

# Wissenschaftliche Weiterbildung in Unternehmen des Mittleren Niederrheins -

Bericht zur Unternehmensbefragung der Hochschule Niederrhein  
2015/2016

Johannes Kopper

Das dieser Veröffentlichung zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH21010 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor/bei der Autorin.

## Inhalt

1 Einleitung.....	3
2 Befragungsmethodik und Datensatz .....	3
3 Personalbedarf .....	5
4 Determinanten der Weiterbildung in den Unternehmen .....	6
5 Weiterbildungsbedarfe .....	9
6 Zusammenfassung.....	10

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Branchen der Unternehmen .....	4
Abbildung 2 Größe der Unternehmen .....	4
Abbildung 3 Position der Beantwortenden.....	5
Abbildung 4 Fachkräftemangel in den Unternehmen.....	5
Abbildung 5 Fachkräftemangel nach Beschäftigtengruppen .....	6
Abbildung 6 Weiterbildungsziele der Unternehmen .....	6
Abbildung 7 Weiterbildungshemmnisse der Unternehmen .....	7
Abbildung 8 Weiterbildungsplanung der Unternehmen.....	7
Abbildung 9 Weiterbildungsanlässe in den Unternehmen .....	8
Abbildung 10 Gründe, die für die Hochschule Niederrhein sprechen .....	8
Abbildung 11 Gewünschte Weiterbildungsformate.....	9
Abbildung 12 Gewünschte Weiterbildungsthemen .....	10
Abbildung 13 Themen im Bereich Betriebswirtschaft.....	10

## 1 Einleitung

Im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projektes ‚Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region‘ baut die Hochschule Niederrhein ihr Weiterbildungsangebot aus. Dabei sollen sich Angebot am Bedarf potentieller Nachfrager ausrichten. Dies sind insbesondere die in der Hochschulregion beschäftigten ArbeitnehmerInnen sowie deren Arbeitgeber. Um die Weiterbildungsbedarfe und deren Determinanten aus der individuellen Perspektive der Beschäftigten zu erfassen, wurde im Rahmen dieses BMBF Projektes eine Befragung der Alumni der Hochschule Niederrhein durchgeführt, die häufig in der Region wohnen oder in regionalen Wirtschaft beschäftigt sind.<sup>1</sup> Um die Perspektive der Beschäftigten um die der Arbeitgeber zu ergänzen, wurde in der Standortregion der Hochschule Niederrhein eine Unternehmensbefragung durchgeführt.

Zunächst wurde die allgemeine Fachkräftesituation der Unternehmen abgefragt. Daraufhin wurden Ziele, Hemmnisse und die Ausgestaltung der Weiterbildungsplanung in den Unternehmen erfasst; schließlich wurden die Weiterbildungsbedarfe erhoben. Dabei wurde zwischen Präferenzen bezüglich der Formate einerseits, und den Wünschen hinsichtlich der Weiterbildungsthemen andererseits unterschieden.

## 2 Befragungsmethodik und Datensatz

Im Rahmen einer schriftlichen Umfrage wurden 10.000 Unternehmen am Mittleren Niederrhein befragt. Der Mittlere Niederrhein umfasst den Kreis Neuss, den Kreis Viersen, sowie die kreisfreien Städte Mönchengladbach und Krefeld, die jeweils Standort der Hochschule Niederrhein sind. Die Adressdaten der Unternehmen, denen postalisch ein Fragebogen sowie ein frankierter Rückumschlag zugeschickt wurde, stellte die Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein zur Verfügung. Es konnte ein Rücklauf von 317 verwertbaren Antworten generiert werden. Dies entspricht einer Rücklaufquote von etwa 3%. Um die Datenbasis zu verbessern wurde anschließend eine ergänzende Online-Befragung durchgeführt. In diesem Rahmen wurde etwa 1.500 Unternehmenskontakte der Hochschule Niederrhein per E-Mail ein Link zu einer digitalen Version des Fragebogens gesendet. Über diesen Weg konnte die Datenbasis noch einmal um 148 (ca. 10% Rücklaufquote) verwertbare Antworten ergänzt werden. Insgesamt kann also in der Analyse auf 465 Datensätze zurückgegriffen werden.

Etwa 84% der Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligten, sind am Mittleren Niederrhein angesiedelt. 29% der Unternehmen sind dem sekundären Sektor zuzuordnen, davon 23,8% dem Verarbeitenden Gewerbe. Die übrigen Unternehmen sind im tertiären Sektor tätig, überwiegend im Bereich der distributiven und unternehmensnahen Dienste.

---

<sup>1</sup> Etwa 70% der in der Alumnibefragung erreichten Personen wohnen in einem 50km Umkreis um einen der Hochschulstandorte in Krefeld und Mönchengladbach. Etwa 60% der erwerbstätigen Alumni sind in dieser Region beschäftigt.

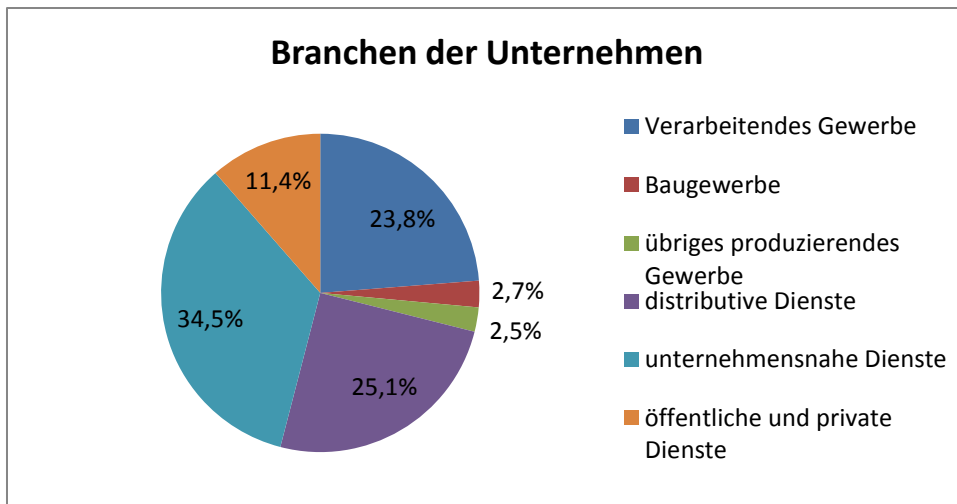


Abbildung 1 Branchen der Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Über 60% der an der Befragung teilnehmenden Unternehmen haben weniger als 50 Mitarbeitende. Weitere 22,6% haben 50-249 Mitarbeitende; knapp 15% der Unternehmen haben 250 und mehr Mitarbeitende.

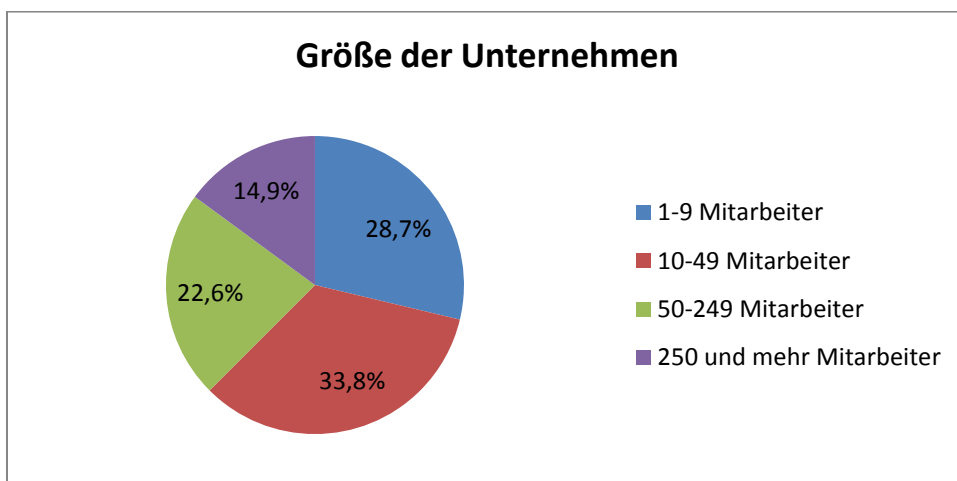


Abbildung 2 Größe der Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

In der Mehrheit der Fälle (65,9%) wurde der Fragebogen von dem Inhaber / der Inhaberin oder einem Mitglied der Geschäftsführung des jeweiligen Unternehmens ausgefüllt. In knapp 22% der Fälle wurde dies von einem in der Personalleitung beschäftigten Mitarbeitenden erledigt.

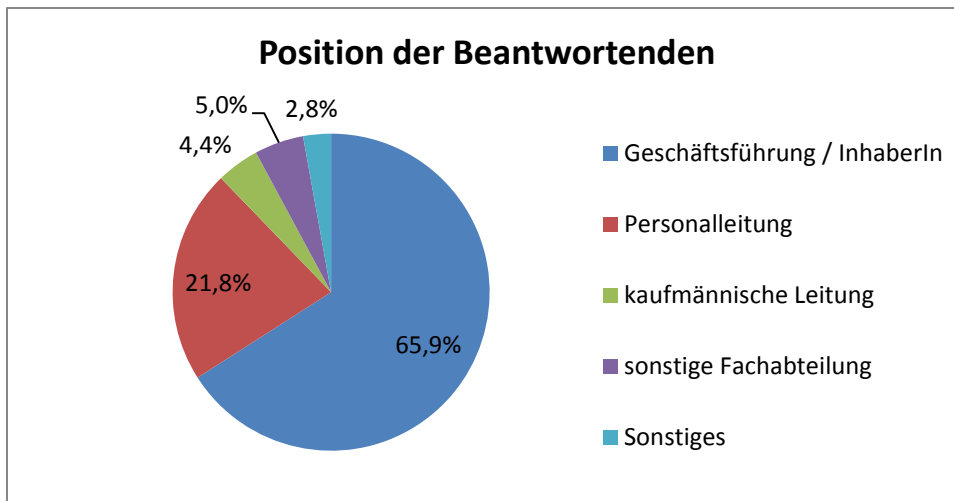


Abbildung 3 Position der Beantwortenden  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

### 3 Personalbedarf

Um einen Überblick darüber zu erhalten, wie die Unternehmen die eigene Situation bezüglich ihrer aktuellen und zukünftigen Versorgung mit Fachkräften einschätzen, wurde abgefragt, inwiefern ein Fachkräftemangel vorhanden ist, oder auch für die Zukunft erwartet wird. Diese Informationen sollen in weiteren Analysen dafür genutzt werden, um zu untersuchen, inwieweit Weiterbildung bislang von Unternehmen als Strategie zur Vermeidung von Fachkräftengpässen eingesetzt wird.

Der Aussage ‚im Betrieb gibt es derzeit einen Fachkräftemangel‘ stimmten auf einer fünfstufigen Antwortskala lediglich 26,6% der befragten Unternehmen ‚voll und ganz‘ oder ‚eher‘ zu. Deutlich relevanter wird das Problem des Fachkräftemangels für die Zukunft eingeschätzt. Der entsprechenden Aussage stimmten hier 41,5% der Unternehmen zu.

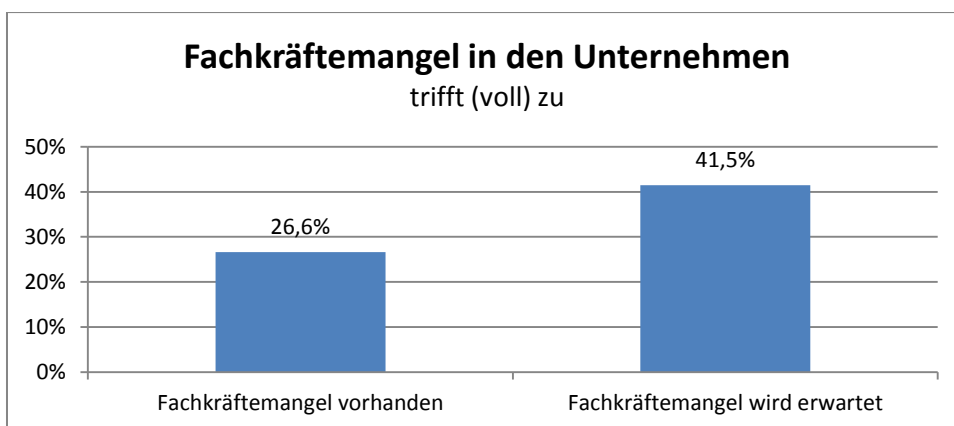


Abbildung 4 Fachkräftemangel in den Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

In der nach Beschäftigtengruppen differenzierten Betrachtung zeigt sich im Bereich der nicht akademisch Beschäftigten, dass sowohl für Auszubildende, als auch für Facharbeiter und Gesellen sowie Techniker und Meister ähnlich häufig ein Fachkräftemangel besteht oder erwartet wird. Für die akademische Beschäftigung wird die Fachkräftesituation im Bereich der Absolventen kaufmännischer Studiengänge entspannter gesehen als für Absolventen technisch-naturwissenschaftlicher Studiengänge.

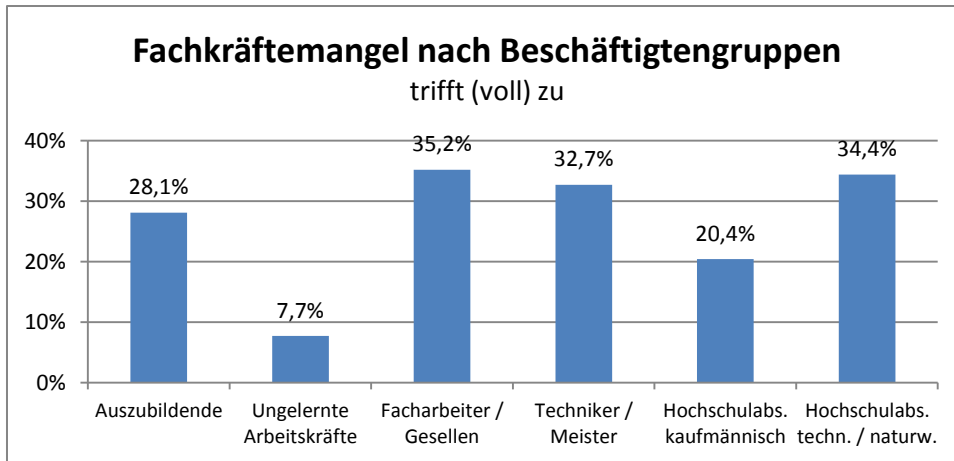


Abbildung 5 Fachkräftemangel nach Beschäftigtengruppen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

#### 4 Determinanten der Weiterbildung in den Unternehmen

Um die Motive der Unternehmen, ihren Mitarbeitenden Weiterbildungen zu ermöglichen, zu erfassen, wurden den Befragten ausgewählte Weiterbildungsziele vorgestellt, mit der Bitte, diese bezüglich der Relevanz für das eigene Unternehmen zu bewerten. Es überrascht wenig, dass die Steigerung der Kompetenz der Mitarbeitenden das relevanteste (recht wenig spezifische) Weiterbildungsziel der Unternehmen ist. Das diesem inhaltlich nahestehende Ziel, die Kompetenz des Unternehmens in Spezialthemen zu verbessern, ist jenes, dem die zweithöchste Relevanz beigemessen wird. Erwähnenswert ist weiterhin die hohe Relevanz der Ziele, die sich direkt oder indirekt auf eine Sicherung von Fachkräften beziehen. (Rang 3 und 4) Insgesamt ist die Varianz der Zustimmung zu den unterschiedlichen Weiterbildungszielen jedoch eher gering.

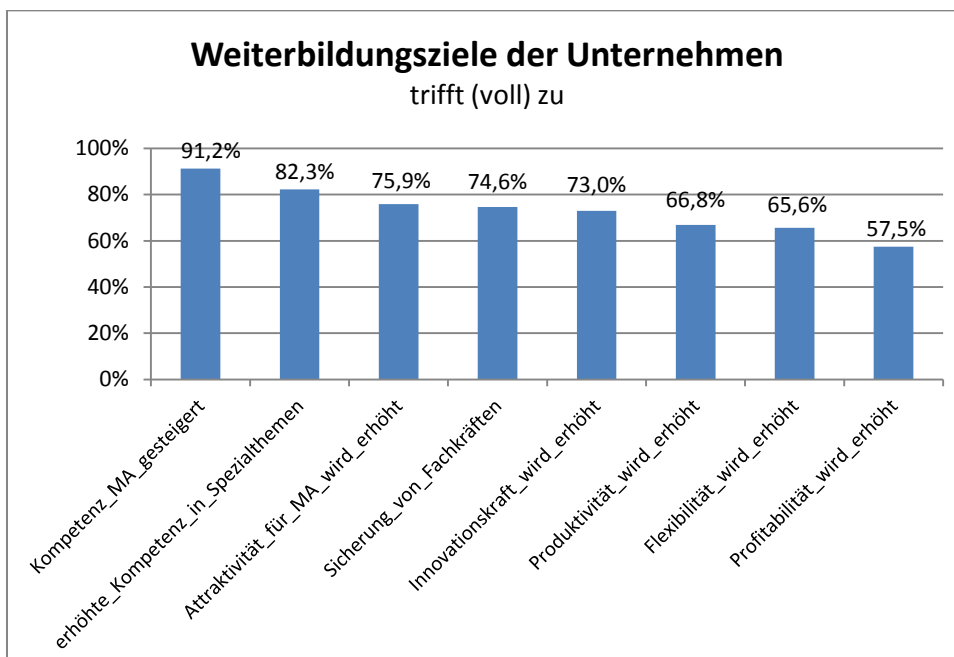


Abbildung 6 Weiterbildungsziele der Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Bei der Einschätzung der Weiterbildungshemmnisse lässt sich kein deutlich herausstechendes ausmachen. Wenig relevant scheinen fehlende Kapazitäten für die Planung und Steuerung der

Weiterbildung in den Unternehmen zu sein. Auch potentielle höhere Gehaltsforderungen von Mitarbeitenden nach einer Weiterbildung werden nur von jedem fünften Unternehmen als relevantes Hemmnis eingeschätzt. Häufiger werden die direkten Gebühren für Weiterbildungen sowie Freistellungsprobleme als relevantes Hemmnis eingestuft. Letztes trifft vor Allem auf Unternehmen mit kleiner Beschäftigtenzahl zu.

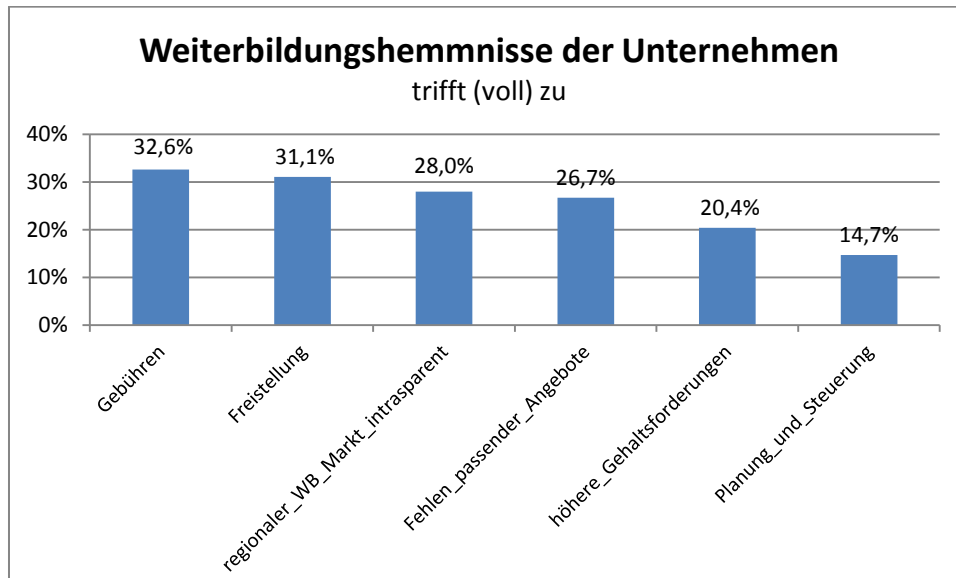


Abbildung 7 Weiterbildungshemmnisse der Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Nur etwas über 30% der Unternehmen stimmten der Aussage eher oder voll und ganz zu, in ihrem Unternehmen gebe es eine systematische Weiterbildungsplanung. Wie oben beschrieben, wird das Fehlen dieser systematischen Planung jedoch offensichtlich nicht als Weiterbildungshemmnis angesehen. Demgegenüber ist die Weiterbildungsplanung bei über 60% der Unternehmen Thema in den Mitarbeitergesprächen. Bei 10% der Unternehmen findet aufgrund des Fehlens von konkretem Bedarf keine Weiterbildungsplanung statt.

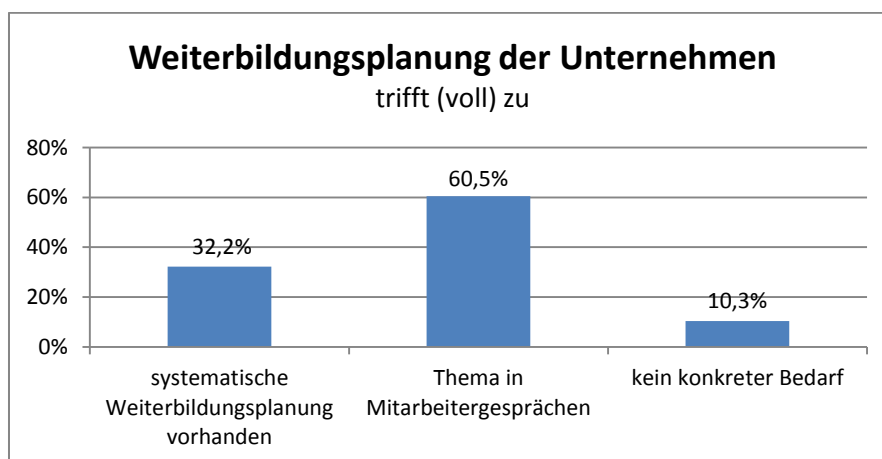


Abbildung 8 Weiterbildungsplanung der Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Die Mitarbeitenden spielen offenbar in der Weiterbildungsplanung eine gewichtige Rolle. Häufig ist ihre Eigeninitiative auch der Ausgangspunkt für eine Weiterbildung. (siehe Abbildung 9) In etwa 55% der Unternehmen ist diese ein relevanter Weiterbildungsanlass für Weiterbildungen. Häufigster

Anlass ist eine neue Tätigkeit eines Mitarbeitenden, der darauf mit einer Weiterbildungsmaßnahme vorbereitet werden soll. Gesetzliche Vorgaben sind nur bei etwa einem Drittel der Unternehmen ein relevanter Weiterbildungsanlass.

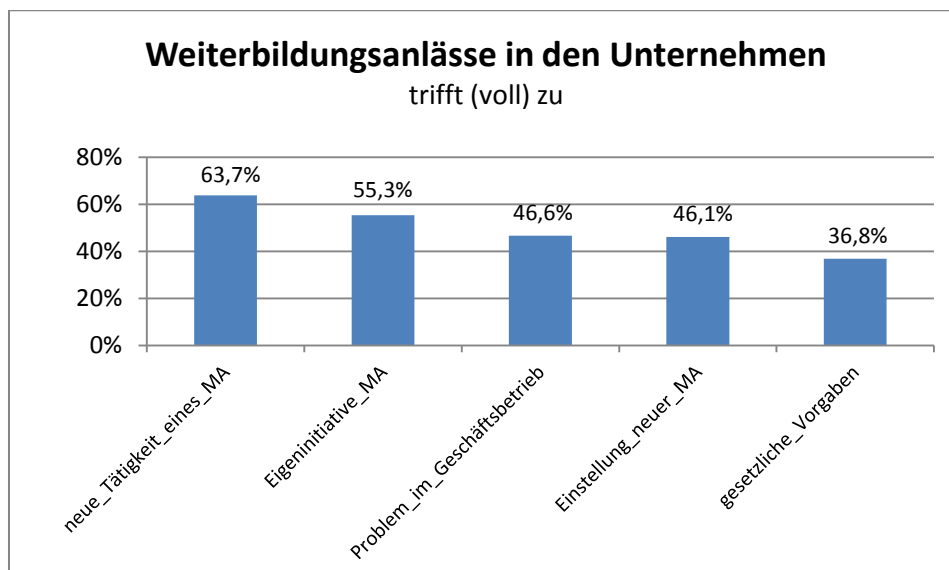


Abbildung 9 Weiterbildungsanlässe in den Unternehmen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Für die Hochschule Niederrhein als Anbieter von Weiterbildung spricht aus Sicht der befragten Unternehmen insbesondere die regionale Nähe der Hochschule. Auch das Renommee der Hochschule spielt für knapp 40% der Unternehmen eine Rolle. Die Eigenschaften des Lehrangebots der Hochschule spielen dagegen eine eher untergeordnete Rolle (Interdisziplinarität, wissenschaftlicher Anspruch, Exklusivität des Lehrangebots). Auch potentielle persönliche Kontakte zu Dozenten oder deren Kompetenzen spielen eine eher untergeordnete Rolle. Für nur knapp 19% der Unternehmen spricht kein spezieller Grund für die Hochschule Niederrhein als Anbieter von wissenschaftlicher Weiterbildung.

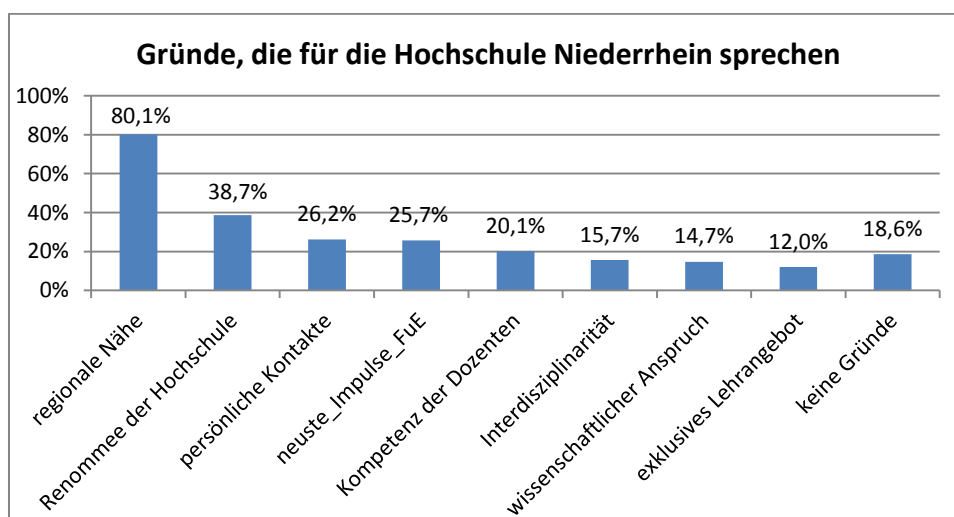


Abbildung 10 Gründe, die für die Hochschule Niederrhein sprechen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16



## 5 Weiterbildungsbedarfe

Im Rahmen der Befragung wurden die Unternehmen gebeten, für ausgewählte Weiterbildungsformate anzugeben, ob diese den eigenen Präferenzen entsprechen. Dabei fällt auf, dass Präsenzzeiten von den Unternehmen offensichtlich als wesentlicher Bestandteil einer Weiterbildungsmaßnahme angesehen werden; nur 15% der Unternehmen präferieren rein internetbasierte Weiterbildungsangebote. Präsenzzeiten – darauf deuten die Befragungsergebnisse hin – müssen sich dabei möglichst gut in den Arbeitsalltag integrieren lassen. Für einwöchige Blockveranstaltung trifft dies offenbar weniger zu, diese sind für die befragten Unternehmen vergleichsweise uninteressant. Eher präferiert werden Blockpräsenzen am Wochenende sowie Abendveranstaltungen an Wochentagen. Generell besteht auch ein hohes Interesse an Veranstaltungen, welche Internetangebote mit Präsenzphasen verknüpfen.

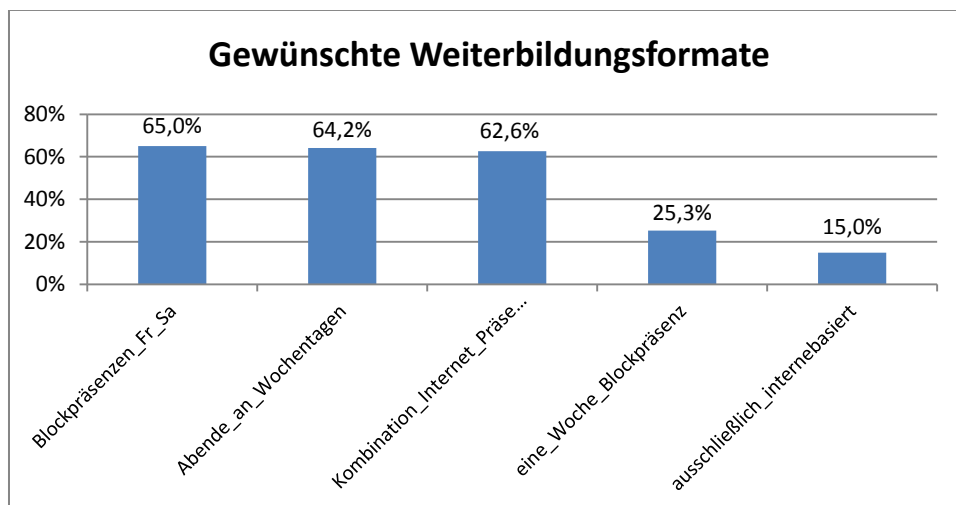


Abbildung 11 Gewünschte Weiterbildungsformate  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Die Erhebung der thematischen Weiterbildungsbedarfe wurde im Befragungsdesign offen gestaltet. Die Befragungsteilnehmenden wurden dazu angehalten, in einem Freitextfeld die von ihnen gewünschten Weiterbildungsthemen zu artikulieren. Für die Analyse wurden die einzelnen Nennungen zu Themengruppen zusammengefasst (siehe Abbildung 12). Die häufigsten Nennungen konnten dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre zugeordnet werden. Etwa 72% der Unternehmen, die einen Themenwunsch formuliert hatten, sind an einer Weiterbildung in diesem Bereich interessiert. Etwa ein Drittel der Unternehmen nannte ein technikorientiertes Weiterbildungsthema.

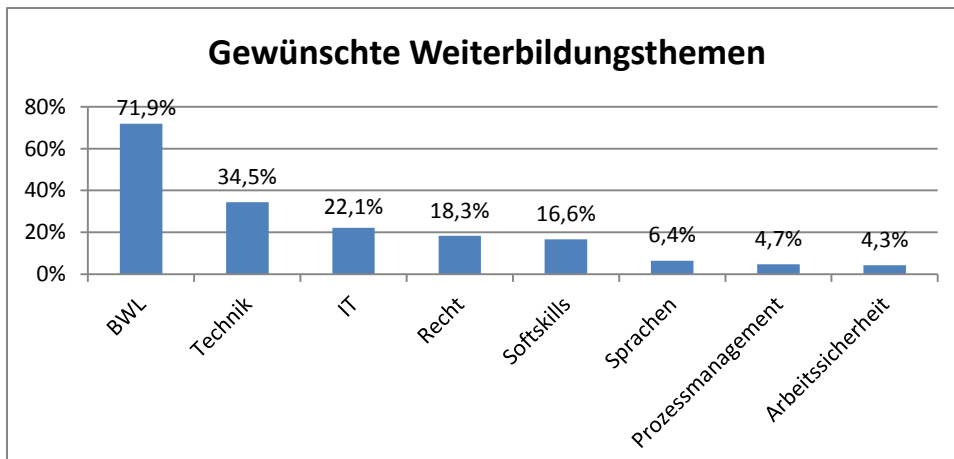


Abbildung 12 Gewünschte Weiterbildungsthemen  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

Die in Abbildung 12 aufgeführten Themenfelder wurden in einem zweiten Schritt in weitere Untergruppen aufgeteilt. Abbildung 13 zeigt die Themenwünsche beispielhaft im Bereich der Betriebswirtschaft. 35 der insgesamt 195 Nennungen im Bereich Betriebswirtschaft konnten unter dem Begriff ‚Führungsthemen‘ subsumiert werden. Weiterhin vergleichsweise häufig genannt wurden Themen im Bereich ‚Vertrieb‘, ‚Marketing‘ sowie ‚Personal‘.

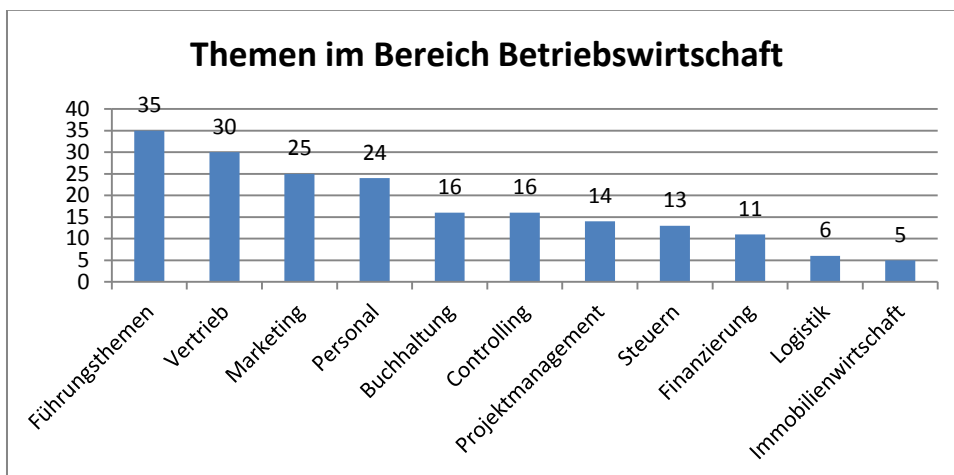


Abbildung 13 Themen im Bereich Betriebswirtschaft  
Quelle: Unternehmensbefragung 2015/16

## 6 Zusammenfassung

Um die Weiterbildungsbedarfe (und deren Determinanten) der Unternehmen am Mittleren Niederrhein als wichtige Zielgruppe für ihre Weiterbildungsangebote besser einschätzen zu können, führte die Hochschule Niederrhein eine breit angelegte schriftliche Befragung durch. Diese wurde nachfolgend von einer Onlinebefragung ergänzt. Für die Analyse konnte auf insgesamt 465 verwertbare Antworten zurückgegriffen werden.

Die befragten Unternehmen stellen nur zu einem kleinen Teil (knapp 27%) aktuell einen Fachkräftemangel fest. Etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen erwartet diesen jedoch für die Zukunft. Im Bereich der akademischen Fachkräfte sehen sie einen Mangel eher für Hochschulabsolventen naturwissenschaftlich- technischer Studiengänge als für Absolventen kaufmännischer Studiengänge.

Mit Weiterbildung möchten Unternehmen in erster Linie die Kompetenzen ihrer Mitarbeiter bzw. des Unternehmens erhöhen. Darüber hinaus möchten sie durch das Ermöglichen von Weiterbildungsmaßnahmen ihre Attraktivität für (potentielle) Mitarbeitende steigern bzw. ihren Fachkräftebestand sichern. Ein hervorstechendes Weiterbildungshemmnis ist nicht auszumachen. Jeweils knapp ein Drittel der befragten Unternehmen gibt jedoch die mit Weiterbildung verbundenen Gebühren sowie Freistellungsprobleme als Hindernis an.

Nur in etwa einem Drittel der befragten Unternehmen findet eine systematische Weiterbildungsplanung statt. Vielmehr stehen die Mitarbeitenden bei der Anbahnung von Weiterbildungsmaßnahmen stark im Fokus. In über 60% der Unternehmen ist Weiterbildung Bestandteil in Mitarbeitergesprächen. Häufig gehen Weiterbildungsaktivitäten aus der Eigeninitiative von Mitarbeitenden hervor. Der von den befragten Unternehmen als am relevantesten eingestufte Weiterbildungsanlass ist die Vorbereitung von Mitarbeitern auf neue Tätigkeiten.

Für die Hochschule Niederrhein als Anbieter von wissenschaftlicher Weiterbildung spricht aus Sicht der befragten Unternehmen vor Allem deren regionale Nähe. Auch das Renommee der Hochschule spielt für viele Unternehmen bei der Auswahl des Weiterbildungsanbieters eine Rolle. Spezielle Charakteristika des Lehrangebots stellen aus Sicht der befragten Unternehmen eher kein Argument für die Hochschule Niederrhein dar. Vermutlich liegt auch an der bislang geringen Bekanntheit der Angebote.

Bezüglich der Weiterbildungsformate wünschen sich die Unternehmen vornehmlich Veranstaltungen mit Präsenzzeiten. Diese müssen in den Arbeitsalltag der Beschäftigten integrierbar sein. Blockveranstaltungen über mehrere Tage sind daher unattraktiv, eher gewünscht sind Abendveranstaltungen, die durch Internetangebote ergänzt werden.

Die von den Unternehmen formulierten Themenwünsche fallen zu einem großen Teil in den betriebswirtschaftlichen Bereich. Darin sind insbesondere Führungsthemen gefragt. Auch Vertriebs-, Marketing-, und Personalthemen sind vergleichsweise gefragt.