



Harte Fakten statt Seminar-Tourismus



WEITERBILDUNG.
Unternehmen sparen nicht, gehen bei der Auswahl der Seminare aber gezielter vor. Soft Skills sind weniger gefragt.

von ALEXANDRA ROTTER

Motivation. Für Martin Röhsner, Chef von „die Berater“, geht es um konkrete Inhalte der Seminare

Einige Tage in einem netten Hotel, gut essen und trinken, tratschen und feiern – und ein paar Stunden täglich rund ums vage Thema „Persönlichkeitsbildung“ arbeiten: Oftmals haben Unternehmen genau jene Seminare für ihre Mitarbeiter gebucht, bei denen solche Aspekte im Vordergrund standen – und das wurde dann als „Teambuilding“ verkauft.

Diese Zeiten sind nun aber vorbei, glaubt man Experten der Weiterbildungsbranche und jenen der passenden Studien. „Der Seminar-Tourismus nach dem Gießkan-

nenprinzip steht unter Druck“, formuliert Martin Hagleitner, Geschäftsführer des Malik Management Zentrums Österreich/CEE. Martin Röhsner, Geschäftsführer von „die Berater“, bestätigt: „In einzelnen Bereichen gibt es noch das schöne Seminarhotel und Rahmenprogramm – das schafft Motivation. Aber heute ist das nur noch ein Goodie. Es geht um die Inhalte.“ Die Nachfrage nach Soft Skills-Seminaren à la Outdoor-Überlebenstrainings sei derzeit rückläufig. Dagegen haben Qualifizierungskurse „immer Saison“, gerade an

IT-Kursen wie z.B. zur Umstellung auf Windows 7, gebe es derzeit einen hohen Bedarf.

Diese Entwicklung ist offenbar nicht darauf zurückzuführen, dass Unternehmen krisenbedingt an der Weiterbildung sparen. Aus einer aktuellen Studie (siehe Kasten rechts) geht hervor, dass lediglich acht Prozent der österreichischen Unternehmen heuer ihr Weiterbildungsbudget kürzen. Die Studie zeigt außerdem, dass 45 Prozent der Personalverantwortlichen 2010 den Fachqualifikationen eine größere Bedeutung beimessen als im Vorjahr, während nur 17 Prozent der Meinung sind, dass Soft Skills wichtiger werden.

GEWÜRZTE KÜRZE. Dieses Bild spiegelt der Weiterbildungsmarkt wider, wo vor allem die Maßanzüge unter den Seminaren gefragt sind. Laut Röhner und Hagleitner werden vor allem Zwei-Tage-Seminare gebucht – und diese meist In-house. „Überbetriebliche Seminare sind unter Druck“, glaubt Hagleit-

ner. Offene Kurse werden seltener und hauptsächlich für Sprachen und IT-Themen gewählt, ergänzt Röhner.

„In der Krise achten Unternehmen verstärkt darauf, dass sich die Weiterbildung auf die Produktivität auswirkt“, beschreibt Michael P. Walter, Sprecher der Plattform für berufsbezogene Weiterbildung und Wifi-Kurator die Entwicklung. Die Spotlights am Wifi seien derzeit die Themen Hochtechnologie, Energie und Umwelt, Gesundheit und Dienstleistung. Der Arbeitsmarkt verlange derzeit vor allem nach Fachkräften mit „solider Grundausbildung und Zusatzqualifikationen“, etwa in Vertrieb oder BWL.

Weiterbildungsanbieter bemerken eine zunehmende Verquickung von Weiterbildung und Beratung. Das Stichwort heißt Bildungscontrolling. Um nicht am Bedarf vorbeizuschulen, wird im Vorfeld eine genaue Bedarfserhebung gemacht und es werden exakt messbare Ziele formuliert. □

HINTERGRUND



Laut Studie „Weiterbildung 2010“ der Plattform für berufsbezogene Erwachsenenbildung kürzen Unternehmen die Ausgaben für Weiterbildung nicht, verlagern aber deren Schwerpunkte. 68 Prozent der 500 befragten österreichischen HR- und Personalverantwortlichen in Unternehmen ab 20 Mitarbeitern halten das Budget konstant, 13 Prozent geben sogar mehr als im Vorjahr für Weiterbildung aus. Nur acht Prozent senken die Ausgaben. 45 Prozent der Unternehmen sehen bei fachbezogener Qualifikation einen Bedeutungsgewinn, 17 Prozent bei Soft Skills.