



## Virtuelles BarCamp am 22.09.2020

### Session V:

#### **Marktveränderungen / Veränderungen der Weiterbildungsbedarfe in den Unternehmen durch Corona (Zusammenfassung der Diskussion)**

Verstärkte Kontakte der Weiterbildungsträger zu den Unternehmen sind künftig unerlässlich und können über Wirtschafts- und Wissenschaftsallianzen oder Verbände (z.B. BVMW) gebildet und ausgebaut werden.

Der gezielten Personalentwicklung in Unternehmen kommt eine noch größere Bedeutung zu und ist durch Mitwirkung/Beratung bei der Ermittlung der Qualifizierungsbedarfe sowie der Entwicklung von flexiblen Weiterbildungsformaten zu unterstützen.

Hochqualifizierte sind dabei weniger das Problem, da in der Regel motiviert und Weiterbildungs-affin, sondern Geringqualifizierte, bei denen häufig existenzielle Probleme im Vordergrund stehen.

Unternehmen (insbesondere KMU) sind selten bereit, bei Mitarbeitern die nicht in Schlüsselpositionen sind, in deren Weiterqualifizierung zu investieren. Daran hat sich vor und während Corona wenig geändert.

Durch Corona gehören aber plötzlich auch große Unternehmen (Lufthansa, Airbus, TUI etc.) zu den Problemorganisationen.

In großen wie kleinen Unternehmen ist Beratung insbesondere zu den Förderinstrumenten für Qualifizierungsmaßnahmen gefragt. Qualifizierungs-Chancengesetz trifft aber leider auf zu wenig Interesse in den Unternehmen.

Qualifizierung während der Kurzarbeit zu organisieren verlangt viel Einfühlungsvermögen und Geschick vom Wb-Anbieter. Den theoretischen Teil kann man zwar gut digital durchführen, aber die praktischen Anteile sind schwierig zu organisieren (nur bedingt digital flankierbar, aufwändiges Hygienekonzept, kleine Gruppen etc.). Verfügen die Weiterbildner dafür über ausreichend vorhandenes Fachpersonal?

Als Weiterbildungsanbieter hat man häufig ein „Kanalproblem“: wie kommt man mit den Betroffenen in den Unternehmen (HR-Bereich, Vorgesetzte, Mitarbeiter) in den direkten Dialog? Man muss einen ganzheitlichen Qualifizierungsansatz mit den Unternehmen finden!

Hinsichtlich Digitalisierung trennt sich zurzeit die Spreu vom Weizen, und zwar auf der Kundenseite (Unternehmen) und der Lieferantenseite (Weiterbildungsanbieter).

Siegfried Schmauder