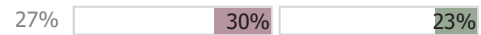


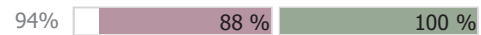
Trendmonitor Nr. 1 hat interessante Einblicke in Wissen und Nutzung rund um „Neue Lernkulturen“ gebracht, Trendmonitor Nr. 2 widmet sich nun der Hauptzielgruppe des Projektes ADVOCATE - der Lernmotivation und den Lernerfahrungen von an- und ungelernten MitarbeiterInnen in Unternehmen. Welche Kompetenzen bringen sie mit, was sollten sie können und wie lernen sie am besten?

Ziel des Trendmonitors war es nicht eine valide Umfrage mit dem Anspruch auf Repräsentativität durchzuführen, sondern vielmehr Sichtweisen, Meinungen und Handlungs- bzw. Nutzungsgewohnheiten aufzuzeigen. Insgesamt haben sich 63 Personen an der Umfrage beteiligt. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

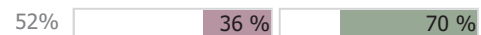
Fachkompetenz - dazu zählen berufsspezifische Ausbildungen, Fertigkeiten und Wissen, zu denen auch Allgemeinwissen, Computerkenntnisse, Führerscheine, Fachwissen aus bestimmten Wissensgebieten/Branchen u.v.m. gehören.



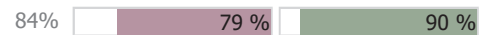
Sozialkompetenz - dazu zählen sämtliche Fähigkeiten im Umgang mit anderen, mit KollegInnen und Vorgesetzten, wie z.B. Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, flexibel zu reagieren; die Fähigkeiten, zuhören können, sich in andere einfühlen können, Beziehungen aufbauen können, umsichtig sein u.a.m.



Methodenkompetenz - dazu zählen Fähigkeiten, die dabei unterstützen, Herausforderungen und Probleme organisiert konstruktiv anzugehen und strukturiert zu lösen, wie z.B. analytisches Denken, Aufgaben und Arbeiten planen, "Handwerkszeug" und Methoden zur Wissensaneignung beherrschen, selbständig Denken und Arbeiten, Zusammenhänge und Wechselwirkungen erkennen u.a.m.



Persönlichkeitskompetenz - dazu zählen die Fähigkeit, seine eigenen Stärken zu kennen und situationsgerecht einsetzen zu können oder sich auch selbst kritisch reflektieren zu können, Merkmale sind bspw. Offenheit für Neues, die Fähigkeit, Denkblockaden zu lösen, eigenverantwortliches Handeln, Leistungsbereitschaft, Selbstmotivation, Begeisterungsfähigkeit, Belastbarkeit u.a.m.

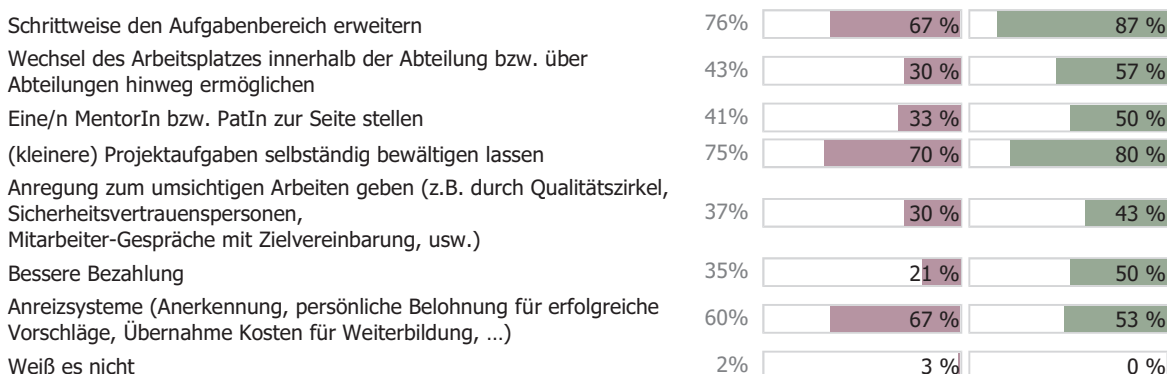


Auf die Frage, welche Kompetenzen an- und ungelernte MitarbeiterInnen in Unternehmen mitbringen sollten, standen bei den Befragten eindeutig Sozial- (94%), Persönlichkeits- (84%) und Methodenkompetenz (52%) im Vordergrund. Lediglich 27% aller Befragten waren der Meinung, dass die Mitarbeiter bereits Fachkompetenzen haben sollten.

Im Vergleich zwischen den Antworten von **Frauen** und **Männern** fällt auf, dass Sozial-, Methoden- und Persönlichkeitskompetenz von Frauen etwas höher gewertet wird als bei den Männern – bei der Fachkompetenz verhält es sich genau umgekehrt.

In Frage 2 forderten wir die Befragten auf, eine Reihung von Möglichkeiten der Kompetenzaneignung herzustellen – an erste Stelle die beste an die letzte die am wenigsten geeignete:

1. Lernen am direkt am Arbeitsplatz ("learning by doing", ausprobieren, tun...)
2. Organisierte Weiterbildungsveranstaltungen (interne oder externe Ausbildungen, Kurse, Schulungen, Seminare)
3. Gespräche mit KollegInnen und Vorgesetzten
4. Aufgabenbewältigung innerhalb der Familie
5. Ehrenamtliche Tätigkeiten (z.B. Vereinsarbeit, Feuerwehr, Musik, Theaterverein u.a.m.)
6. virtuelle Lernräume, wie Internet, Diskussionsforen, Weblogs, e-learning u.a.m.
7. Freizeitaktivitäten, wie Reisen, Sport, Kino u.a.m.



Gefragt nach jenen „Lernangeboten“, die an- und ungelernete MitarbeiterInnen am meisten motivieren, wurden am häufigsten „schrittweises Erweitern des Aufgabenbereichs“ (76%) und „Übertragen von kleineren Projektaufgaben zur selbständigen Bewältigung“ (75%) genannt. Auch das Setzen von Anreizen (Anerkennen, Persönliche Belohnung, Kostenübernahme für Weiterbildung“ scheint eine geeignete Maßnahme in den Augen der Befragten (60%).

Beim Vergleich der „Top 3-Nennungen“ von **Männern** und **Frauen** zeigen sich kleine Unterschiede: Während Männer das „Übertragen von Projektaufgaben“ an die erste (70%) und die „Anreizsysteme“ sowie das „schrittweise Erweitern des Aufgabenbereichs“ ex aequo an die zweite Stelle (67%) gewählt haben, gibt es bei den Frauen nur 2 eindeutige Favoriten: 1. „schrittweises Erweitern des Aufgabenbereichs“ (87%) und 2. „Übertragen von Projektaufgaben“ (80%). An dritter Stelle steht bei den weiblichen Befragten die „Möglichkeit, den Arbeitsplatz zu wechseln“ (57%).

Was die Möglichkeiten, den Lernerfolg von an- und ungelerten MitarbeiterInnen zu fördern angeht, erstellten die Befragten gemeinsam folgende Reihung:

1. Arbeitsbesprechungen zum Lernen nutzen
2. Ein/e LernbegleiterIn, PatIn, Coach wird den Lernenden zur Seite gestellt
3. Ansetzen an den individuellen Vorerfahrungen und Vorkenntnissen
4. Arbeitsumfeld als Lernfeld nutzen (z.B. durch arbeitsplatznahe Lernangebote, Learning by Doing)
5. Einbinden in die gesamte Unternehmensstrategie, bspw. durch gemeinsames Vereinbaren und Verfolgen von Zielen
6. Direkte Vorgesetzte werden in den Lernprozess mit eingebunden und übernehmen konkrete Aufgaben

Dem Gegenüber stehen die größten Knackpunkte, warum Lern- oder Weiterbildungsangebote entweder nicht angenommen oder gar nicht angeboten werden:

Fehlendes Wissen um Möglichkeiten und über die Art der Angebote	48%	48 %	47 %
Negative Vorerfahrungen (Angebote sind nicht „maßgeschneidert“, haben nichts gebracht, aufgrund von Druck/Zwang besucht)	65%	61 %	70 %
Der konkrete Nutzen ist nicht ersichtlich	67%	55 %	80 %
Fehlende Zeit, hoher Arbeitsdruck	43%	48 %	37 %
Mangelnde Motivation der MitarbeiterInnen	51%	52 %	50 %
Lernen ist nicht in der Unternehmenskultur verankert	43%	42 %	43 %
Mangelnde Unterstützung durch Schlüsselpersonen (VorarbeiterInnen, AbteilungsleiterInnen, direkte Vorgesetzte)	40%	27 %	53 %
Fehlende Vorbildfunktion der Schlüsselpersonen	19%	12 %	27 %
Weiß es nicht	2%	3 %	0 %

Hauptsächlich scheint es dem Ergebnis zufolge an der Ersichtlichkeit des Nutzens zu liegen (67%). Vor allem **Frauen** sehen darin einen Knackpunkt (80%, **Männer** 67%). Fast genauso problematisch empfinden die Befragten negative Vorerfahrungen (65%) – 70 % der Frauen und 61% der Männer sind der Meinung, dass Angebote entweder nicht maßgeschneidert sind, nichts gebracht haben oder nur aufgrund von Druck/Zwang besucht wurden.

51% aller Befragten glauben, dass die mangelnde Motivation der MitarbeiterInnen Ursache für das Scheitern von Lern- bzw. Weiterbildungsangeboten sei.

Für Anbieter von Weiterbildungsangeboten interessant ist die Tatsache, dass immerhin 48% der Befragten der Meinung sind, dass Wissen um Möglichkeiten und Angebote fehlt.

Und letztendlich scheint es an Zeit für Lernen zu fehlen, der Arbeitsdruck ist zu hoch (43%), Lernen nicht in der Unternehmenskultur verankert (43%) und somit auch die Unterstützung von Schlüsselpersonen im Unternehmen gering (40%).

Infos zur Auswertung:

Die jeweiligen Prozentangaben beziehen sich immer auf die jeweilige Grundgesamtheit, d.h. „gesamt“ auf die Gesamtanzahl der ausgefüllten Fragebögen, „männlich“ bzw. „weiblich“ auf die Gesamtanzahl der von Männern bzw. Frauen ausgefüllten Fragebögen. Die Fragen 2 und 4 erforderten eine Reihung der Antworten. Bei den anderen Fragen waren Mehrfachantworten möglich.



GliA | Gehirn | Lern | Impuls | Agentur

Martinsbühel 6 | 6170 Zirl
info@gliA.at | www.gliA.at

Tiroler **Bildungsservice**

