



Artikel wurde am 23. 2. 2011 unter http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=600911&dstid=0&titel=Studie%3A%2CUnternehmen%2Cinvestieren%2C2011%2Cwieder%2Cmehr%2Cin%2CWeiterbildung veröffentlicht.

Grund ist unter anderem die Arbeitsmarktöffnung ab Mai

Österreichs Unternehmen sind sich der Bedeutung der Weiterbildung für den beruflichen Erfolg voll bewusst: Heuer wollen 26 % der Betriebe ihre Weiterbildungsbudgets aufstocken – das sind doppelt so viele wie vor einem Jahr (2010: 13 %). Dies zeigt eine aktuelle makam-Umfrage vom Jänner 2011 im Auftrag der Plattform für berufsbezogene Erwachsenenbildung (PbEB), die bei einer Pressekonferenz anlässlich des „Tags der Weiterbildung 2011“ präsentiert wurde. Befragt wurden 500 Personalisten und Geschäftsführer/innen.

Die wichtigsten Themen bei der Weiterbildung sind für die Unternehmen Technik und Produktion, gefolgt von Persönlichkeitsentwicklung, Verkaufstraining und Marketing.

Arbeitsmarktöffnung bringt Qualifizierungsbedarf

Jene Unternehmen, die mehr Budget für Weiterbildung eingeplant haben, geben zu 9 % an, dass die geplante Arbeitsmarktöffnung im Mai mit ein Grund dafür sei. Insgesamt zeigen sich 58 % der Befragten überzeugt, dass die berufsbezogene Erwachsenenbildung damit an Bedeutung gewinnen werde. „Die Arbeitnehmer/innen setzen jetzt auf die Stärkung der eigenen Kompetenzen. Außerdem müssen hinzukommende Beschäftigte aus den neuen EU-Ländern natürlich gefördert und qualifiziert werden“, erläutert Knett.

Qualifizierungsbedarf für Beschäftigte aus den neuen EU-Ländern sehen die Befragten am stärksten bei Sprachen (58 %) sowie beim Thema Gesundheit und Arbeitnehmerschutz (33%). Insgesamt erwarten sich drei Viertel der Unternehmen eine Zunahme an Bewerberinnen und Bewerbern aus den neuen EU-Ländern. Die besten Berufschancen hätten Facharbeiter/innen, Angelernte und

Hilfskräfte, und zwar vor allem in den Branchen Tourismus/Gastronomie, Gewerbe, Industrie, Transport, Gesundheit und IT.

„Bachelor“ wird an Bedeutung gewinnen

Zusätzlich wurden die Unternehmen nach ihrer Meinung zum akademischen Grad „Bachelor“ befragt. Fast die Hälfte sehen den „Bachelor“ positiv – vor allem wegen der kürzeren Studiendauer, dem damit früheren Berufseinstieg und der internationalen Vergleichbarkeit. 46 % der Unternehmen sind überzeugt, dass das Image des „Bachelor“ weiter steigen wird. 29 % allerdings empfinden diesen Abschluss nicht als vollwertig.