaßnahmen?

Weiterbildungsmaßnahmen werden primär gesetzt, um das Unternehmen wettbewerbsfähig zu machen.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

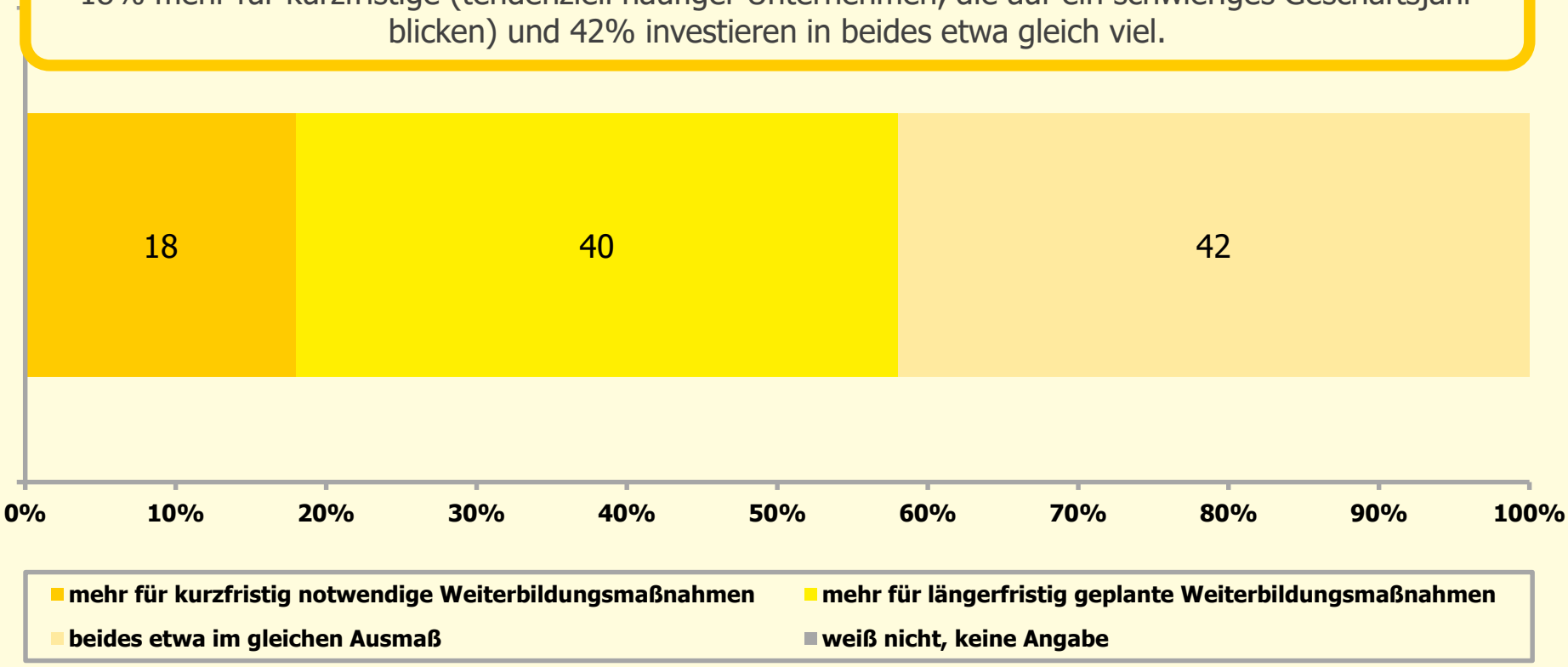
Hauptgrund für Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen (2)

„Um das Unternehmen zu stärken – also wettbewerbsfähig zu machen" sagen häufiger…
➢ HR- und Personalverantwortliche im Bereich Gewerbe/Industrie. ➢ HR- und Personalverantwortliche, die auf ein schwieriges Geschäftsjahr blicken.
„Um MitarbeiterInnen halten zu können" sagen häufiger…
➢ tendenziell HR- und Personalverantwortliche im öffentlichen Bereich.

Kurzfristige vs. langfristige Weiterbildungsmaßnahmen

Wenn Sie an Ihr Weiterbildungsbudget denken, wird davon mehr für kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen oder mehr Budget für längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen verwendet?

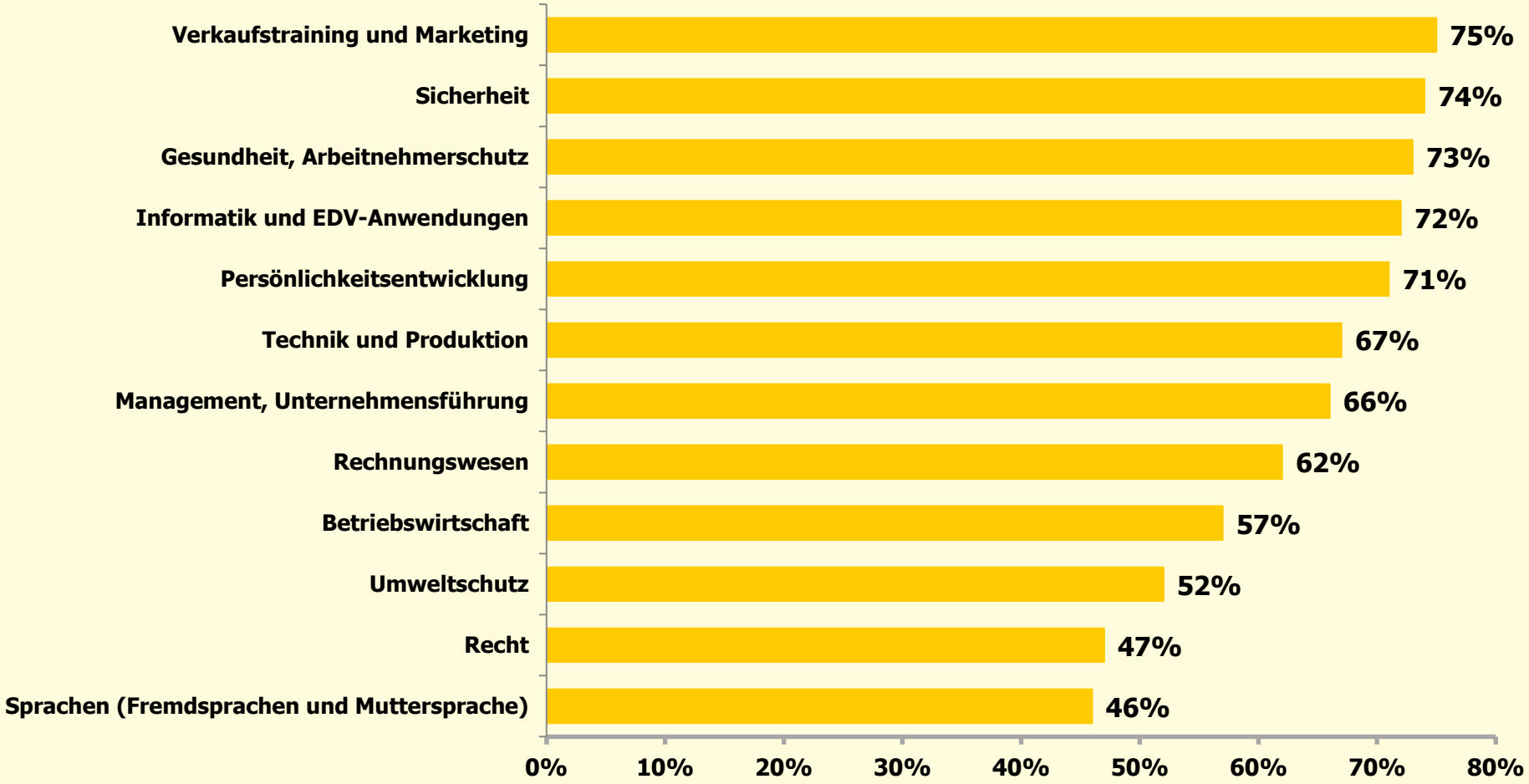
4 von 10 Unternehmen verwenden mehr Budget für längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen, 18% mehr für kurzfristige (tendenziell häufiger Unternehmen, die auf ein schwieriges Geschäftsjahr blicken) und 42% investieren in beides etwa gleich viel.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Angebotene Weiterbildungsbereiche (1)

Durchschnittlich werden in 8 unterschiedlichen Bereichen Weiterbildungsmaßnahmen angeboten.



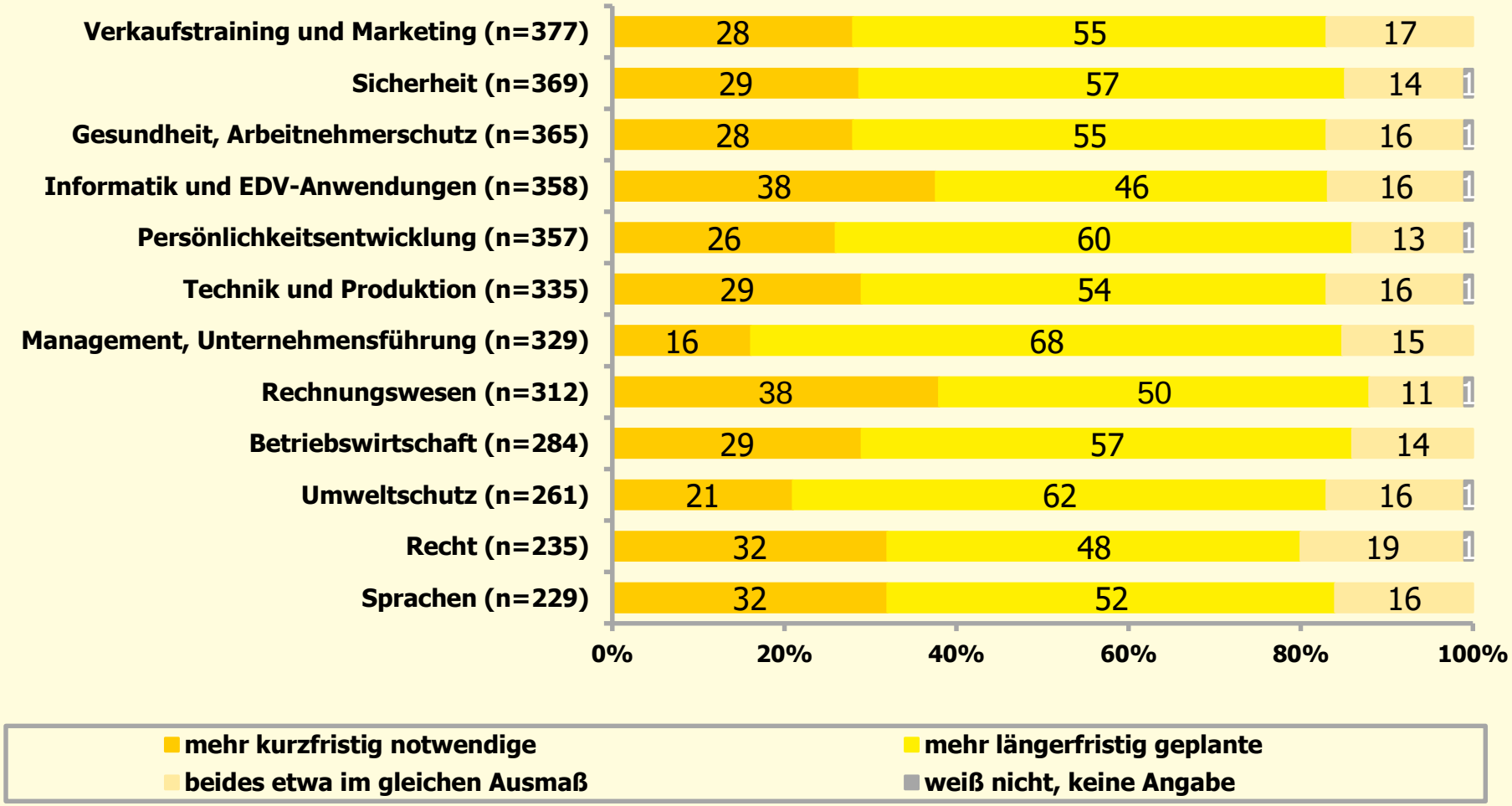
n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Mehrfachnennungen

Angebotene Weiterbildungsbereiche (2)

Weiterbildung im Bereich Verkaufstraining und Marketing wird häufiger in … angeboten.
➢ Unternehmen im Bereich Handel
Weiterbildung im Bereich Sicherheit wird häufiger in … angeboten.
➢ Unternehmen im Bereich Gewerbe/Industrie
Weiterbildung im Bereich Informatik und EDV-Anwendungen wird häufiger in … angeboten.
➢ tendenziell Unternehmen im öffentlichen Bereich
Weiterbildung im Bereich Technik und Produktion wird häufiger in … angeboten.
➢ Unternehmen im Bereich Gewerbe/Industrie

Kurzfristige vs. langfristige Weiterbildungsmaßnahmen Weiterbildungsbereiche

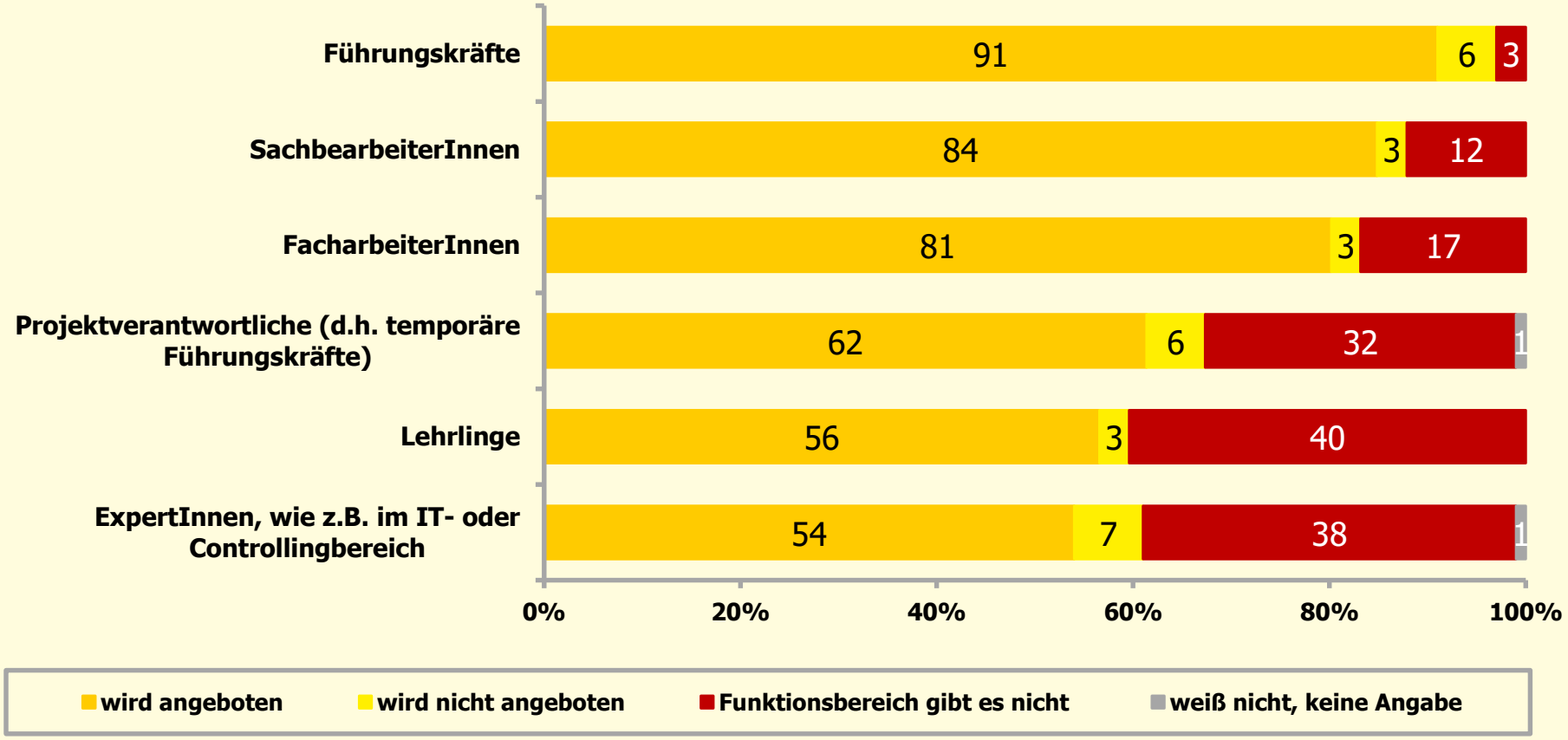
In welchen der folgenden **Weiterbildungsbereiche** setzen Sie mehr kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen und in welchen mehr längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen?



n = HR- und Personalverantwortliche, die die jeweilige Weiterbildungsmaßnahme anbieten; Angaben in %, Einfachnennung

Angebotene Weiterbildungsmaßnahmen Funktionsbereiche

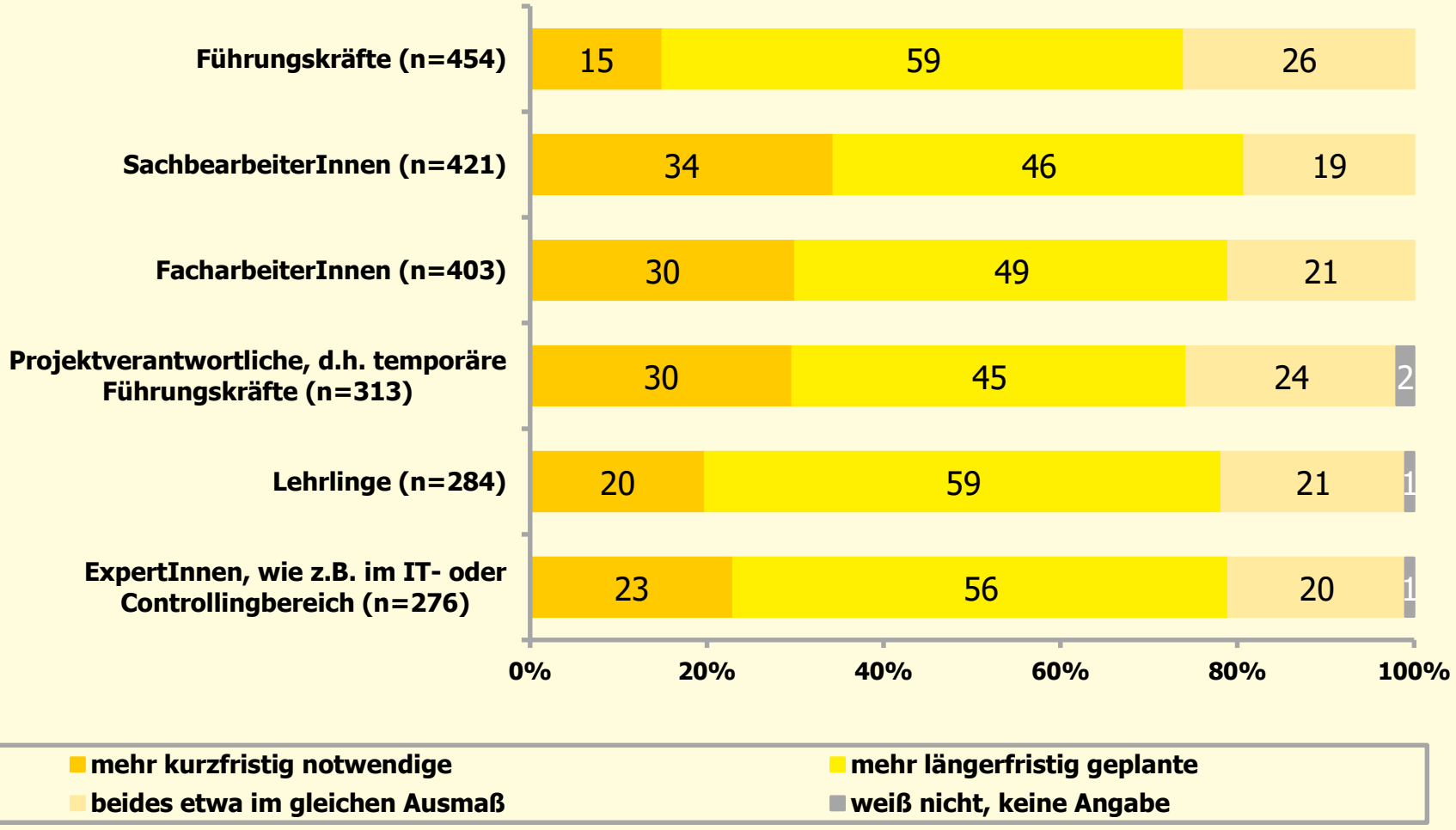
In fast allen Funktionsbereichen, die es in den jeweiligen Unternehmen gibt, werden Weiterbildungsmaßnahmen angeboten.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Kurzfristige vs. langfristige Weiterbildungsmaßnahmen Funktionsbereiche

In welchen der folgenden **Funktionsbereiche** setzen Sie mehr kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen und in welchen mehr längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen?

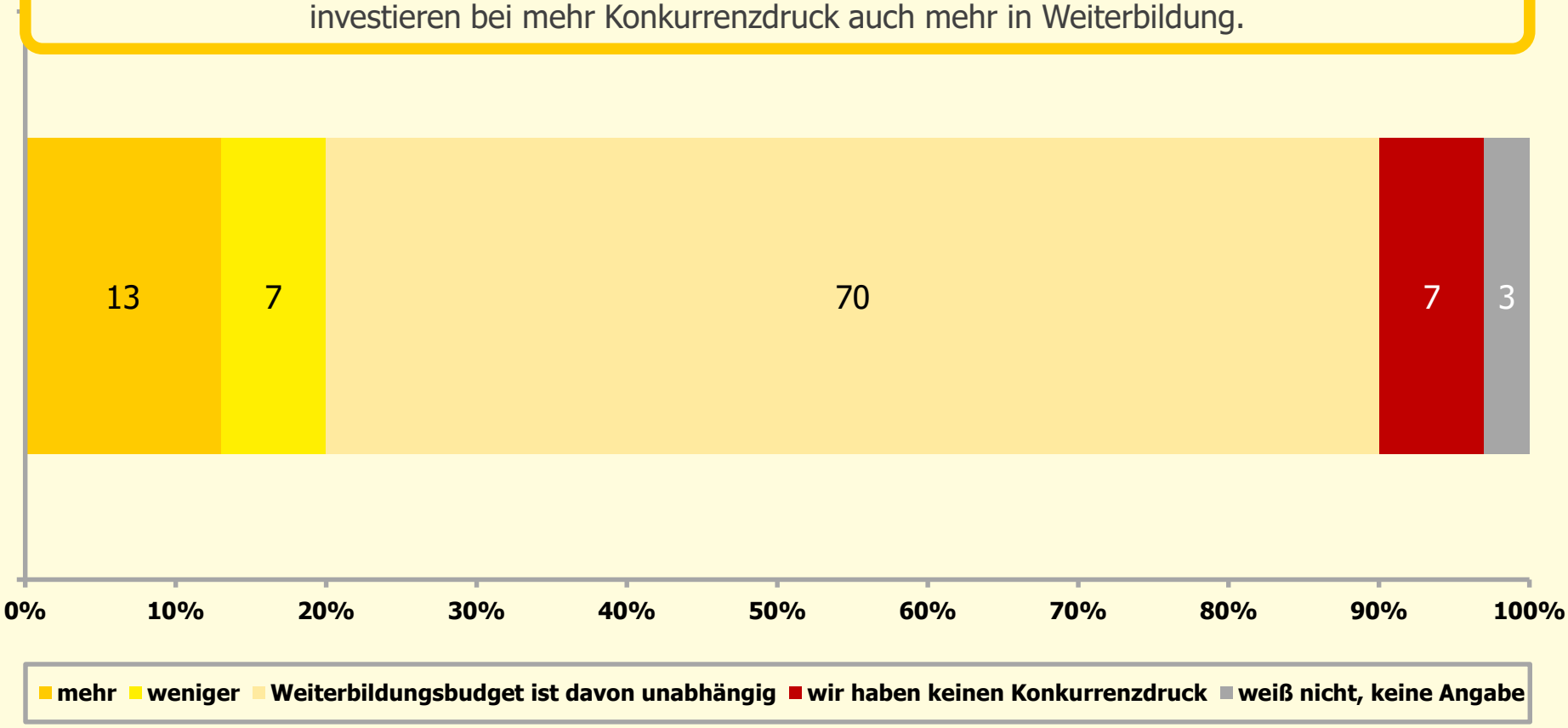


n = HR- und Personalverantwortliche, die Weiterbildungsmaßnahmen für den jeweiligen Funktionsbereich anbieten; Angaben in %, Einfachnennung

Korrelation Konkurrenzdruck am Markt – Weiterbildungsbudget (1)

Wenn es mehr Konkurrenzdruck am Markt gibt, investieren Sie dann mehr oder weniger in Weiterbildung?

In 7 von 10 Unternehmen korreliert das Weiterbildungsbudget nicht mit dem Konkurrenzdruck, 13% investieren bei mehr Konkurrenzdruck auch mehr in Weiterbildung.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

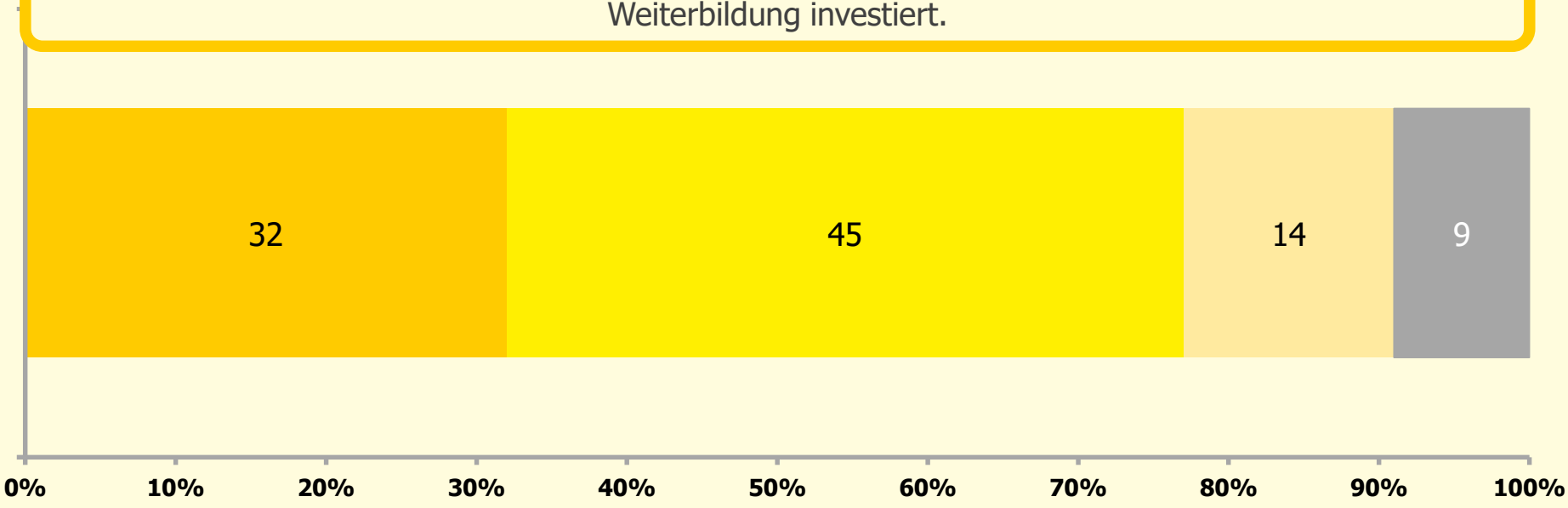
Korrelation Konkurrenzdruck am Markt – Weiterbildungsbudget (2)

„Weiterbildungsbudget ist davon unabhängig" sagen häufiger…
➢ HR- und Personalverantwortliche in Unternehmen mit tendenziell weniger MitarbeiterInnen.
„Wir haben keinen Konkurrenzdruck" sagen häufiger…
➢ HR- und Personalverantwortliche im öffentlichen Bereich.

Korrelation Weiterbildungsbudget – Gesamtinvestitionen (1)

Wenn Sie allgemein an Ihr Weiterbildungsbudget denken, korreliert dies mit den Gesamtinvestitionen des Unternehmens?

In 45% der Unternehmen wird trotz geringerer Gesamtinvestitionen mehr oder gleich viel in Weiterbildung investiert.



- **ja, wenn insgesamt mehr investiert wird, wird auch mehr in Weiterbildung investiert oder umgekehrt**
- **nein, wenn insgesamt weniger investiert wird, wird trotzdem mehr in Weiterbildung investiert oder das Weiterbildungsbudget bleibt gleich hoch**
- **nein, wenn insgesamt mehr investiert wird, wird trotzdem weniger in Weiterbildung investiert oder das Weiterbildungsbudget bleibt gleich hoch**
- **weiß nicht, keine Angabe**

n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Korrelation
Weiterbildungsbudget – Gesamtinvestitionen (2)

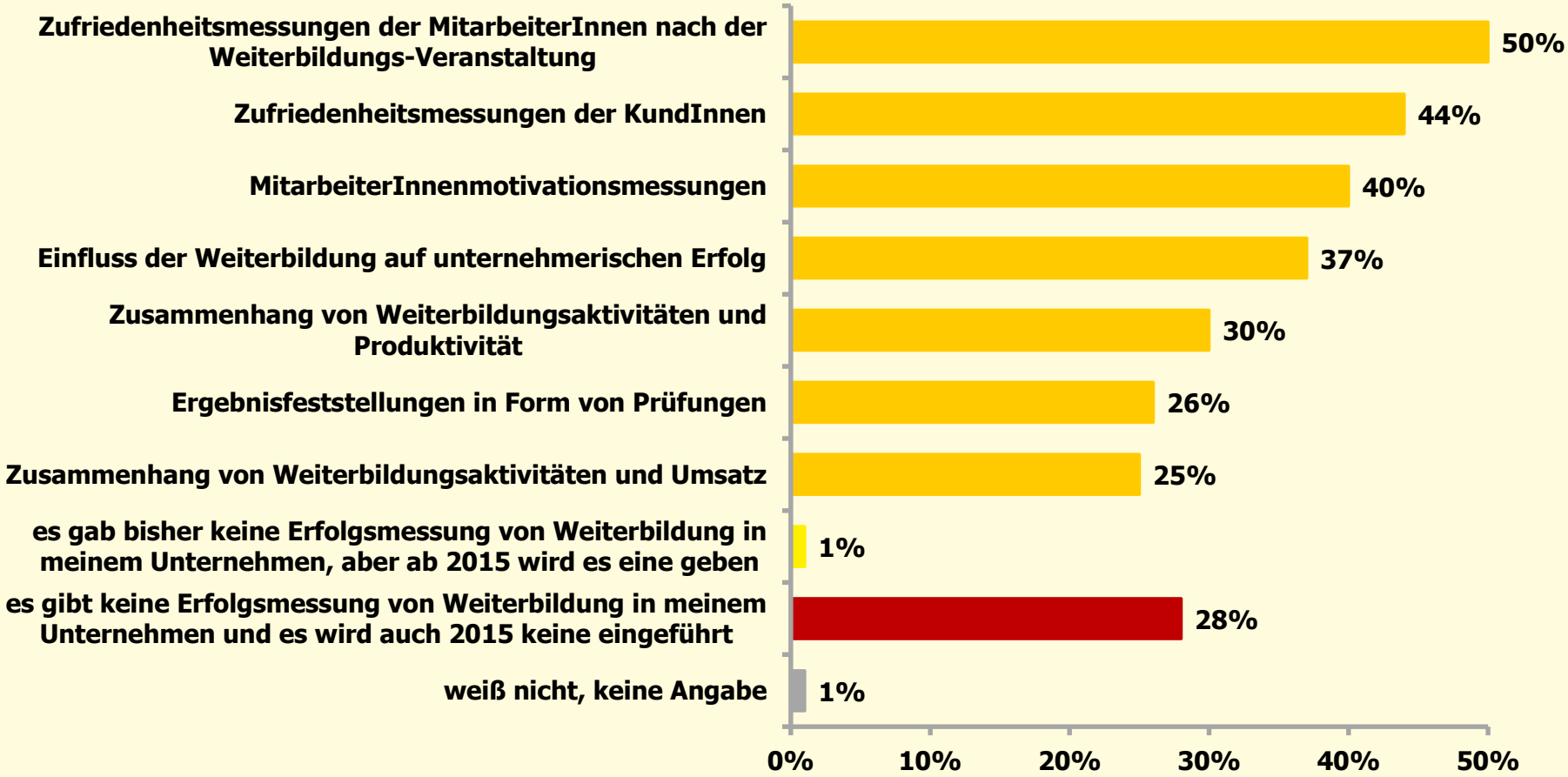
„Nein, wenn insgesamt weniger investiert wird, wird trotzdem mehr in Weiterbildung investiert oder das Weiterbildungsbudget bleibt gleich hoch" sagen häufiger…

- HR- und Personalverantwortliche in Unternehmen, die 2015 weniger Budget für Weiterbildung geplant haben.

Arten von Erfolgsmessung von Weiterbildung

Welche der folgenden Arten von Erfolgsmessung von Weiterbildung gibt es in Ihrem Unternehmen?

Rund 7 von 10 Unternehmen führen Erfolgsmessungen von Weiterbildungsmaßnahmen durch, häufiger Unternehmen mit tendenziell mehr MitarbeiterInnen.

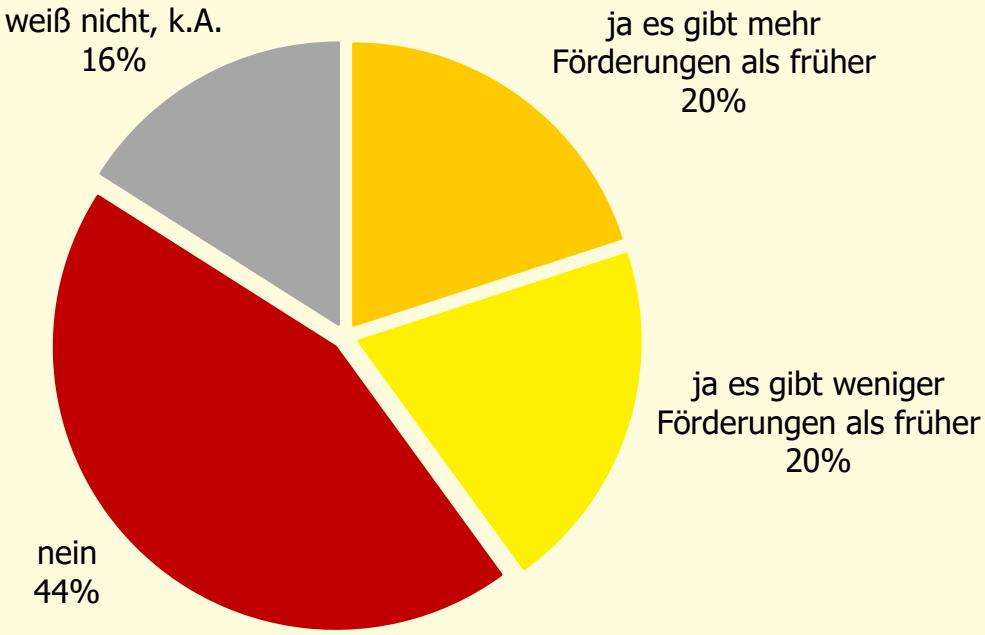


n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Mehrfachnennungen

Veränderung der Förderungen für unternehmensbezogenen Weiterbildung

Haben sich Ihrer Meinung nach die Förderungen für unternehmensbezogene Weiterbildung in den letzten 3 – 5 Jahren verändert?

HR- und Personalverantwortliche aus Unternehmen mit tendenziell mehr MitarbeiterInnen sind häufiger der Meinung, dass es weniger Förderungen gibt als früher.

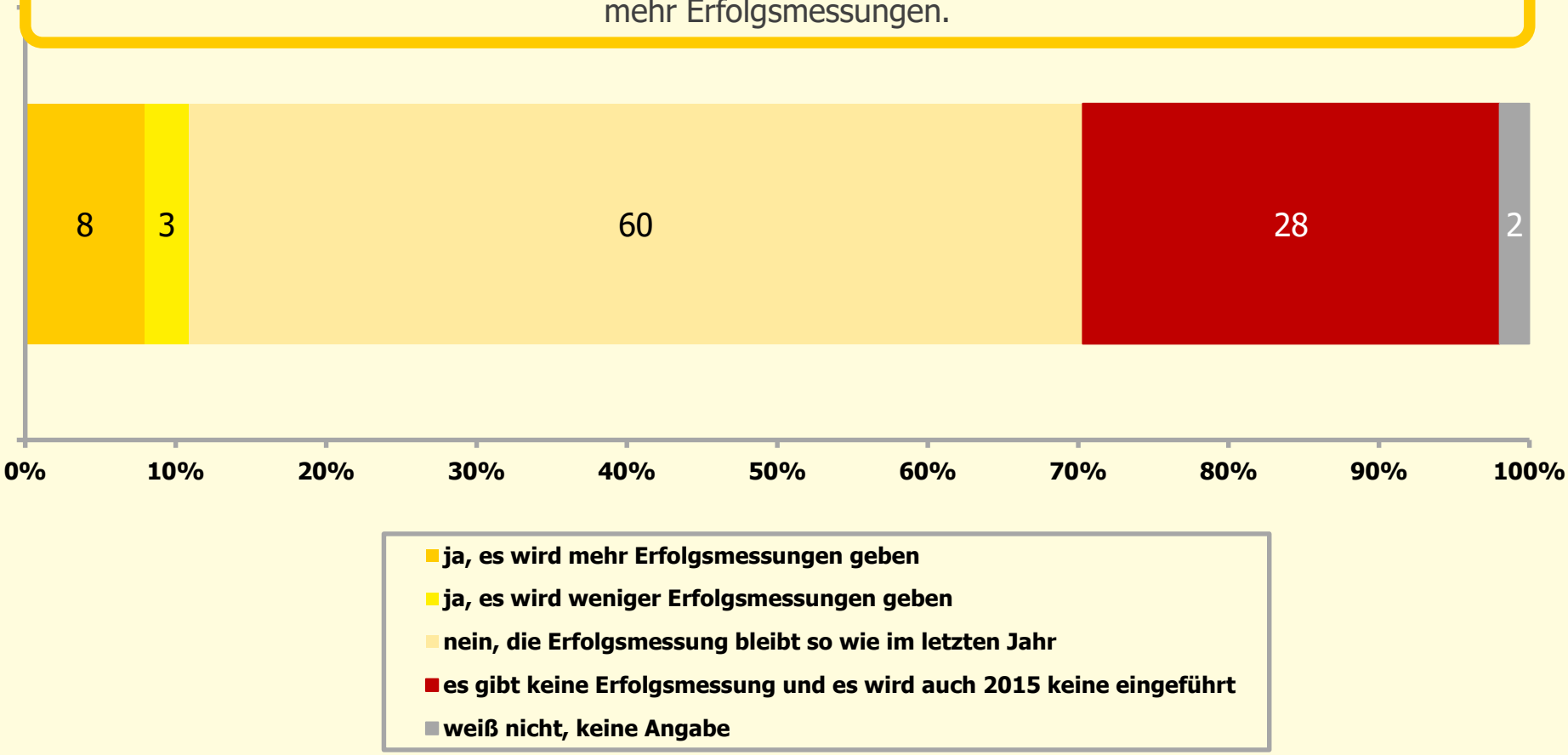


n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Veränderung der Erfolgsmessung von Weiterbildung

Wird es 2015 bei Ihnen eine Veränderung der Erfolgsmessung von Weiterbildung geben?

Hinsichtlich der Erfolgsmessung von Weiterbildung wird es kaum Veränderungen geben, nur 8% planen mehr Erfolgsmessungen.

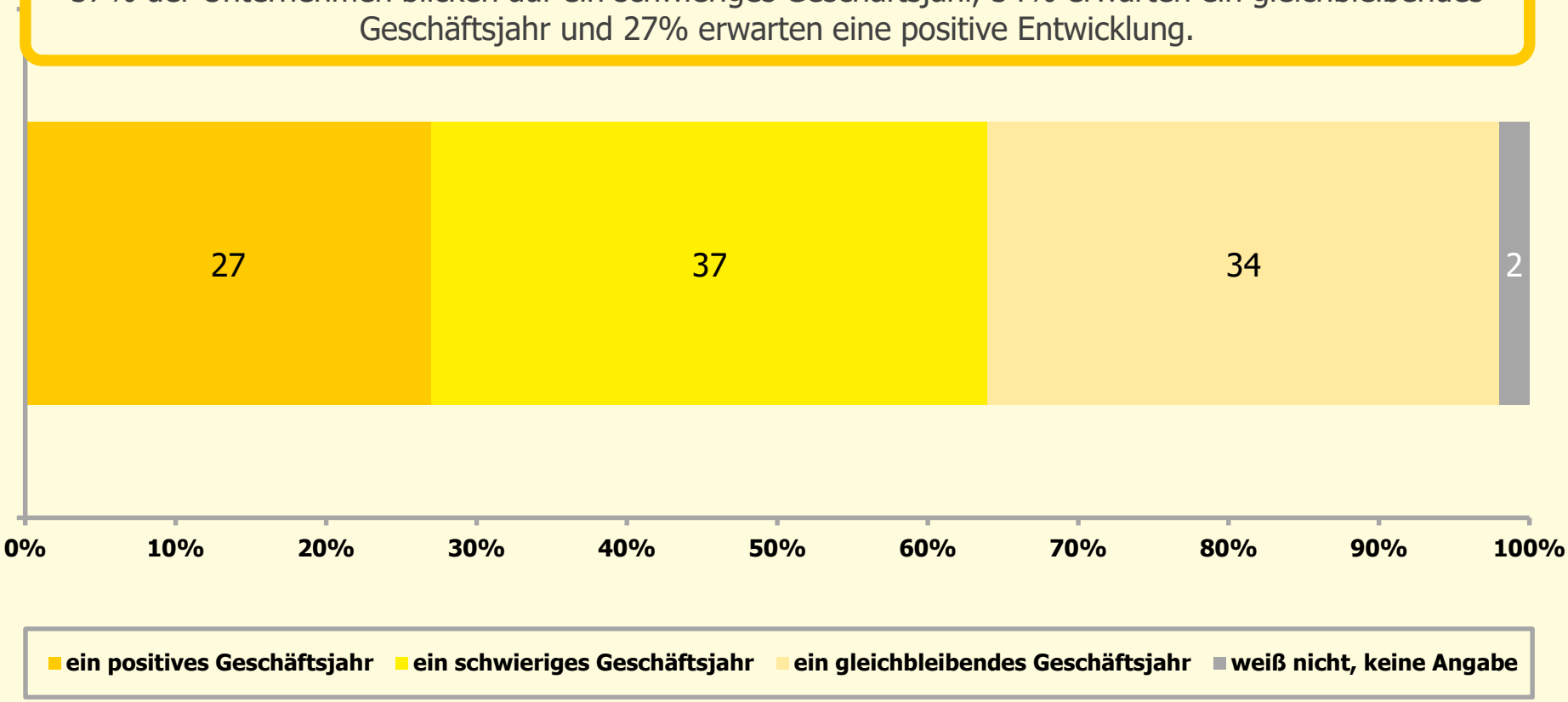


n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Einschätzung des laufenden Geschäftsjahres

Wenn Sie an das laufende Geschäftsjahr denken, blicken Sie auf … ?

37% der Unternehmen blicken auf ein schwieriges Geschäftsjahr, 34% erwarten ein gleichbleibendes Geschäftsjahr und 27% erwarten eine positive Entwicklung.



n = 500 HR- und Personalverantwortliche; Angaben in %, Einfachnennung

Fragebogen

Schönen guten Tag! Mein Name ist … von MAKAM Research. Wie führen derzeit eine kurze Umfrage zum Thema Weiterbildung durch. Dazu möchte ich bitte den/die Personalverantwortliche/n bzw. den/die Zuständige/n für Weiterbildung in Ihrem Unternehmen sprechen.

**INT.: Name notieren und verbinden lassen bzw. Durchwahl und besten Kontaktzeitpunkt erfragen

Schönen guten Tag Frau/Herr ..... ! Mein Name ist ..... von MAKAM Research. Wir führen derzeit eine kurze Befragung für die Plattform für berufsbezogene Erwachsenenbildung durch. Dazu möchte ich Ihnen, als HR-Verantwortliche/n ein paar Fragen stellen. Unser Gespräch wird maximal 10 Minuten dauern.

1. Ich lese Ihnen einige Weiterbildungsmaßnahmen vor. Sagen Sie mir bitte welche 3 davon Ihrem Unternehmen den größten Konkurrenzvorsprung verschaffen. Nennen Sie mir auf Platz 1 bitte die wichtigste, auf Platz 2 und 3 die zweit- bzw. drittwichtigste Weiterbildungsmaßnahme, um sich vom Mitbewerb abzuheben.
   **INT.: vorlesen, max. 3 Nennungen möglich
   **PROG: Items rotieren

   a. Persönlichkeitsentwicklung
   b. Technik und Produktion
   c. Umweltschutz
   d. Gesundheit/Arbeitnehmerschutz
   e. Sicherheit
   f. Verkaufstraining und Marketing
   g. Sprachen (Fremdsprachen und Muttersprache)
   h. Informatik und EDV-Anwendungen
   i. Rechnungswesen
   j. Betriebswirtschaft
   k. Recht
   l. Management/Unternehmensführung

   - Platz 1:_____
   - Platz 2:_____
   - Platz 3:_____

2. Wie viel Budget haben Sie 2015 für Weiterbildung vorgesehen? Haben Sie mehr, weniger oder gleich viel Budget wie 2014 eingeplant?
   **INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich
   a. Für 2015 mehr Budget eingeplant als 2014
   b. Für 2015 weniger Budget eingeplant als 2014
   c. Für 2015 gleich viel Budget eingeplant wie 2014
   d. Weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

© MAKAM Research GmbH 2015

3. **PROG: wenn bei Frage2=a Ich lese Ihnen nun einige mögliche Motive vor, warum Unternehmen **mehr** Geld für Weiterbildung ausgeben, bitte geben Sie an, was auf Ihr Unternehmen zutrifft.
   **INT.: vorlesen, Mehrfachnennungen möglich
   **PROG: Items rotieren

   a. Um MitarbeiterInnen an das Unternehmen zu binden.
   b. Da ein Teil der MitarbeiterInnen aufgrund der positiven Entwicklung des Unternehmens zusätzliche Aufgaben übernehmen soll.
   c. Um für den nächsten Aufschwung (besser als die MitbewerberInnen) gerüstet zu sein.
   d. Aufgrund der guten Auftragslage des Unternehmens wollen wir unsere MitarbeiterInnen noch besser qualifizieren.
   e. Da die Gesamtinvestitionen des Unternehmens erhöht werden, steigen auch die Investitionen für Weiterbildung.
   f. Aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen am Markt (wie rechtliche, steuerliche, technologische Entwicklungen).
   g. Da neue Mitbewerber am Markt sind.
   h. Aufgrund der schwierigen Auftragslage des Unternehmens sind noch besser qualifizierte MitarbeiterInnen erforderlich.
   i. Da ein Teil der MitarbeiterInnen aufgrund von Abbau von MitarbeiterInnen zusätzliche Aufgaben übernehmen soll.
   j. Sonstiges (**INT.: NICHT vorlesen!)
   k. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

4. **PROG: wenn bei Frage2=b Ich lese Ihnen nun einige mögliche Motive vor, warum Unternehmen **weniger** Geld für Weiterbildung ausgeben, bitte geben Sie an, was auf Ihr Unternehmen zutrifft.
   **INT.: vorlesen, Mehrfachnennungen möglich
   **PROG: Items rotieren

   a. Da die Gesamtinvestitionen des Unternehmens gesenkt werden, sinken auch die Investitionen für Weiterbildung.
   b. Da der MitarbeiterInnenstand reduziert ist, sinken auch die Kosten für Weiterbildung.
   c. Weil es zu wenig Förderungen für Weiterbildung gibt.
   d. Weil die MitarbeiterInnen ausreichend qualifiziert sind.
   e. Aufgrund der allgemein schwierigen wirtschaftlichen Situation gibt es weniger Weiterbildungsbudget.
   f. Sonstiges (**INT.: NICHT vorlesen!)
   g. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

5. **PROG: wenn bei Frage2=b Um wie viel werden Sie Ihr Weiterbildungsbudget im Jahr 2015 senken?
   **INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich
   **PROG: Items rotieren

   a. um mehr als 10%
   b. um 10% oder weniger
   c. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

© MAKAM Research GmbH 2015

6. **PROG: wenn bei Frage2=c Sie haben gesagt, dass Sie gleich viel Weiterbildungsbudget wie noch im letzten Jahr haben. Würden Sie mehr Weiterbildung für ihre MitarbeiterInnen anbieten, wenn es mehr diesbezügliche Förderungen gäbe?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

   a. ja
   b. nein
   c. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

7. Warum setzen Sie primär Weiterbildungsmaßnahmen?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

   a. zur MitarbeiterInnenmotivation
   b. um MitarbeiterInnen halten zu können
   c. um das Unternehmen zu stärken – also wettbewerbsfähig zu machen
   d. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

8. Wenn Sie an Ihr Weiterbildungsbudget denken, wird davon mehr für kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen verwendet oder mehr Budget für längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen verwendet?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

   a. mehr für kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen
   b. mehr für längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen
   c. beides etwa im gleichen Ausmaß
   d. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

9. In welchen der folgenden Weiterbildungsbereiche setzen Sie mehr kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen und in welchen mehr längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung pro Kategorie

   i. mehr kurzfristig notwendige
   ii. mehr längerfristig geplante
   iii. beides etwa im gleichen Ausmaß
   iv. biete in diesem Bereich keine Weiterbildung an
   v. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

   a. Persönlichkeitsentwicklung
   b. Technik und Produktion
   c. Umweltschutz
   d. Gesundheit/Arbeitnehmerschutz
   e. Sicherheit
   f. Verkaufstraining und Marketing
   g. Sprachen (Fremdsprachen und Muttersprache)
   h. Informatik und EDV-Anwendungen
   i. Rechnungswesen
   j. Betriebswirtschaft
   k. Recht
   l. Management/Unternehmensführung

© MAKAM Research GmbH 2015

10. In welchen der folgenden Funktionsbereiche setzen Sie mehr kurzfristig notwendige Weiterbildungsmaßnahmen und in welchen mehr längerfristig geplante Weiterbildungsmaßnahmen?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung pro Kategorie

   i. mehr kurzfristig notwendige
   ii. mehr längerfristig geplante
   iii. beides etwa im gleichen Ausmaß
   iv. biete in diesem Funktionsbereich keine Weiterbildung an
   v. diesen Funktionsbereich gibt es in meinem Unternehmen nicht
   vi. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

   a. Führungskräfte
   b. Projektverantwortliche (d.h. temporäre Führungskräfte)
   c. SachbearbeiterInnen
   d. FacharbeiterInnen
   e. ExpertInnen, wie z.B. im IT- oder Controllingbereich
   f. Lehrlinge

11. Wenn es mehr Konkurrenzdruck am Markt gibt, investieren Sie dann mehr oder weniger in Weiterbildung?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

   a. mehr
   b. weniger
   c. Weiterbildungsbudget ist davon unabhängig
   d. wir haben keinen Konkurrenzdruck
   e. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

12. Wenn Sie allgemein an Ihr Weiterbildungsbudget denken, korreliert dies mit den Gesamtinvestitionen des Unternehmens?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

   a. ja, wenn insgesamt mehr investiert wird, wird auch mehr in Weiterbildung investiert oder umgekehrt
   b. nein, wenn insgesamt weniger investiert wird, wird trotzdem mehr in Weiterbildung investiert oder das Weiterbildungsbudget bleibt gleich hoch
   c. nein, wenn insgesamt mehr investiert wird, wird trotzdem weniger in Weiterbildung investiert oder das Weiterbildungsbudget bleibt gleich hoch
   d. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

© MAKAM Research GmbH 2015

13. Welche der folgenden Arten von Erfolgsmessung von Weiterbildung gibt es in Ihrem Unternehmen?
**INT.: vorlesen, Mehrfachnennungen möglich
**PROG: Items rotieren

a. Zusammenhang von Weiterbildungsaktivitäten und Umsatz
b. Zusammenhang von Weiterbildungsaktivitäten und Produktivität
c. Einfluss der Weiterbildung auf unternehmerischen Erfolg
d. Ergebnisfeststellungen in Form von Prüfungen
e. Zufriedenheitsmessungen der MitarbeiterInnen nach der Weiterbildungs-Veranstaltung
f. Zufriedenheitsmessungen der KundInnen
g. MitarbeiterInnenmotivationsmessungen
h. es gibt keine Erfolgsmessung von Weiterbildung in meinem Unternehmen und es wird auch 2015 keine eingeführt
i. es gab bisher keine Erfolgsmessung von Weiterbildung in meinem Unternehmen, aber ab 2015 wird es eine geben
j. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

14. **PROG: wenn bei Frage13=a-g Wird es 2015 bei Ihnen eine Veränderung der Erfolgsmessung von Weiterbildung geben?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich
**PROG: Items rotieren

a. ja, es wird mehr Erfolgsmessungen geben
b. ja, es wird weniger Erfolgsmessungen geben
c. nein, die Erfolgsmessung bleibt so wie im letzten Jahr
d. weiß nicht, k. A. (**INT.: NICHT vorlesen!)

15. Haben sich Ihrer Meinung nach die Förderungen für unternehmensbezogene Weiterbildung in den letzten 3 – 5 Jahren verändert?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. ja es gibt mehr Förderungen als früher
b. ja es gibt weniger Förderungen als früher
c. nein
d. weiß nicht (**INT.: NICHT vorlesen!)

16. Wenn Sie an das laufende Geschäftsjahr denken, blicken Sie auf … ?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. ein positives Geschäftsjahr
b. ein schwieriges Geschäftsjahr
c. ein gleichbleibendes Geschäftsjahr
d. weiß nicht (**INT.: NICHT vorlesen!)

© MAKAM Research GmbH 2015

Abschließend noch ein paar Fragen für statistische Zwecke:

S1. Welcher Branche ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. Gewerbe und Handwerk
b. Industrie, Erzeugung
c. Handel
d. Bank und Versicherung
e. Transport und Verkehr
f. Tourismus und Freizeitwirtschaft
g. Information und Consulting
h. Sonstige Dienstleistung
i. öffentlich

S2. In welchem Bundesland liegt das Unternehmen, für das Sie arbeiten?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. Burgenland
b. Kärnten
c. Niederösterreich
d. Oberösterreich
e. Salzburg
f. Steiermark
g. Tirol
h. Vorarlberg
i. Wien

S3. Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Unternehmen in Österreich?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. 20-49 MitarbeiterInnen
b. 50-99 MitarbeiterInnen
c. 100-199 MitarbeiterInnen
d. ab 200 MitarbeiterInnen

S10. Darf ich zum Abschluss noch fragen, welche Position Sie im Unternehmen haben?
**INT.: vorlesen, nur eine Nennung möglich

a. GeschäftsführerIn
b. HR- bzw. Personalverantwortliche/r
c. Sonstiges

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Pressekonferenz im Frühjahr präsentiert. Haben Sie Interesse, dass unser Auftraggeber –die Plattform berufsbezogener Weiterbildung - Ihnen die Ergebnisse übermittelt?
Wenn ja, darf ich Sie bitten, mir Ihre Email-Adresse bekanntzugeben.

© MAKAM Research GmbH 2015