

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

### **Bildungsallianz Position**

#### **Digitalisierung der Schulen endlich umsetzen**

Die Digitalisierung prägt immer mehr Bereiche unserer Gesellschaft und der Wirtschaft. Deswegen sind alle Schulen gefordert, junge Menschen fundiert und qualifiziert auf diese fundamentale Veränderung unserer Gesellschaft vorzubereiten und zu einer Kultur der umfassenden „digitalen Aufklärung“ beizutragen. Junge Menschen müssen die Chancen und Risiken der Digitalisierung erkennen und bewerten können, um sie zu beherrschen. Die Politik wird aufgefordert, die notwendigen Rahmenbedingungen, Infrastrukturen und Ressourcen bereitzustellen. Deshalb fordern wir einen umfassenden „DigitalPakt Schule“, der mit einem Bildungsstaatsvertrag umgesetzt werden kann.

---

<https://www.bvmw.de/mittelstand-aktuell/news/4119/lebenslanges-lernen-wissen-ist-macht/>

Artikel aus „DER Mittelstand“ 04/2019 „**Lebenslanges Lernen- Wissen ist Macht**“

Mit dem digitalen Wandel unserer Gesellschaft verändern sich auch die Anforderungen, die sich jedem Einzelnen in Beruf und Alltag stellen. Lebenslanges Lernen wird deshalb zunehmend ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen.

Sowohl für die Wirtschaft als auch für unsere Gesellschaft und die persönliche Entwicklung jedes Einzelnen ist lebenslanges Lernen unerlässlich. Qualifizierte Weiterbildung hilft, Veränderungen der Umwelt zu bewältigen und sich den Herausforderungen des Arbeitsmarktes erfolgreich zu stellen. Zudem ist es eine Quelle für Motivation, Selbstvertrauen und kann die individuelle Lebensqualität maßgeblich verbessern.

„Weiterbildung und lebenslanges Lernen entscheiden im Rahmen von Veränderungsprozessen über die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens.“

Weiterbildung und lebenslanges Lernen sind nicht nur zentrale Themen der Bildungspolitik, sondern entscheiden im Rahmen von Veränderungsprozessen über die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens.

#### **Weiterbildung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe**

Trotz der enormen gesellschaftlichen Bedeutung von Weiterbildung sind die öffentlichen Mittel laut Bertelsmann Stiftung zwischen 1995 und 2012 von 3,6 auf 1,3 Milliarden Euro gesunken. Zwar wirkt die Bundesregierung diesem Abwärtstrend mit dem Qualifizierungschancengesetz entgegen, dennoch muss sich die Wirksamkeit des Gesetzes erst noch in der unternehmerischen Praxis beweisen.

Die Finanzierung der beruflichen Weiterbildung wird in Deutschland gemeinschaftlich durch Betriebe, Beschäftigte und die öffentliche Hand gewährleistet. Diese Mischfinanzierung folgt der Erkenntnis, dass alle genannten Akteure Nutzen aus der beruflichen Weiterbildung ziehen können. Wer im Einzelfall welchen Anteil an den Kosten trägt, richtet sich unter anderem danach, welcher Nutzen jeweils erwartet wird.

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

### **Weiterbildungsquoten sinken – Regionaler Flickenteppich**

Doch nicht nur an der Finanzierung hapert es: Die Beteiligung an betrieblich veranlassten Weiterbildungen beträgt bei den 18- bis 64-jährigen nur 36 Prozent. Noch schlechter sieht es bei der individuellen berufsbezogenen Weiterbildung aus. Gerade einmal 12 Prozent aller Arbeitnehmer bildeten sich laut dem aktuellen Deutschen Weiterbildungsatlas der Bertelsmann Stiftung fort, Tendenz sinkend. Bemerkenswert sind die Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern: Am schlechtesten schneidet das Saarland ab, mit einer Weiterbildungsbeteiligung von lediglich 7,8 Prozent. Baden-Württemberg führt das Feld mit 15,3 Prozent an. Zudem liegt die Beteiligungsquote im Westen höher als im Osten und ist im Süden stärker als im Norden. Entgegen dem sinkenden Trend stieg die Weiterbildungsbeteiligung in Sachsen um mehr als 1,5 Prozentpunkte auf 12,1 Prozent.

### **Weiterbildungsmaßnahmen verfehlen ihre Zielgruppe**

Die Studie legt zudem einen weiteren bedeutenden Unterschied offen: Von Armut Betroffene und Geringqualifizierte im Erwerbsalter (25 bis 54 Jahre) bilden sich im Vergleich zur restlichen Bevölkerung deutlich weniger fort. 2015 nahmen nur 7,7 Prozent Mittellose und 5,6 Prozent Geringqualifizierte an einer Weiterbildungsmaßnahme teil. Damit liegen sie um zwei Drittel unter der Beteiligungsquote der Durchschnittsbevölkerung (12,2 Prozent). Dies ist gerade in Zeiten eines sich verschärfenden Fachkräftemangels fahrlässig. Der Staat ist daher gut beraten, Anreize für eine stärkere Beteiligung Geringqualifizierter und finanziell Bedürftiger an Weiterbildungsmaßnahmen zu geben.

Nur wenn wir im Bereich der Weiterbildung mehr Transparenz über die bestehenden Möglichkeiten und die einzelnen Angebote herstellen, steigt ihre öffentliche Akzeptanz. Durch stärkere Kooperation der beteiligten Akteure aus Politik, Wirtschaft, Arbeits- und Kommunalverwaltung sowie den Weiterbildungsträgern kann die erhoffte Trendwende schneller eingeleitet werden.

*Gut zu wissen*

*Öffentliche Mittel zwischen 1995 und 2012 von 3,6 auf 1,3 Milliarden Euro gesunken*

*Nur 12 Prozent aller Arbeitnehmer bildeten sich fort, Tendenz sinkend*

*Unterschiede zwischen Bundesländern: Saarland mit 7,8 Prozent am schlechtesten, Baden-Württemberg mit 15,3 Prozent am besten*

---

<https://www.bvmw.de/mittelstand-aktuell/news/4126/weiterbildung-ein-papier-ist-noch-keine-strategie/>

### **Weiterbildung – ein Papier ist noch keine Strategie**

Vor über 30 Jahren initiierte die Bundesregierung eine „konzertierte Aktion Weiterbildung“ – vieles davon ist heute noch gültig. Jetzt legt die Bundesregierung eine „nationale Weiterbildungsstrategie“ vor. Hält der markige Begriff, was er verspricht?

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

Nein, eine Strategie ist es (noch) nicht, eher eine Zusammenfassung des Bestehenden, und auch das nur unvollkommen. An den wichtigen Bereich der nichtberuflichen allgemeinen Erwachsenen- und Weiterbildung hat man sich gar nicht erst herangetraut. Diese Verengung des Weiterbildungsbegriffs ist bedauerlich und nicht recht nachvollziehbar. Eine echte, zukunftsweisende Strategie kann darauf nicht fußen. Ohnehin ist im Papier noch sehr viel von erforderlicher „Prüfung“ und „Abstimmung“ die Rede. Die allgemein gehaltenen Formulierungen umzusetzen und mit Leben zu füllen, wird einiges an Arbeit erfordern.

### **Schritt in die richtige Richtung**

Die für diese Legislaturperiode zugesagten zusätzlichen 245 Millionen Euro allein für die Aufstiegsförderung sind kein Pappentier. Die Schwerpunktsetzung auf der beruflichen Weiterbildung für Geringqualifizierte ist richtig, ebenso die spezielle Ausrichtung auf die kleinen und mittleren Unternehmen. Der Digitalisierung wird endlich der Stellenwert eingeräumt, der ihr gebührt. Kompetenzzentren für digitale Weiterbildung sollten zügig eingerichtet werden. Zudem wird anerkannt, dass es neue Gremien und Plattformen geben muss, die die Arbeit im Detail zu leisten imstande sind. Hier ist künftig eine breitere Beteiligung über die Sozialpartner hinaus zu wünschen.

### **Qualität der Beratung verbessern**

Die Bundesagentur für Arbeit wird gemäß der nationalen Weiterbildungsstrategie künftig eine noch gewichtigere Rolle spielen: 950 neue Berater wurden bereits angekündigt. So sehr es zu begrüßen ist, dass die Berater für eine lebenslange Berufsbegleitung besser qualifiziert werden, so sehr ist vor einer Überfrachtung zu warnen. Wenn alle Berufsberater alles flexibel und zielgruppensicher beraten sollen, wird es keine Steigerung der Qualität geben, im Gegenteil. Bereits jetzt sind die Bildungswege kaum noch überschaubar und sie werden sich künftig noch dynamischer transformieren. Weniger ist auch hier mehr.

*Gut zu wissen*

*Die nationale Weiterbildungsstrategie der Bundesregierung:*

*Jährlich 245 Millionen Euro für die Weiterbildung*

*950 neue Berater bei der Bundesagentur für Arbeit*

*Schwerpunkt auf kleinen und mittleren Unternehmen*

### **Thiemo Fojkar**

*Vorsitzender des Bundesverbandes der Träger beruflicher Bildung (Bildungsverband, BBB)  
und Vorsitzender des Vorstands des Internationalen Bundes*

<https://bildungsverband.info>

---

<https://www.bvmw.de/mittelstand-aktuell/news/4128/e-learning-mit-youtube/>

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

### E-Learning mit YouTube

Mit der vernetzten Welt verändern sich nicht nur Gesellschaft und Arbeitswelt. Auch dem Bildungssystem eröffnet die Digitalisierung neue Horizonte. Das klassische Lernen wird dadurch mehr und mehr zum Auslaufmodell.

Big Data, Lernsoftware und Onlinekurse – für viele deutsche Schulen und Universitäten spielen diese Ansätze bislang lediglich eine Nebenrolle. International ist man hier bereits weiter: So ermöglichen Massive Open Online Courses, kurz MOOCs, interaktives Lernen von jedem Ort der Welt. Allen voran bieten hier die Universitäten Harvard und das Massachusetts Institute of Technology (MIT) komplette Onlinestudiengänge an. Ein von der Stanford University bereits 2012 entwickeltes Programm verbindet mittlerweile über 140 Universitäten und bietet mehrere hundert Onlinekurse an. Mit über 100.000 Onlinekursen ist Udemy der weltweit größte digitale Bildungsanbieter, dessen spezielles Businessprogramm auch von Unternehmen zur Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter genutzt wird.

Auch außerhalb der Institutionen ist der Trend zum digitalen Lernen deutlich spürbar. Klassische Nachhilfe oder Eltern sind nicht mehr gefragt, Schüler und Studenten lernen heutzutage für Prüfungen auf YouTube. Mit Millionen Klicks auf Erklärvideos wird Wissen zu allen denkbaren Themenbereichen vermittelt. Dabei kommt die uralte, pädagogisch als höchst wirkungsvoll anerkannte Methode zum Einsatz: spielerisches Lernen in kurzen Intervallen mit vielen Wiederholungen. Mit Witz und Souveränität wird so in vier Minuten und 13 Sekunden die Globalisierung erklärt, und selbst komplexe mathematische Formeln oder schwierige wissenschaftliche Zusammenhänge sind kein Problem mehr.

Bekannte analoge Fernlernkurse der letzten Jahrzehnte wandern nach und nach ins Netz, die smarte Digitalisierung ist der konsequente nächste Schritt. Was heute noch wie ein Zukunftsszenario klingt, wird bald Realität: Ein Schüler in einer kleinen Stadt in Brandenburg erhält jeden Morgen den auf ihn persönlich zugeschnittenen Lernplan, erstellt in einem Rechenzentrum in Indien. Die KI-gestützte Software einer Universität ermittelt für jeden Studenten die optimale Fächerkombination, errechnet anhand von Klausurergebnissen die voraussichtliche Abschlussnote und bietet Ergänzungsinhalte an, sollte die Note zu schlecht ausfallen. Ein mittelständisches Unternehmen setzt digitale Programme ein, um seine Auszubildenden mit der Handhabung der neuen Maschinen vertraut zu machen. Die Möglichkeiten des digitalisierten Lernens sind grenzenlos.

*Gut zu wissen*

*Deutschland ist im weltweiten Vergleich bei der digitalen Bildung abgeschlagen. Deshalb ist ein wirkungsvoller digitaler Bildungspakt, in dem Politik und Wirtschaft an einem Strang ziehen, dringend notwendig.*

---

<https://www.bvmw.de/mittelstand-aktuell/news/4125/so-gelingt-weiter-bildung/>

### Lehren und Lernen mit YouTube

Als lokales, inhabergeführtes Bildungsinstitut für Nachhilfe, Sprachen und Computer stellten wir uns vor sechs Jahren die Frage, wie wir uns am erfolgversprechendsten im digitalen

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

Lehren und Lernen unter Einbezug sozialer Netzwerke beteiligen könnten. Die Entscheidung fiel auf einen eigenen YouTube-Kanal, mit dem wir 2013 an den Start gingen. Wir präsentierten zunächst Lehrvideos für Mathematik, Deutsch und Englisch. Die Videos drehten wir mit unseren eigenen Lehrkräften, die ihr Fachwissen zu schulischen Themen anschaulich darstellten. Mittlerweile erstellen wir jeden Monat ein Lehrvideo mit zusätzlichen kostenfreien Übungsmaterialien zum Download.

Zudem stellen wir Lehrvideos und Übungsmaterialien auf unserer Online-Lehrmaterialplattform allen Lehrkräften unseres Bildungsinstituts zur Nutzung im Unterricht zur Verfügung. Dafür statteten wir alle Unterrichtsräume mit digitalen Active Panels aus und investierten in Tablets im Klassensatz. Der multimediale Unterricht motiviert unsere Schülerinnen und Schüler und ermöglicht es, sie intensiver und zeitgemäß in den Unterricht aktiv einzubinden.

Wohlwissend, dass wir nur ein sehr kleiner Player in dem Bereich der YouTube-Lehrvideos für Schülerinnen und Schüler sind, gibt uns die kürzlich veröffentlichte Studie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung“ vom Rat für Kulturelle Bildung e. V. recht, den richtigen Weg zu gehen. Knapp die Hälfte aller YouTube-Nutzer hält das Medium für schulische Themen für wichtig. Die Schüler nutzen es vor allem zur Wiederholung, Vertiefung oder Vor- und Nachbereitung von Hausaufgaben oder Prüfungen. Die Vorteile von Lehrvideos sehen Schüler insbesondere in der dargestellten Art und Weise und in der ständigen und ortsunabhängigen Verfügbarkeit. Gleichzeitig zeigt die Studie aber auch, dass der Schulunterricht seine Stärke im direkten, persönlichen Kontakt hat. Die Mensch-zu-Mensch-Beziehung bleibt auch in Zukunft ein unerlässlicher Faktor bei der (schulischen) Wissensvermittlung, wenn der Unterricht auf lebendige Erfahrung und echten gemeinsamen Austausch setzt.

**Silvia Kleinbeck-Dicke**, geschäftsführende Inhaberin Lernstudio Wattenscheid (Nordrhein-Westfalen)

[www.lernstudio-wattenscheid.de](http://www.lernstudio-wattenscheid.de)

---

<https://www.bvmw.de/mittelstand-aktuell/news/4125/so-gelingt-weiter-bildung/>

### Durch Weiterbildung neue Geschäftsfelder erschließen

Die Fortbildung von Mitarbeitern wird in vielen Unternehmen (noch) nicht als Investition in die Zukunft gesehen, sondern als Kostenfaktor – trotz des Drucks durch die Digitalisierung. Wir von der mittelständischen RPR-Unternehmensgruppe, zu der die Sender RPR1. und bigFM gehören, haben einen anderen Weg gewählt, um neue, digitale Geschäftsfelder neben dem klassischen Radiogeschäft zu erschließen.

Vor zwei Jahren wurden die ersten Pläne erstellt, wie wir als digitales Dienstleistungsunternehmen aufgestellt werden müssten – und vor allem: mit welchem Personal. Um die Sender langfristig auch als Digitalmarken zu etablieren und die

## Positionen Digitalisierung und Weiterbildung

Onlineplattformen künftig erfolgreich zu vermarkten, brauchten die Verantwortlichen gut ausgebildete Onlinespezialisten. Nicht nur Radiomoderatoren, sondern Vertriebsmitarbeiter, die neben der klassischen Beratung Unternehmen die Vorteile und Chancen von digitaler Kommunikation erklären können – und Werbekampagnen nicht nur im Hörfunk, sondern Multichannel-Kampagnen über Webradio, Landingpages und soziale Medien steuern können. Wir wollten den digitalen Wandel von Anfang an mit dem bestehenden Team angehen, deshalb starteten wir eine Digital-Qualifizierungsoffensive, und wir sind überzeugt, dass alle profitieren: nicht nur die Vertriebsmannschaft, sondern das ganze Unternehmen.

Mittlerweile freuen wir uns heute über drei Dinge: motivierte Mitarbeiter, neue Geschäftsfelder und mittelständische Kunden, die von kanalübergreifenden Marketinglösungen profitieren. Der Plan ist aufgegangen.

**Tobias Heger**, Geschäftsführer RPR-Unternehmensgruppe, Sendegebiet Rheinland-Pfalz und angrenzende Gebiete

[www.RPR1.de](http://www.RPR1.de)