

Zukunft durch Kompetenzen

Weiterbildungspraxis in
deutschen Unternehmen



Inhalt

Vorwort

- > Dr. Joachim Bühler

Kernergebnisse

1 Bedeutung und Verankerung von Weiterbildung

- > Weiterbildung bleibt wichtig für die Wirtschaft
 - > Nur knapp ein Drittel verankert Weiterbildung strategisch
 - > Die breite Mehrheit setzt auf eine ausgeprägte Lernkultur
-

2 Organisation und Ressourcen

- > Die Mehrheit ermöglicht allen Beschäftigten Weiterbildung
 - > Geringes Interesse und hohe Arbeitsbelastung verhindern Weiterbildung
 - > Die meisten Unternehmen bieten bis zu fünf Tage für Weiterbildung an
 - > Zwei Drittel gewähren bis zu 1.000 Euro für Fortbildung
-

3 Umsetzung und Formate

- > Bei der Mehrheit ist Weiterbildung Thema in Mitarbeitergesprächen
- > Viel Freiraum für die Abteilungen bei Weiterbildungsinhalten
- > Unternehmen bilden individuell und digital weiter

- > Mehrheit setzt auf Lernen in Präsenz und in Online-Formaten
 - > Beliebteste Digitalformate: Webinare und Online-Schulungen
-

4 Nutzen, Ziele und Erfolgsmessung

- > Viele Unternehmen messen den Erfolg
 - > Weiterbildung hilft, externe Anforderungen zu erfüllen und Prozesse zu verbessern
 - > Weiterbildung stärkt Arbeitgeberattraktivität und Lernkultur
-

5 Weiterbildungsbedarf und Kompetenzen

- > Weiterbildungsbedarf besteht bei Digital- und Führungskompetenzen
 - > Future Skills: Welche Kompetenzen wichtig werden
-

6 Neue Anforderungen durch KI

- > Jedes zweite Unternehmen nutzt KI-Tools
- > KI zeigt Wirkung: Rund die Hälfte sieht Effizienzgewinne
- > KI prägt Wettbewerb und Innovationen
- > Steigender Bedarf an KI-Kompetenzen
- > Jedes zweite Unternehmen sieht Weiterbildungsbedarf bei KI
- > Vor allem konkretes KI-Know-how ist gefragt

- > Deutliche Zunahme bei KI-Weiterbildungen
 - > KI verändert Tätigkeiten - teilweise
 - > KI-Kompetenz wird bei Neueinstellungen selten erwartet
-

7 Resilienz und Zukunftsfähigkeit

- > Fachkräftemangel ist insgesamt größte Herausforderung
 - > So wollen Unternehmen ihre Resilienz stärken
 - > Weiterbildungsbedarf bei gesetzlichen und branchenspezifischen Anforderungen
-

8 Verantwortung für Weiterbildung

- > Unternehmen und Beschäftigte in der Verantwortung
 - > Staatliche Förderung: Mehrheit fühlt sich unzureichend informiert
 - > Breite Unzufriedenheit mit finanzieller Förderung
 - > Politische Unterstützung erreicht Unternehmen nur begrenzt
-

9 Fazit und Empfehlungen

Methodik

Für den nächsten Aufschwung bereit sein: Weiterbildung entscheidet über die Zukunftsfähigkeit

Die deutsche Wirtschaft steht unter Druck. Fachkräftemangel, technologischer Wandel, steigende Energiekosten und geopolitische Unsicherheiten verschärfen den Wettbewerb und dämpfen das Wachstum. Für viele Unternehmen bedeutet das: steigende Komplexität bei gleichzeitig begrenzten Ressourcen.

Gerade in Phasen geringerer Auslastung entstehen jedoch strategische Spielräume. Zeitfenster, die im operativen Tagesgeschäft fehlen, können gezielt für Weiterbildung und Qualifizierung genutzt werden. Für Geschäftsführungen und Personalverantwortliche ergibt sich daraus eine klare Aufgabe: die vorhandenen Kompetenzen im Unternehmen systematisch weiterzuentwickeln und Mitarbeitende gezielt auf zukünftige Anforderungen vorzubereiten.

Wenn die Konjunktur wieder anzieht, entscheidet die Qualifikation der Belegschaft über die Wettbewerbsfähigkeit. Unternehmen profitieren doppelt: Sie greifen auf eingespielte Teams zurück, die neben Erfahrung auch neue Fähigkeiten einbringen – etwa im Umgang mit digitalen Technologien und Künstlicher Intelligenz. Weiterbildung wird damit zu einem zentralen Hebel für Wachstum, Innovation und Unternehmenserfolg.

Die TÜV-Weiterbildungsstudie 2026 zeigt jedoch, dass dieses Potenzial bislang nicht ausgeschöpft

wird. Zwar hält die große Mehrheit der Unternehmen Weiterbildung für wichtig – sechs Prozentpunkte weniger als 2024. Aber nur ein Teil der Unternehmen verankert Weiterbildung strategisch und Budgets und Zeitkontingente geraten unter Druck. Weiterbildung wird damit ausgerechnet jetzt zur variablen Größe.

Zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Besonders deutlich zeigt sich diese Diskrepanz beim Thema Künstliche Intelligenz. Mehr als die Hälfte der Unternehmen nutzt entsprechende Anwendungen bereits im Arbeitsalltag. Dabei ist auch der Qualifizierungsbedarf klar: Jedes zweite Unternehmen sieht Weiterbildungsbedarf. Tatsächlich umgesetzt wird er deutlich seltener. Bislang hat nur rund ein Viertel Beschäftigte entsprechend geschult. Diese Lücke ist ein strukturelles Problem. Die Entwicklung neuer Technologien verläuft schneller als der Aufbau der dafür notwendigen Kompetenzen. Und die Lücke wächst. Für Unternehmen hat das unmittelbare Folgen. Künstliche Intelligenz verändert Prozesse, Wertschöpfung und Anforderungen an Beschäftigte. Wer die Qualifizierung der Beschäftigten jetzt vernachlässigt und aufschiebt, verliert Zeit – und damit Handlungsspielraum im Wettbewerb.

Weiterbildung, insbesondere im Bereich Künstlicher Intelligenz, ist daher keine optionale Maßnahme,

sondern eine Investition in die eigene Zukunftsfähigkeit. Sie entscheidet darüber, ob Unternehmen ihre Position sichern oder verlieren. Fehlende Qualifikation wird zum Wettbewerbsrisiko. Die Verantwortung dafür liegt bei mehreren Akteuren. Unternehmen müssen Qualifizierung systematisch planen und verlässlich finanzieren. Beschäftigte müssen ihre Kompetenzen kontinuierlich weiterentwickeln. Gleichzeitig beeinflussen auch politische Rahmenbedingungen die Umsetzung, etwa dort, wo Förderangebote schwer zugänglich oder wenig bekannt sind.

Die TÜV-Akademien stehen bereit Unternehmen praxisnah bei der Qualifizierung ihrer Beschäftigten zu unterstützen und sie auf die Anforderungen einer sich verändernden Arbeitswelt vorzubereiten. Sie zählen zu den größten beruflichen Weiterbildungsanbietern in Deutschland und vermitteln Kompetenzen in Bereichen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Regulierung, aber auch in klassischen Fachthemen und transformativen Zukunftskompetenzen. Mit Präsenzformaten, Online-Seminaren und Blended Learning erreichen sie jährlich viele hunderttausend Teilnehmende.

Die Studie zeigt: Der Handlungsbedarf ist erkannt, die Umsetzung bleibt jedoch dahinter zurück. In einem Umfeld beschleunigter technologischer und wirtschaftlicher Veränderungen wird sich die Qualifizierungslücke nicht von selbst schließen.

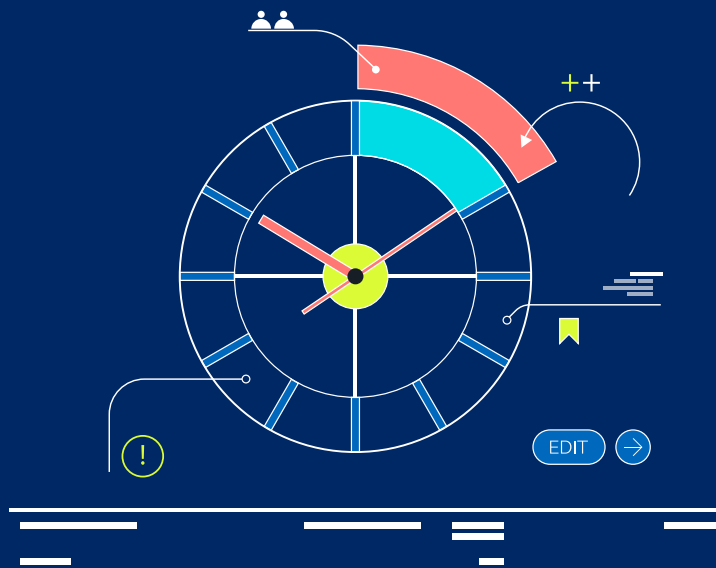
Für Geschäftsführungen und Personalverantwortliche eröffnet sich damit eine klare Chance: Wer Weiterbildung jetzt gezielt vorantreibt, sichert sich entscheidende Wettbewerbsvorteile – durch qualifizierte Mitarbeitende, schnellere Anpassungsfähigkeit und neue Innovationskraft.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre.



Herzlich
Ihr Dr. Joachim Bühler
Geschäftsführer TÜV-Verband e.V.

Kernergebnisse



53%

sprechen Vorgesetzte regelmäßig mit Beschäftigten über Weiterbildung.

51%

gewähren 3 bis 5 Tage pro Jahr für Weiterbildungen.

81%

nutzen Lernformate in Präsenz.



65%

haben ein Weiterbildungsbudget von bis zu 1.000 Euro pro Mitarbeiter:in.

75%

bieten allen Mitarbeitenden Fortbildungen an.

86%

nutzen Weiterbildung, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

72%

sehen den größten Weiterbildungsbedarf bei anwendungsnahen Kompetenzen im Umgang mit KI-Tools.



72%

erkennen Weiterbildungsbedarf bei anwendungsnaher KI-Kompetenz.

88%

erachten soziale Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit als wichtige Future Skills.

50%

haben einen (sehr) hohen Weiterbildungsbedarf im Bereich Künstliche Intelligenz.

67%

sind nicht zufrieden mit den staatlichen Fördermöglichkeiten.

87%

ist die Weiterbildung von Mitarbeitenden wichtig.

36%

haben Mitarbeitende bereits im Bereich KI weitergebildet oder planen dies konkret.

76%

fühlen sich nicht gut informiert über staatliche Förderung von Weiterbildung.

98%

sehen Verantwortung für Weiterbildung bei Unternehmen und Arbeitgebern.

15%

sehen die Politik bei der Förderung von Zukunftskompetenzen wie KI, Nachhaltigkeit oder Führung auf dem richtigen Kurs.



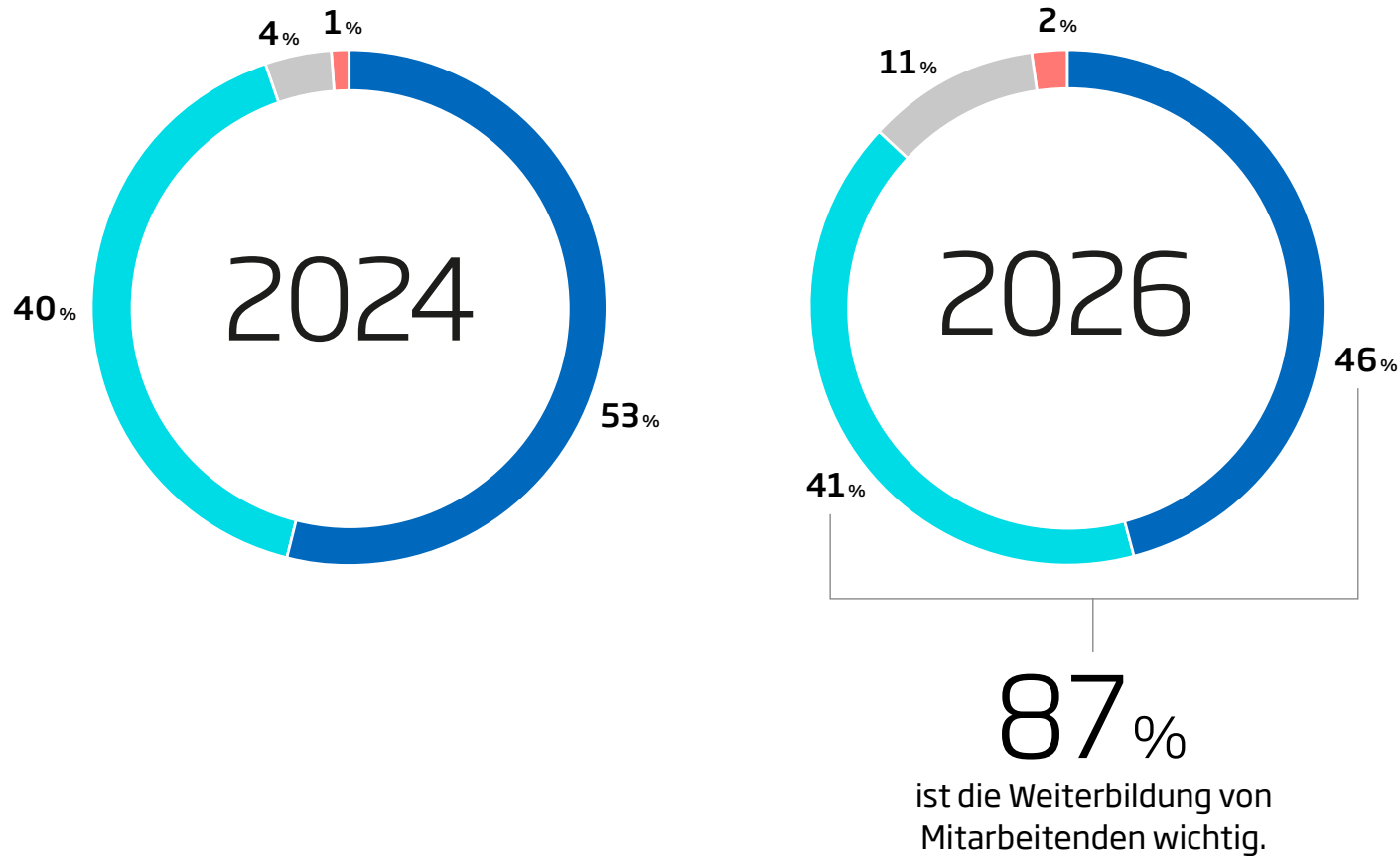
Bedeutung und Verankerung von Weiterbildung



1

Weiterbildung bleibt wichtig für die Wirtschaft (1/2)

Bedeutung von Weiterbildung der Mitarbeitenden



- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Weniger wichtig
- Unwichtig

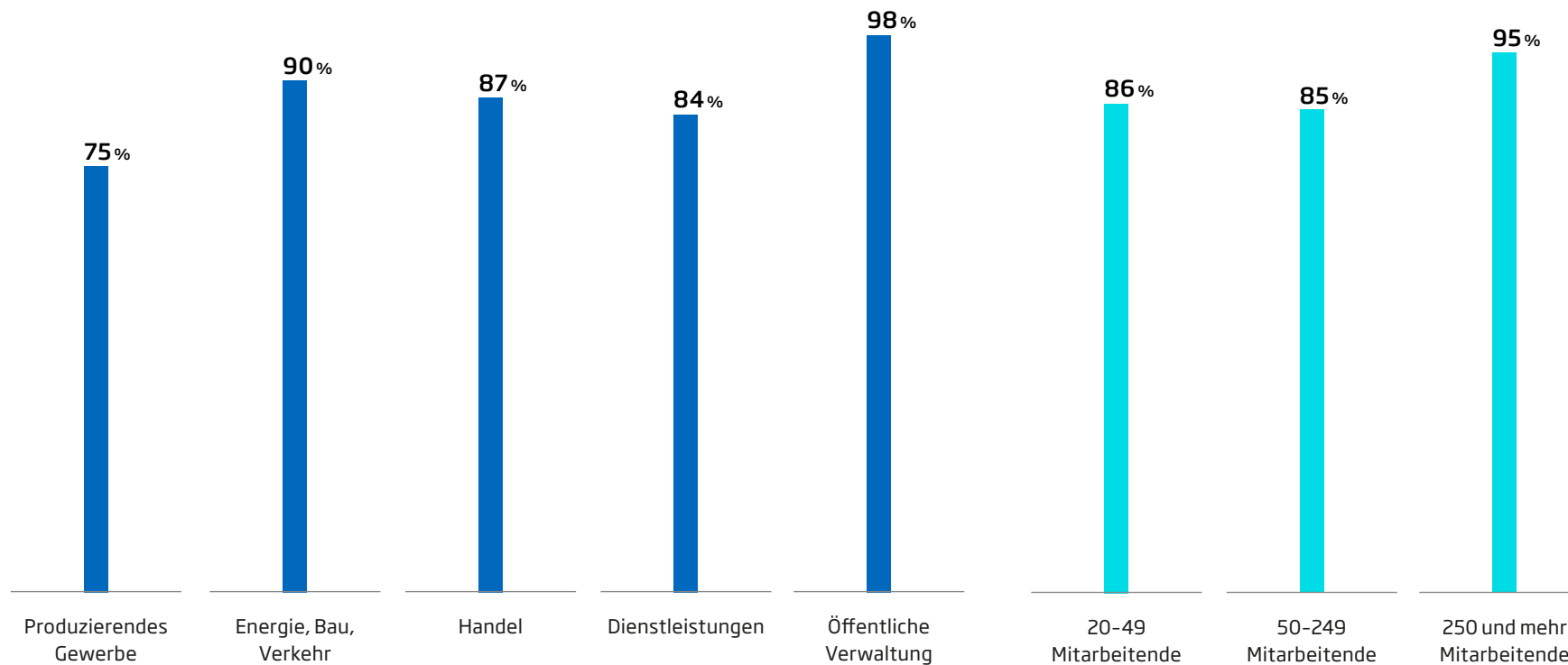
Frage: Zunächst einmal ganz allgemein: Welche Bedeutung kommt der Weiterbildung von Mitarbeitenden in Ihrem Unternehmen zu?
Basis: Alle Befragten (n= 500) | Abweichung von 100 Prozent rundungsbedingt

Die deutliche Mehrheit der Unternehmen hält Weiterbildung der Belegschaft für wichtig. Gegenüber der Erhebung 2024 ist jedoch ein leichter Rückgang zu verzeichnen.

Weiterbildung von Mitarbeitenden hat für die breite Mehrheit der Unternehmen eine hohe Bedeutung. Fast neun von zehn Befragten (87 Prozent) bewerten Fortbildungen als sehr oder eher wichtig. Im Vergleich zur Erhebung vor zwei Jahren allerdings ergibt sich ein leichter Rückgang. Etwa eines von acht Unternehmen (13 Prozent) misst Weiterbildung wenig oder gar keine Bedeutung zu. In der vorausgehenden Studie lag dieser Wert deutlich niedriger (5 Prozent).

Weiterbildung bleibt wichtig für die Wirtschaft (2/2)

Bedeutung von Weiterbildung der Mitarbeitenden
sehr/eher wichtig

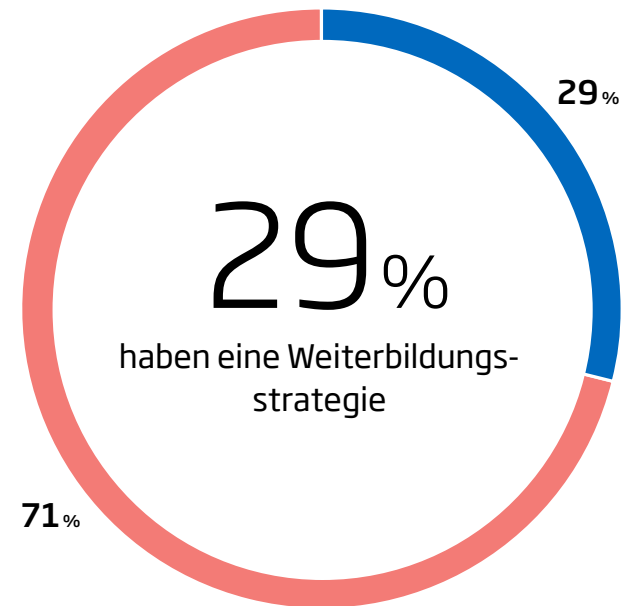


Besonders hoch fällt die Zustimmung zur Weiterqualifikation von Mitarbeitenden in der öffentlichen Verwaltung aus. Grundsätzlich nimmt der Zuspruch mit der Unternehmensgröße zu.

In der öffentlichen Verwaltung ist Weiterbildung nahezu ausnahmslos wichtig - fast alle Befragten (98 Prozent) nehmen diese Position ein. In den Sektoren Energie, Bau und Verkehr liegt der Anteil bei 90 Prozent, im Handel bei 87 Prozent und im Dienstleistungsbereich bei 84 Prozent. Im produzierenden Gewerbe ist die Zustimmung deutlich niedriger: Dort halten nur rund drei Viertel der Befragten (75 Prozent) Weiterbildung für wichtig. Dabei wächst die Bedeutung von Weiterbildung mit der Größe der Betriebe. Die breite Mehrheit (95 Prozent) der Unternehmen mit 250 oder mehr Beschäftigten erachtet Weiterbildung als wichtig. Etwas niedriger liegt der Wert bei Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten (85 Prozent) und 20 bis 49 Beschäftigten (86 Prozent).

Nur knapp ein Drittel verankert Weiterbildung strategisch

Unternehmen mit einer Weiterbildungsstrategie



■ Ja

■ Nein

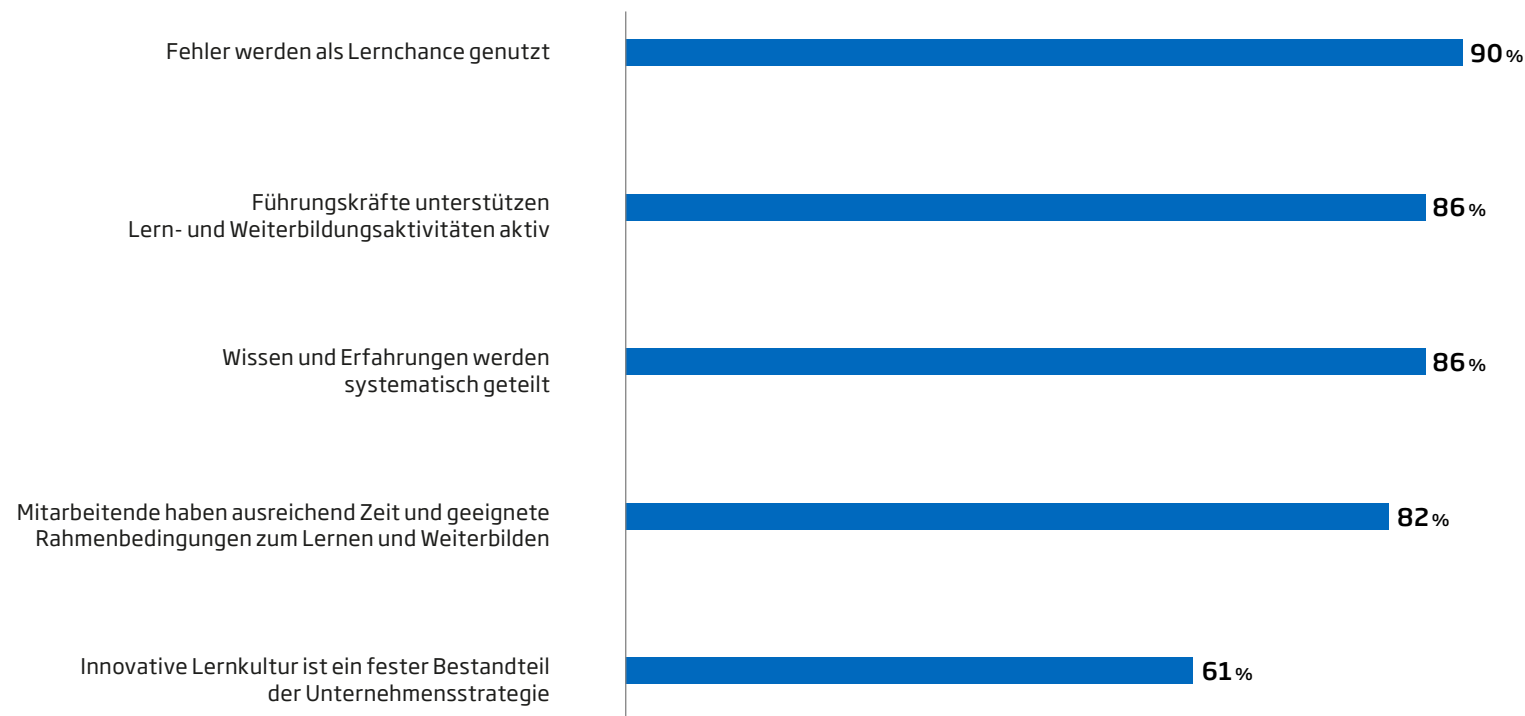
Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen eine schriftlich fixierte Weiterbildungsstrategie?
Basis: Alle Befragten (n= 500)

Wie belastbar die Haltung von Unternehmen zur Weiterbildung ist, zeigt sich auch daran, ob sie ihre Strategie schriftlich festhalten. Eine schriftliche Weiterbildungsstrategie ist bislang keine Selbstverständlichkeit. Nur knapp drei von zehn Unternehmen (29 Prozent) haben dies getan.

Besonders verbreitet ist dieses Vorgehen in der öffentlichen Verwaltung, wo mehr als die Hälfte der Unternehmen (53 Prozent) über eine schriftlich fixierte Weiterbildungsstrategie verfügt. Deutlich seltener ist das im Sektor Energie, Bau und Verkehr (17 Prozent) sowie im produzierenden Gewerbe (20 Prozent) der Fall. Größere Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten sind auch hier Vorreiter: 45 Prozent haben ihre Weiterbildungsstrategie schriftlich festgehalten.

Die breite Mehrheit setzt auf eine ausgeprägte Lernkultur

Lernkultur in Unternehmen



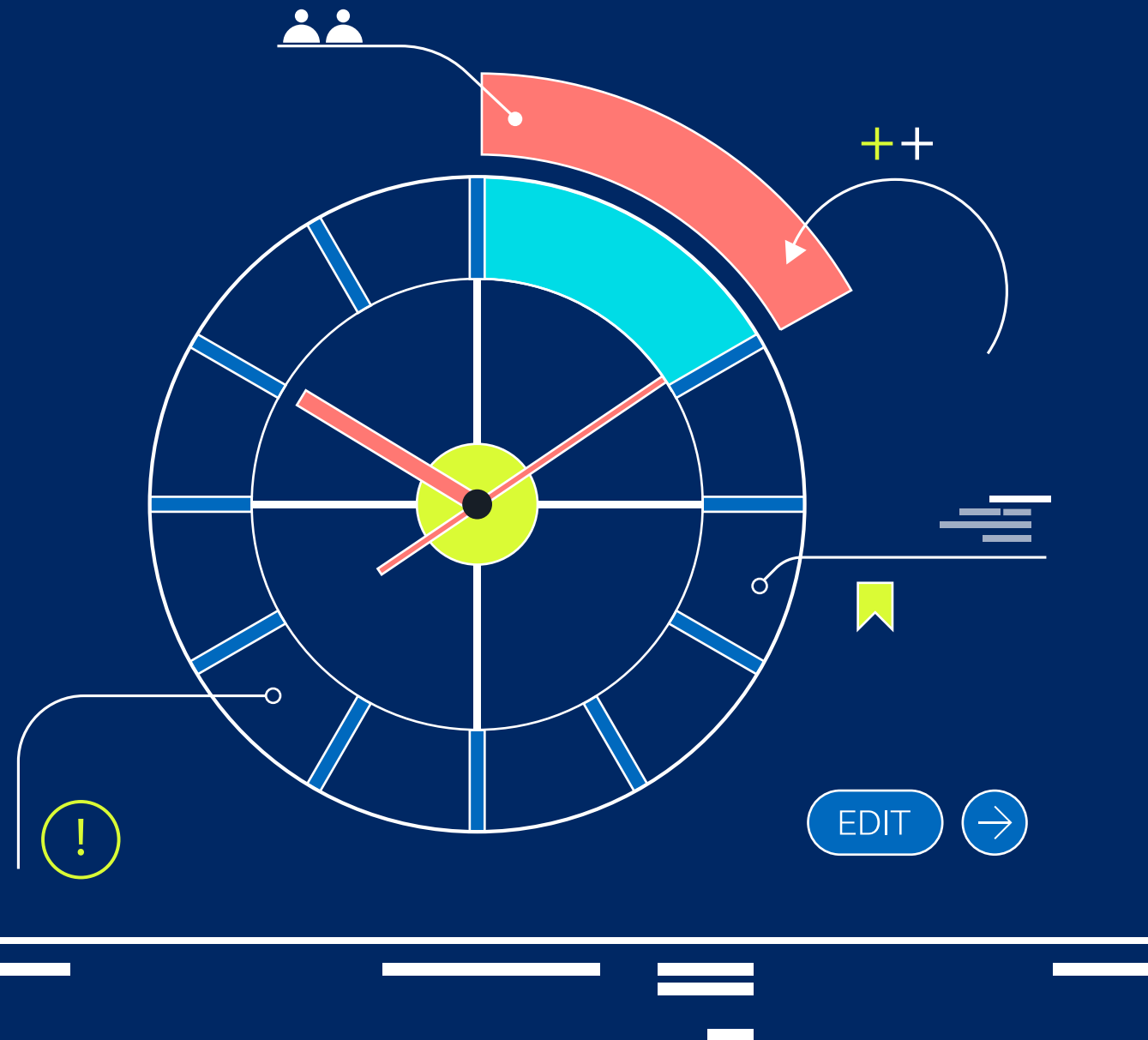
■ Trifft voll und ganz/eher zu

Frage: Nun würden wir gerne etwas über die Lernkultur in Ihrem Unternehmen erfahren. Mit Lernkultur meinen wir z. B. den Stellenwert von Lernen, zeitliche Freiräume für Lernen und Unterstützung durch Führungskräfte. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu: voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht? Basis: Alle Befragten (n= 500)

Aus Fehlern lernen, aktive Unterstützung durch Führungskräfte, systematisches Teilen von Wissen: Die meisten Unternehmen fühlen sich beim Etablieren einer umfassenden Lernkultur gut aufgestellt.

Einen Fehler als Chance begreifen und daraus lernen - für neun von zehn Unternehmen (90 Prozent) ist dies ein wichtiger Aspekt der eigenen Lernkultur. Ähnlich hoch (86 Prozent) ist der Anteil der Unternehmen, bei denen Führungskräfte die Weiterbildung tatkräftig unterstützen. Ebenso viel Zuspruch (86 Prozent) erhält die Aussage, dass Wissen und Erfahrungen im Unternehmen systematisch geteilt werden. Genug Zeit und geeignete Rahmenbedingungen für Lernen und Weiterbildung gibt es nach eigener Aussage bei etwas mehr als acht von zehn Unternehmen (82 Prozent). Etwas geringer ist der Anteil der Befragten, die eine innovative Lernkultur als festen Bestandteil der Unternehmensstrategie betrachten (61 Prozent).

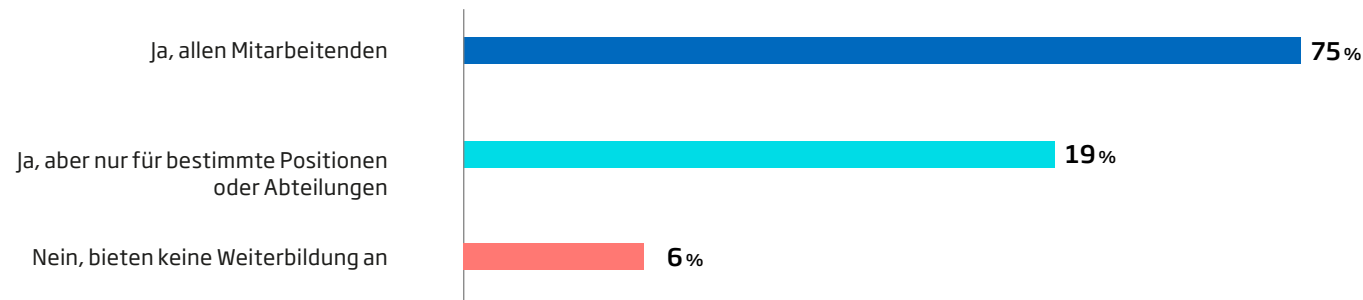
Organisation und Ressourcen



2

Die Mehrheit ermöglicht allen Beschäftigten Weiterbildung (1/2)

Möglichkeit zur Weiterbildung von Mitarbeitenden

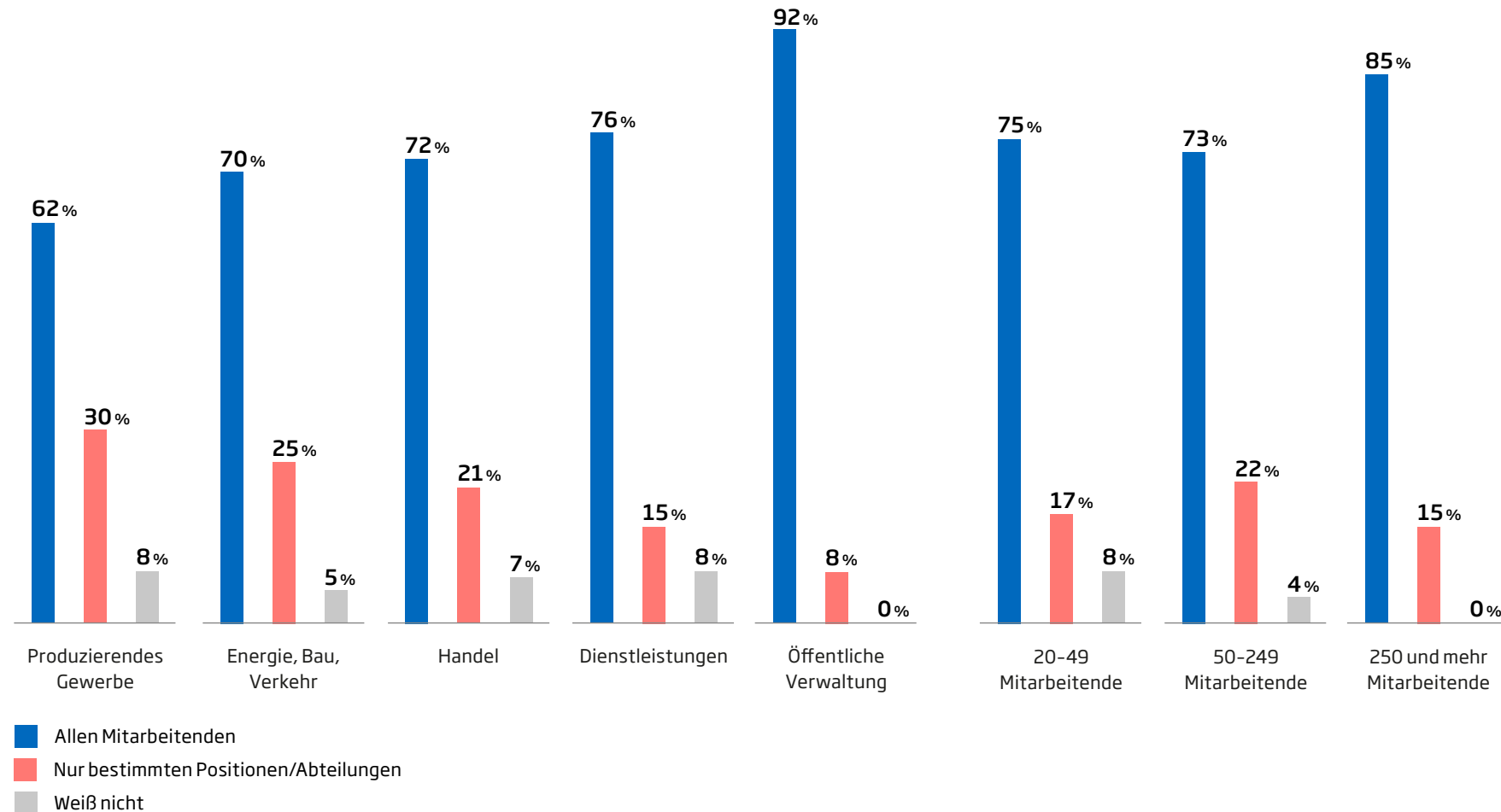


Weiterbildung unabhängig von der Position oder der Abteilung: Das ist bei einer deutlichen Mehrheit der Fall. Eine Minderheit macht Qualifizierungsangebote jedoch abhängig vom Jobprofil.

Drei von vier Unternehmen (75 Prozent) folgen dem Grundsatz, Weiterbildungsangebote für alle Beschäftigten bereitzustellen. Knapp ein Fünftel der Befragten (19 Prozent) bietet Qualifizierungen dagegen nur abhängig von Position oder Abteilung an. In einer deutlichen Minderheit der Unternehmen (6 Prozent) gibt es keinerlei Weiterbildungsangebote. Damit liegt dieser Anteil höher als noch vor zwei Jahren (4 Prozent).

Die Mehrheit ermöglicht allen Beschäftigten Weiterbildung (2/2)

Möglichkeit zur Weiterbildung von Mitarbeitenden

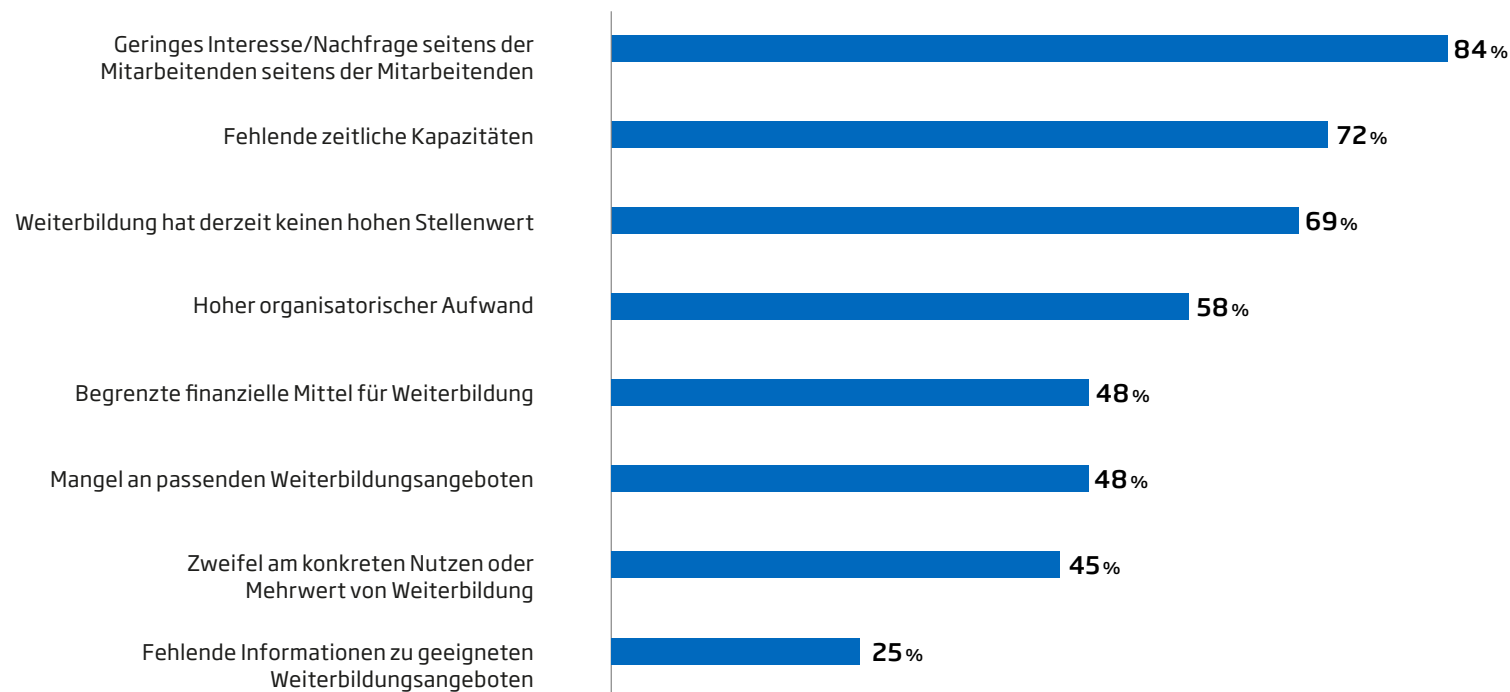


Fast ein Drittel der Unternehmen (30 Prozent) im produzierenden Gewerbe macht die Möglichkeit zur Weiterbildung von der Position oder Abteilung abhängig - in anderen Branchen liegt der Anteil deutlich niedriger.

In einzelnen Branchen wird die Frage, welche Beschäftigten Weiterbildungsmöglichkeiten erhalten, stark unterschiedlich beantwortet. Den breitesten Zugang zur Weiterbildung ermöglicht die öffentliche Verwaltung. Mehr als neun von zehn Unternehmen (92 Prozent) machen der gesamten Belegschaft hier Angebote. Im produzierenden Gewerbe ist dies nur bei rund sechs von zehn Unternehmen (62 Prozent) der Fall. Dafür ist hier der Anteil der Betriebe am höchsten, die Fortbildung abhängig machen von der Tätigkeit der Mitarbeitenden. Drei von zehn Befragten (30 Prozent) verfolgen diesen Ansatz.

Geringes Interesse und hohe Arbeitsbelastung verhindern Weiterbildung

Gründe, die Unternehmen bisher daran gehindert haben ihren Mitarbeitenden eine Weiterbildung anzubieten bzw. zu ermöglichen

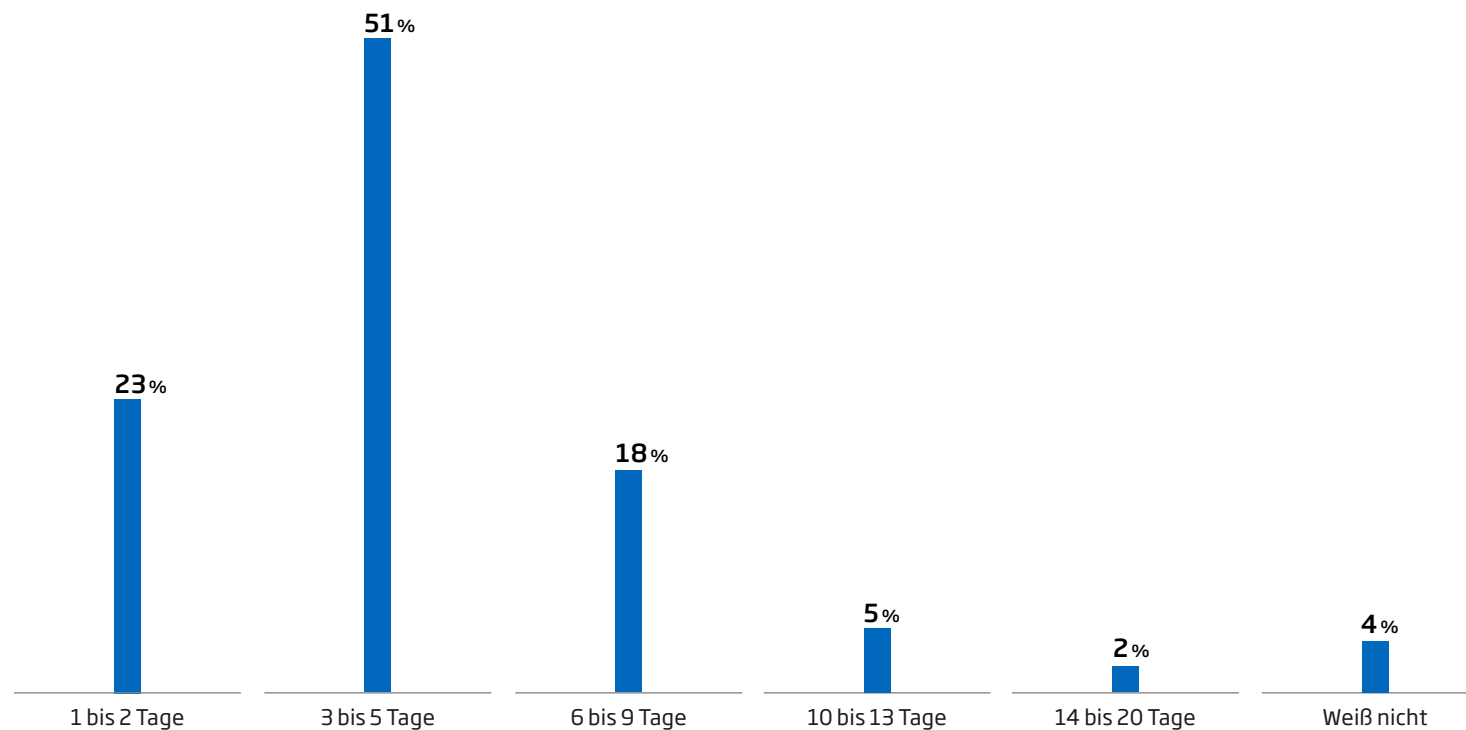


Der Verzicht auf Weiterbildungsangebote bildet die Ausnahme. Wenn allerdings keine Qualifizierungen im Beruf angeboten werden, liegt es vor allem an geringer Nachfrage oder fehlenden zeitlichen Kapazitäten.

Kein Wunsch nach Weiterbildung: Wenn Unternehmen ihren Beschäftigten keine Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung bieten, dann liegt das vor allem am mangelnden Interesse. Eine deutliche Mehrheit (84 Prozent) der Unternehmen ohne Weiterbildungsangebote nennt dies als Ursache. Es folgen als Begründung eine hohe Arbeitsbelastung (72 Prozent) sowie ein generell geringer Stellenwert von Weiterbildung im Unternehmen (69 Prozent). Zudem bremsen der hohe organisatorische Aufwand (58 Prozent) und begrenzte finanzielle Mittel (48 Prozent). Fast die Hälfte der Firmen ohne Weiterbildung hat Zweifel am Nutzen entsprechender Investitionen (45 Prozent). Die Minderheit von ihnen (25 Prozent) verzichtet aufgrund von fehlenden Informationen zu Weiterbildungsangeboten.

Die meisten Unternehmen bieten bis zu fünf Tage für Weiterbildung an

Zahl der Arbeitstage pro Jahr, die Mitarbeitende für ihre berufliche Weiterbildung nutzen können

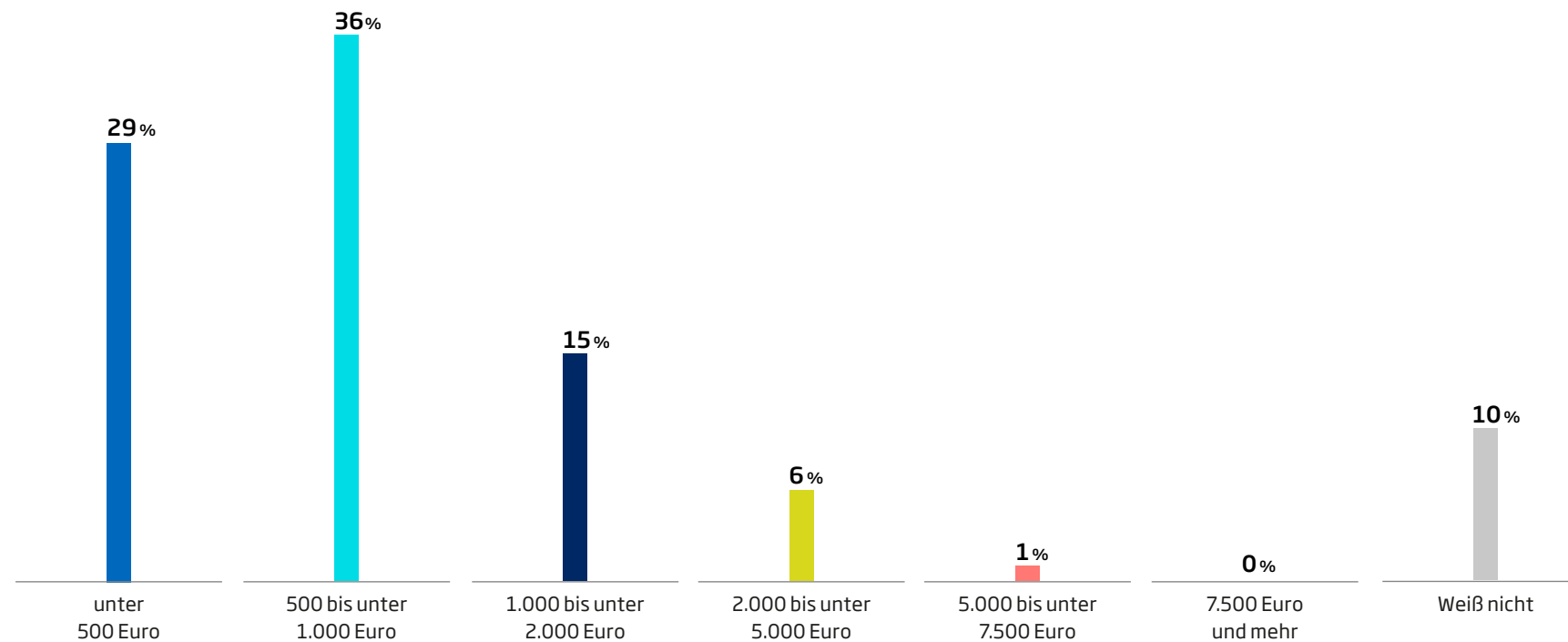


Am häufigsten werden Beschäftigten pro Jahr drei bis fünf Tage zugestanden, um sich weiterzubilden. Zehn Tage und mehr für Schulungen oder Trainings bilden die Ausnahme.

Wie viel Zeit haben Beschäftigte für Weiterbildung? Bei rund der Hälfte der Unternehmen (51 Prozent) sind es drei bis fünf Tage jährlich. Fast ein Viertel (23 Prozent) veranschlagt dafür ein bis zwei Tage. Vor zwei Jahren lagen beide Werte etwas niedriger (48 bzw. 16 Prozent). Dafür gab es 2024 in doppelt so vielen Unternehmen (16 Prozent) mehr als neun Tage Zeit für Fortbildung (2026: 8 Prozent). Ein bis zwei Tage für die Weiterbildung bietet etwa jedes sechste Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten (13 Prozent). Bei Firmen mit 50 bis 249 Mitarbeitenden sehen diesen Zeitraum knapp ein Viertel vor (22 Prozent), bei noch kleineren Unternehmen sind es gut ein Viertel (26 Prozent).

Zwei Drittel gewähren bis zu 1.000 Euro für Fortbildung

Höhe des jährlichen Weiterbildungsbudgets pro Mitarbeiter:in



Ein jährliches Weiterbildungsbudget von 2.000 Euro und mehr bildet die Ausnahme.

Knapp drei von zehn Unternehmen (29 Prozent) geben für die Weiterbildung ihrer Beschäftigten weniger als 500 Euro pro Jahr aus. Gut zwei Drittel stellen jährlich zwischen 500 und 1.000 Euro für Schulungen und Trainings zur Verfügung. Knapp ein Fünftel (18 Prozent) investiert zwischen 1.000 und 2.000 Euro. Noch höhere Budgets sind deutlich seltener: Nur 7 Prozent der Unternehmen wenden 2.000 Euro und mehr pro Jahr für die Fortbildung ihrer Mitarbeitenden auf. Jeder zehnte Befragte (10 Prozent) konnte keine Angaben zum Weiterbildungsbudget machen. Leicht über dem Durchschnitt bei den Ausgaben von 2.000 Euro und mehr liegt der Handel (10 Prozent).

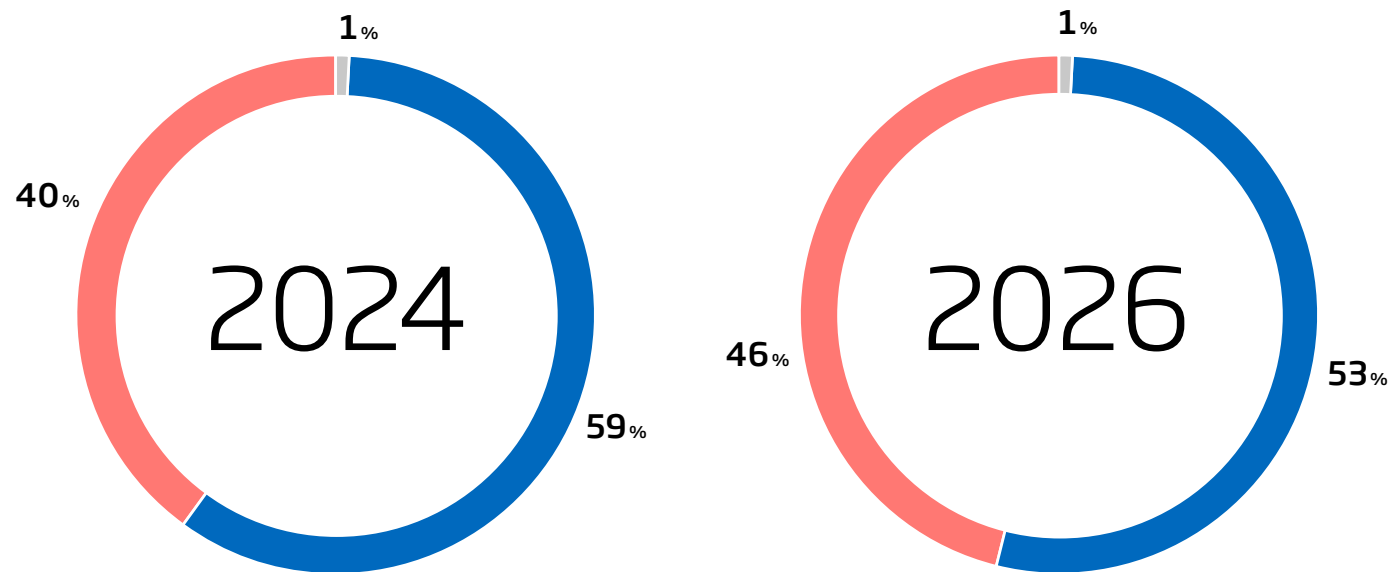
Umsetzung und Formate

3



Bei der Mehrheit ist Weiterbildung Thema in Mitarbeitergesprächen

Vorgaben für Mitarbeiter:innen-Gespräche zu individuellen Weiterbildungen



- Ja
- Nein
- Weiß nicht

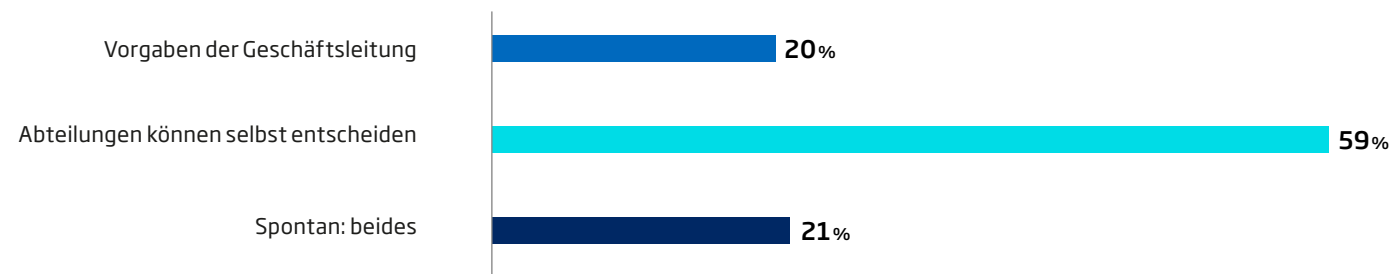
Frage: Gibt es eine klare Vorgabe in Ihrem Unternehmen, dass Vorgesetzte mit ihren Mitarbeitenden regelmäßig über individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten sprechen?
Basis: Befragte, die Weiterbildungen anbieten (n= 476)

Sprechen Vorgesetzte mit ihren Mitarbeitenden regelmäßig über Weiterbildungsmöglichkeiten? Bei der Mehrheit ist das von der Firmenleitung vorgesehen..

Wenn Unternehmen Weiterbildungen anbieten, dann machen sie mehrheitlich klare Vorgaben für Vorgesetzte. In mehr als der Hälfte der betreffenden Firmen (53 Prozent) müssen Personalverantwortliche mit ihren Mitarbeitenden regelmäßig über individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten sprechen. Dieser Wert liegt etwas niedriger als zwei Jahre zuvor. Damals machten knapp sechs von zehn Unternehmen (59 Prozent) entsprechende Vorgaben.

Viel Freiraum für die Abteilungen bei Weiterbildungsinhalten

Inhaltliche Vorgaben zu Weiterbildungen

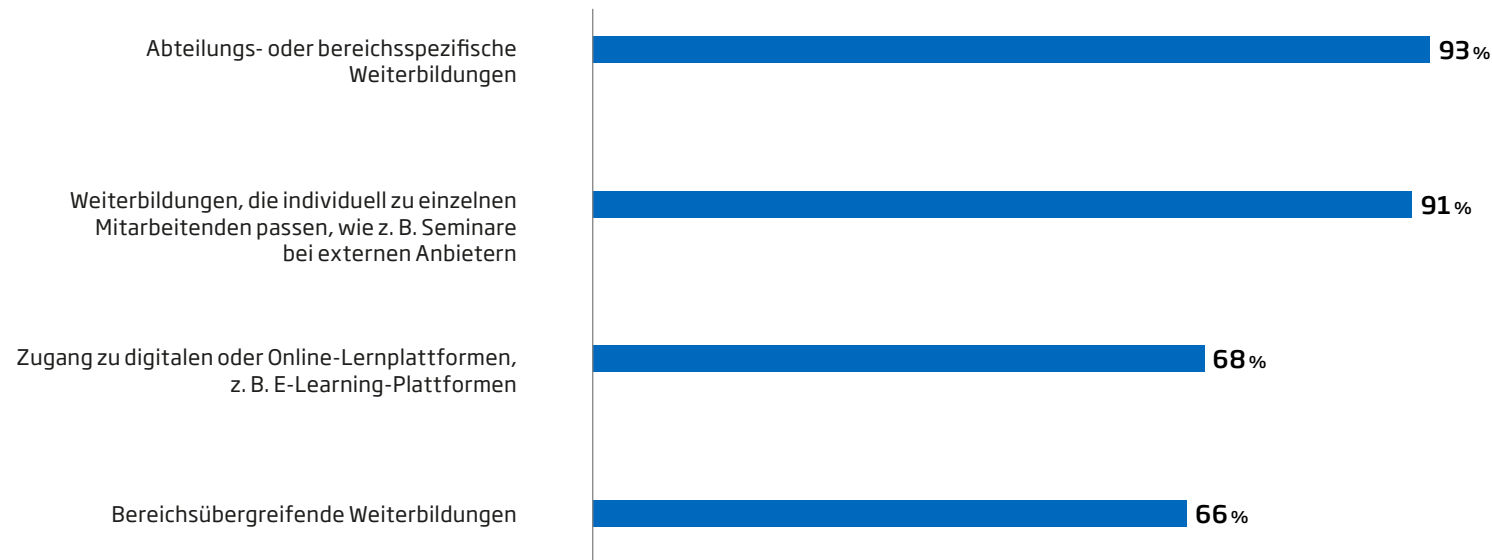


In vielen Unternehmen überlässt die Geschäftsleitung den einzelnen Abteilungen die Entscheidung über die Inhalte von Weiterbildungen.

Abteilungen können selbst entscheiden, worum es bei Fortbildungen inhaltlich geht – dies ist bei mehr als der Hälfte der Unternehmen der Fall (59 Prozent). Der Wert liegt etwas höher als vor zwei Jahren (52 Prozent). Besonders ausgeprägt ist dies im produzierenden Gewerbe (70 Prozent) und im Handel (67 Prozent). In jedem fünften Unternehmen (20 Prozent), das Weiterbildungen anbietet, macht die Geschäftsleitung dagegen klare Vorgaben. Spontan sagt rund ein Fünftel (21 Prozent), dass es eine Mischung aus Vorgaben der Geschäftsleitung sowie Freiheit der Abteilungen bei der Entscheidung über die Themen von Fortbildungen gibt.

Unternehmen bilden individuell und digital weiter

Weiterbildungsarten für Mitarbeitende



Die deutliche Mehrheit der Unternehmen setzt auf abteilungs- oder bereichsspezifische sowie auf individuelle Fortbildung. Häufig werden digitale Lernangebote einbezogen.

Die Fortbildung soll zum Jobprofil passen: Jeweils mehr als neun von zehn Unternehmen bieten ihren Beschäftigten abteilungs- oder bereichsspezifische (93 Prozent) oder auch individuelle Weiterbildungen (91 Prozent) an. Gut zwei Drittel (68 Prozent) haben für die Mitarbeitenden einen Zugang zu digitalen oder Online-Lernplattformen eingerichtet. Überdurchschnittlich häufig ist dies in der öffentlichen Verwaltung (84 Prozent) sowie im Handel (82 Prozent) der Fall. In zwei Drittel der Unternehmen (66 Prozent) findet Weiterbildung bereichsübergreifend statt.

Mehrheit setzt auf Lernen in Präsenz und in Online-Formaten

Präferenzen bei Weiterbildungsformaten

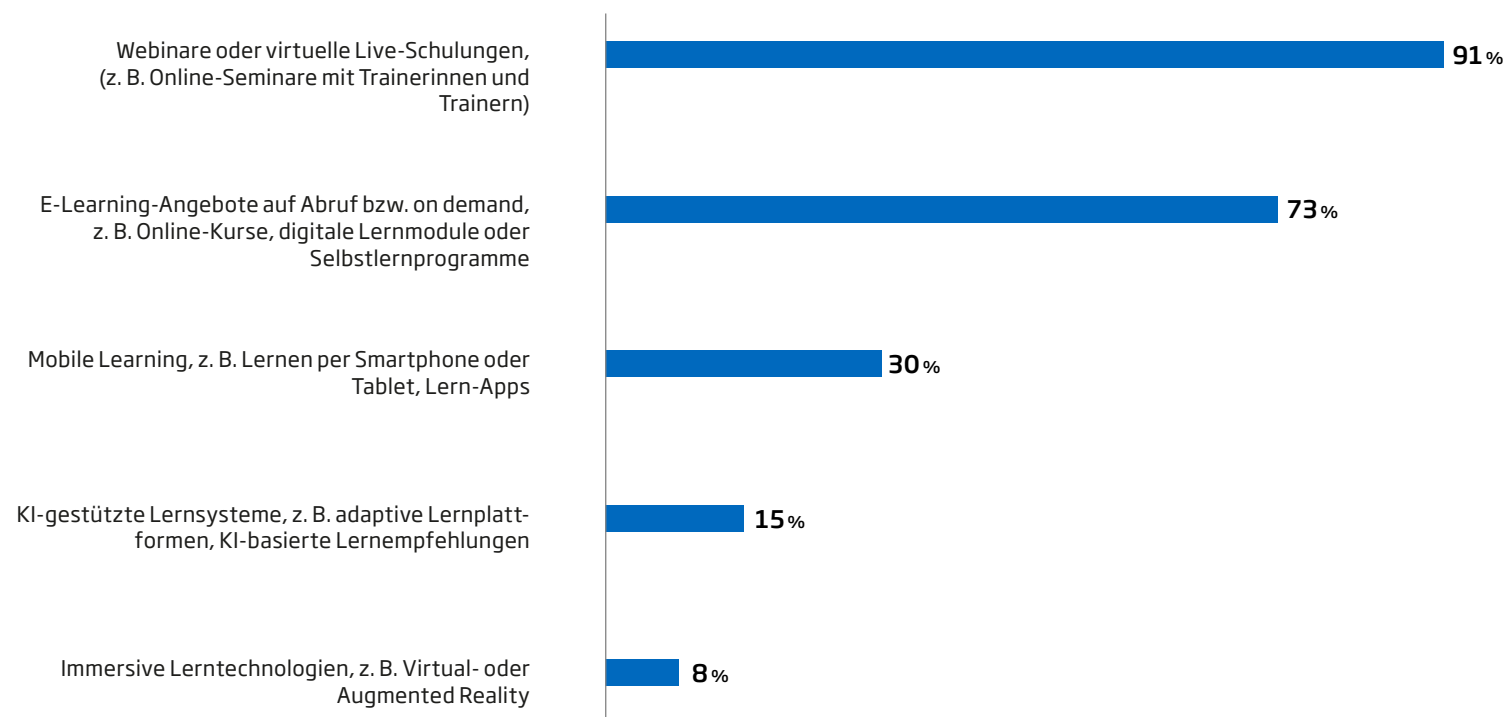


Weiterbildung vor Ort, Online-Schulungen oder eine Kombination daraus: Die Wirtschaft nutzt ein breites Spektrum von Möglichkeiten.

Lernen in Präsenz ist die häufigste Form der Weiterbildung. Rund vier von fünf Unternehmen (81 Prozent) setzen bei entsprechenden Maßnahmen darauf, dass sich Teilnehmende vor Ort treffen. Fast drei Viertel der Unternehmen (71 Prozent) nutzen zudem Online-Formate wie E-Learning oder Webinare. Eine Kombination aus beidem, das sogenannte Blended Learning, findet sich bei etwas mehr als der Hälfte der Befragten (57 Prozent). Die Verbindung von Online-Angeboten und Präsenz-Veranstaltungen ist besonders stark in der öffentlichen Verwaltung verbreitet (72 Prozent), ebenso bei den größeren Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitenden (80 Prozent).

Beliebteste Digitalformate: Webinare und Online-Schulungen

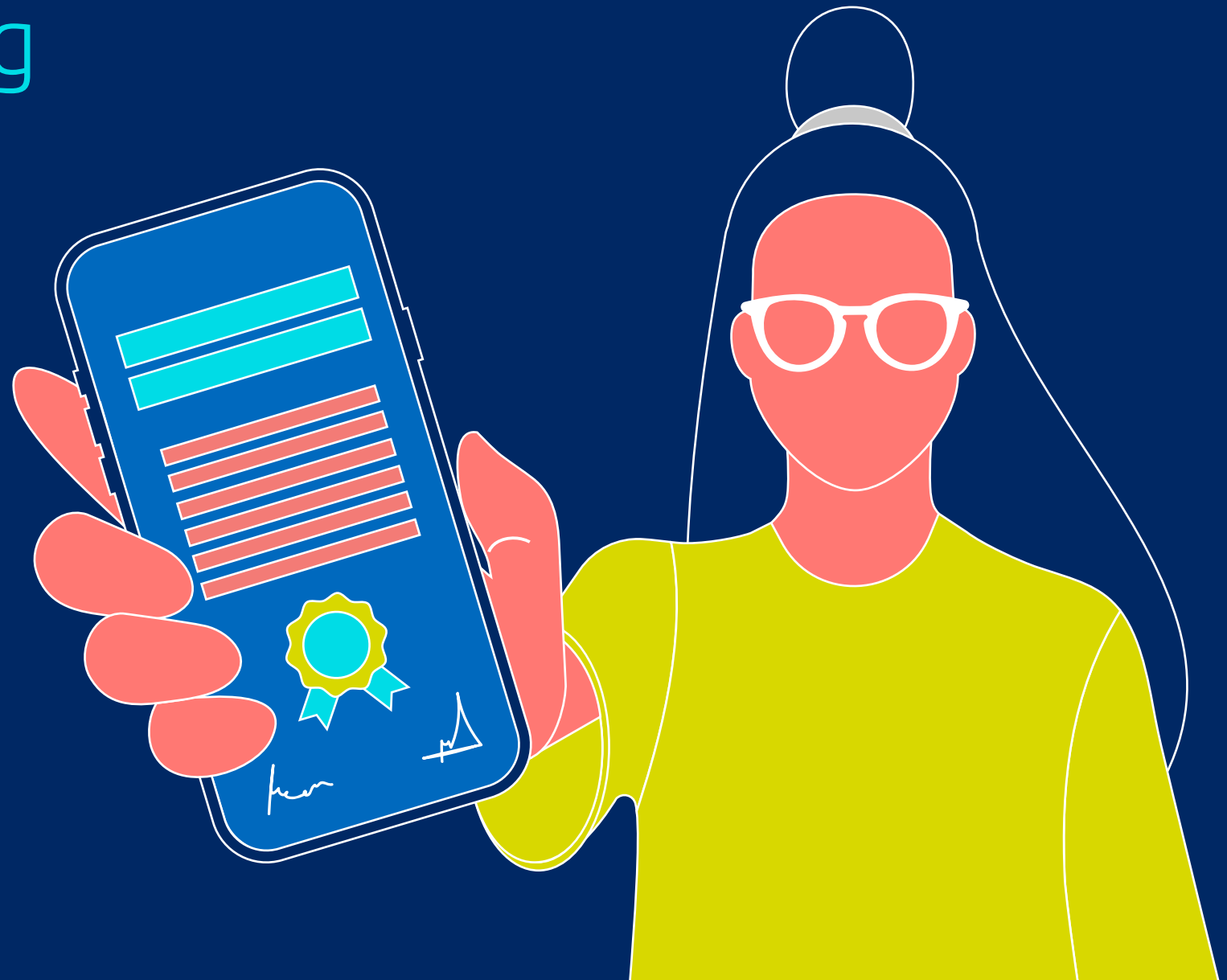
Nutzung digitaler Lerntechnologien und -formate



Wenn Unternehmen digitale Lerntechnologien nutzen, dann setzen sie häufig auf Webinare oder virtuelle Live-Schulungen. Bei E-Learning-Angeboten auf Abruf sind der Handel sowie die öffentliche Verwaltung besonders aktiv.

Auch bei Online-Angeboten stehen reale Personen oft im Mittelpunkt. Rund neun von zehn Unternehmen (91 Prozent) mit digitalen Fortbildungen engagieren Trainerinnen oder Trainer für Online-Seminare oder Live-Schulungen. Online-Kurse, digitale Lernmodule oder Selbstlernprogramme stellen etwa drei Viertel der Unternehmen bereit (73 Prozent). Solche Angebote auf Abruf (on demand) finden sich überdurchschnittlich häufig im Handel (85 Prozent) sowie in der öffentlichen Verwaltung (82 Prozent). Mobile Learning, also das Lernen per Smartphone oder Tablet beispielsweise mit Lern-Apps, kommt bei drei von zehn Unternehmen zum Einsatz (30 Prozent). Noch einmal weniger verbreitet sind KI-gestützte Lernsysteme, die beispielsweise Lernempfehlungen abgeben können (15 Prozent). Eine deutliche Minderheit greift bei der Fortbildung auf Virtual- oder Augmented-Reality-Anwendungen zurück.

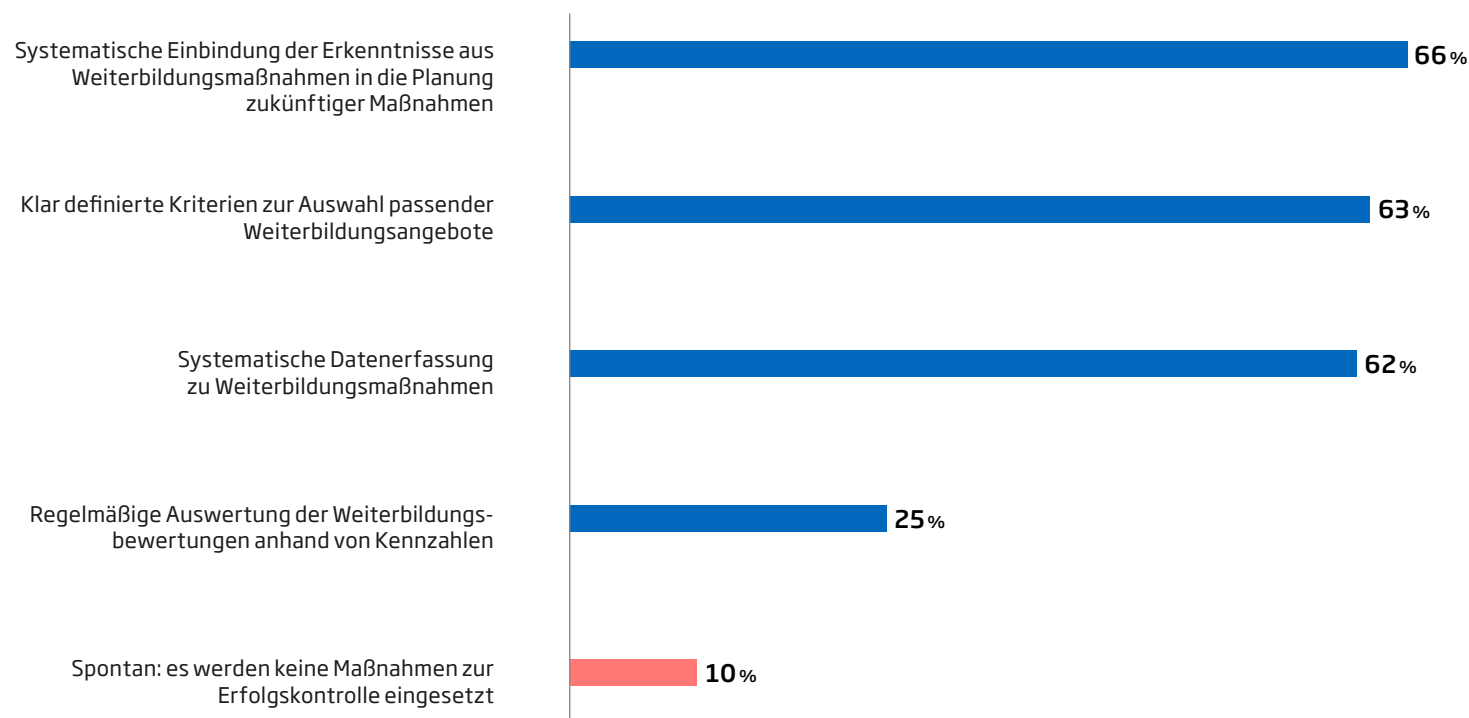
Nutzen, Ziele und Erfolgsmessung



4

Viele Unternehmen messen den Erfolg

Maßnahmen, um den Erfolg von Weiterbildungsmaßnahmen zu erfassen bzw. zu kontrollieren

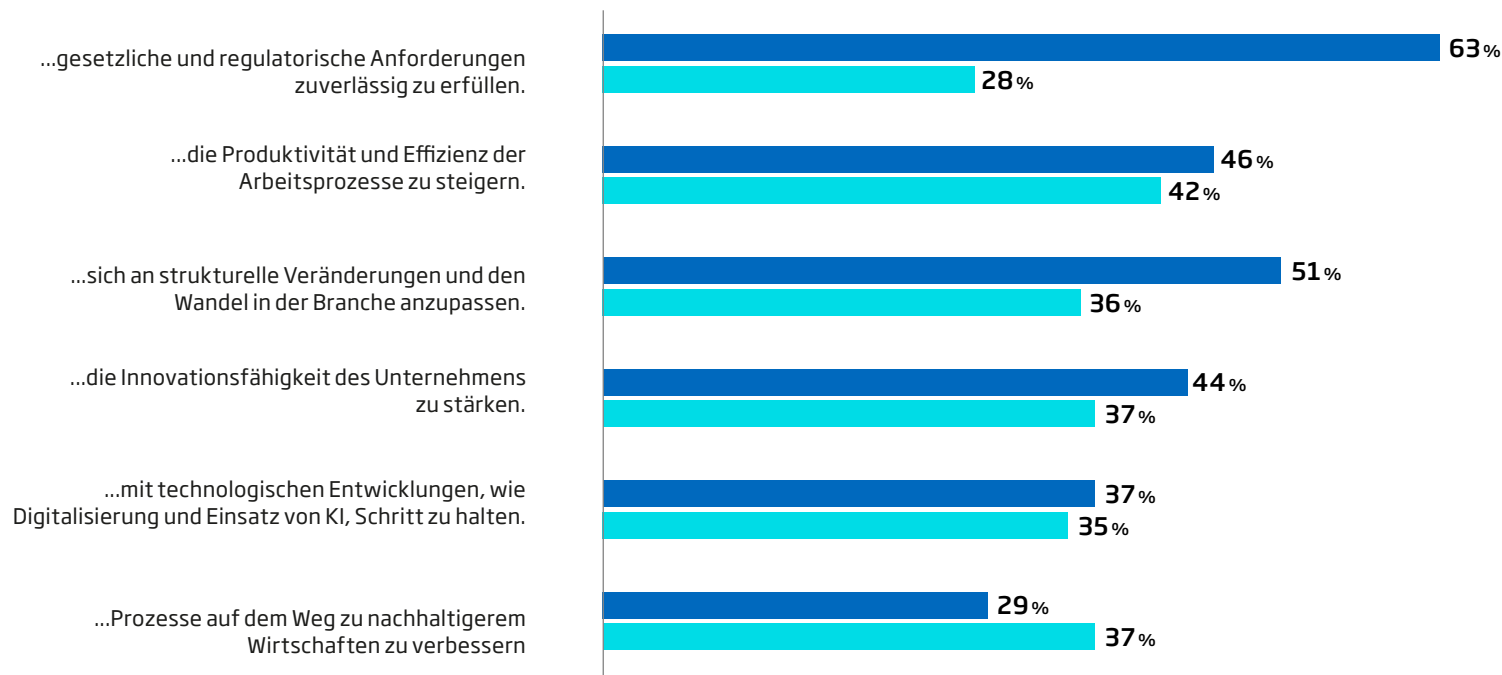


Was bringt Weiterbildung? Mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen kontrolliert eine deutliche Mehrheit der Unternehmen den Erfolg von entsprechenden Angeboten. Auch die Kriterien für deren Auswahl sind überwiegend klar definiert.

Die Verantwortlichen im Unternehmen lernen mit, wenn Beschäftigte an Fortbildungen teilnehmen. Zwei Drittel der Befragten geben an, dass Erkenntnisse aus den Maßnahmen systematisch genutzt werden, um künftige Weiterbildungen zu planen (66 Prozent). Fast zwei Drittel (62 Prozent) erfassen Daten zu Teilnahme oder zum Lernfortschritt sowie zur erworbenen Qualifikation – allen voran die öffentliche Verwaltung (78 Prozent). Für die Auswahl von Weiterbildungsangeboten haben ebenfalls knapp zwei Drittel (63 Prozent) Kriterien entwickelt. Überdurchschnittlich häufig ist dies auch hier in der öffentlichen Verwaltung der Fall (72 Prozent). Jedes vierte Unternehmen (25 Prozent) analysiert regelmäßig Weiterbildungsbewertungen. Dabei unterstützen Kennzahlen wie der Return on Education. Spontan teilt jeder zehnte Befragte mit, dass keine Maßnahmen zur Erfolgskontrolle zum Einsatz kommen.

Weiterbildung hilft, externe Anforderungen zu erfüllen und Prozesse zu verbessern

Weiterbildung hilft unserem Unternehmen dabei, ...



- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu

Frage: Nun geht es um die Wirkung beruflicher Weiterbildung auf Ihr Unternehmen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 Weiterbildung hilft unserem Unternehmen dabei, ... - Basis: Befragte, die Weiterbildungen anbieten (n= 476)

Der Nutzen von Weiterbildung ist aus Sicht der Unternehmen vielfältig. Weiterbildung unterstützt dabei, externen Anforderungen gerecht zu werden oder eigene Prozesse zu verbessern.

Neun von zehn der Befragten sind der Meinung Weiterbildung helfe dabei, gesetzliche und regulatorische Anforderungen zuverlässig zu erfüllen (91 Prozent). 88 Prozent Zustimmung zur Aussage, dass Weiterbildung dabei hilft, die Produktivität zu steigern. Auf den ersten Blick scheint die Einschätzung der Befragten in den beiden Punkten nahezu identisch. Im Detail allerdings zeigen sich Unterschiede. Der Anteil der Befragten, die „voll und ganz“ zustimmen, ist bei der Frage der Gesetzgebung und Regulatorik deutlich höher (63 Prozent) als beim Punkt Produktivität und Effizienz (46 Prozent).

Auch in weiteren Bereichen wird Weiterbildung mehrheitlich als wirksam eingeschätzt. 87 Prozent der Befragten sehen sie als hilfreich an, um sich an den Wandel in der Branche anzupassen, 81 Prozent schreiben ihr eine wichtige Rolle für die Stärkung der Innovationsfähigkeit zu. Rund zwei Drittel sind zudem überzeugt, dass Weiterbildung dazu beiträgt, mit technologischen Entwicklungen wie der Digitalisierung Schritt zu halten (72 Prozent). 67 Prozent sehen in ihr außerdem einen Beitrag auf dem Weg zu nachhaltigerem Wirtschaften.

Weiterbildung stärkt Arbeitgeberattraktivität und Lernkultur

Weiterbildung hilft unserem Unternehmen dabei, ...



■ Stimme voll und ganz zu

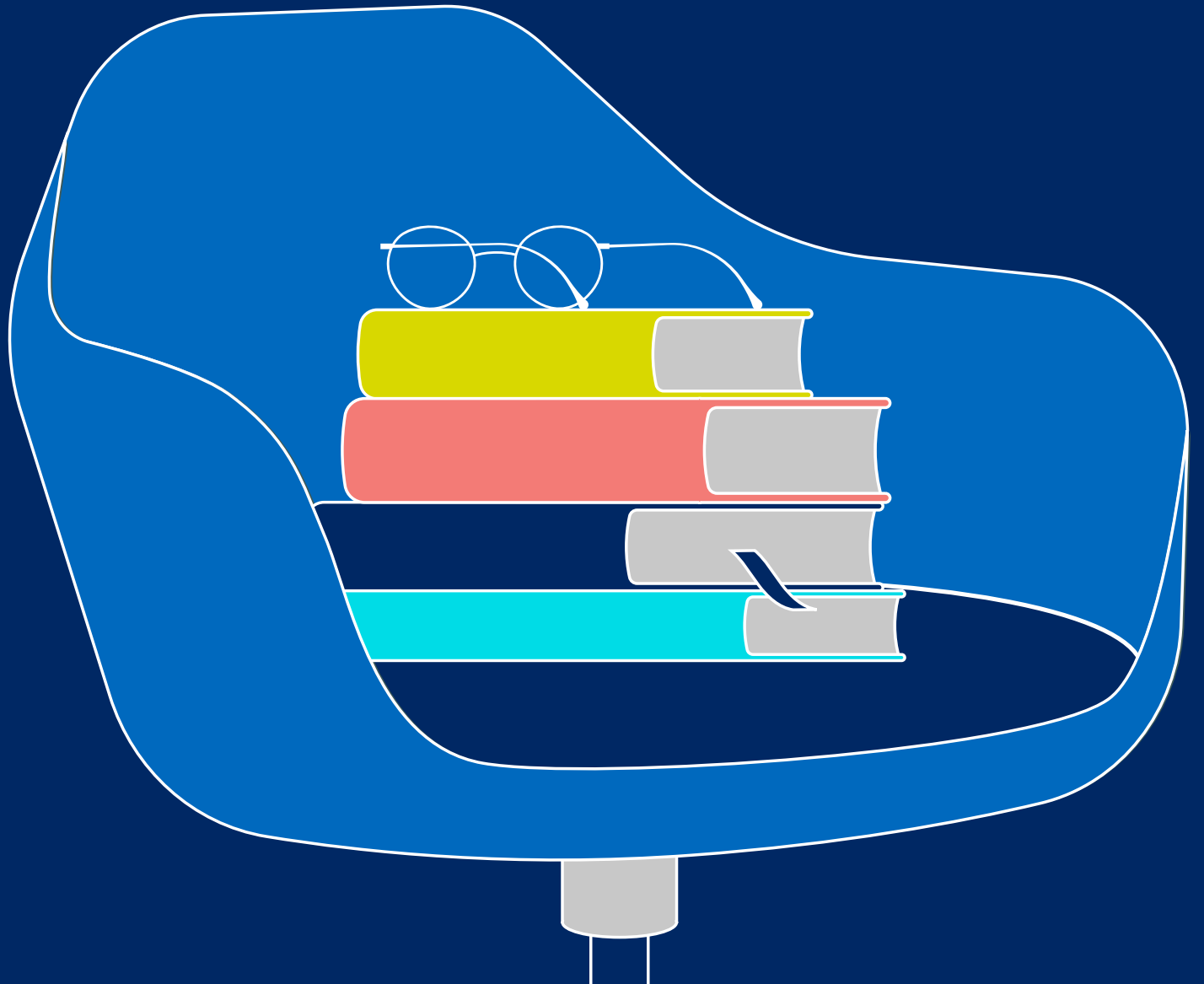
■ Stimme eher zu

Frage: Nun geht es um die Wirkung beruflicher Weiterbildung auf Ihr Unternehmen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Weiterbildung hilft unserem Unternehmen dabei, ... - Antworten für: Stimmen Sie voll und ganz zu / eher zu Basis: Befragte, die Weiterbildungen anbieten (n= 476)

Mit Blick auf aktuelle und potenzielle Mitarbeitende erhalten die Punkte Arbeitgeberattraktivität und Förderung der Lernkultur besonders viel Zustimmung.

Wer für die Belegschaft Weiterbildungsmöglichkeiten schafft, ist als Arbeitgeber besonders attraktiv - und das nicht nur für die aktuellen Beschäftigten, sondern auch für Bewerberinnen und Bewerber. Mehr als die Hälfte der Befragten stimmt dieser Aussage „voll und ganz“ zu (56 Prozent). Einen solchen starken Zuspruch erhält die Aussage, dass Weiterbildung die Lernkultur im Unternehmen fördert, von knapp der Hälfte der Befragten (48 Prozent). Ebenfalls „voll und ganz“ stimmen vier von zehn Befragten (41 Prozent) der Aussage zu, dass Weiterbildung hilft, dem Fachkräftemangel zu begegnen.

Weiterbildungsbedarf und Zukunfts- kompetenzen



5

Weiterbildungsbedarf besteht bei Digital- und Führungskompetenzen (1/2)

Weiterbildungsbedarf in Unternehmen

Digitalkompetenzen



Persönliche Kompetenzen



Digitales Know-how und Führungskompetenzen sind die dringlichsten Ziele für Fortbildungen in Unternehmen. Notwendigkeit zur Fortbildung auch bei technischem Know-how gesehen.

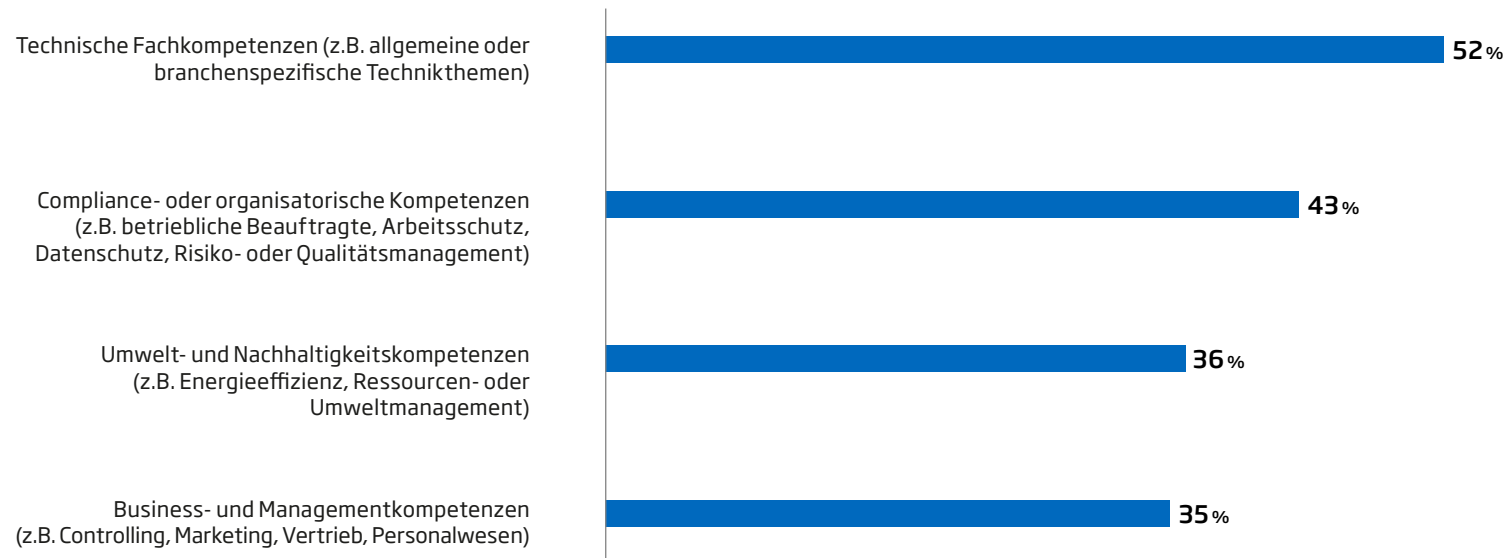
Von digitalen Anwendungskennntnissen bis zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz: Bei digitalen Grundkompetenzen sehen die Befragten den größten Bedarf für Weiterbildung (56 Prozent). Knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent) sieht Bedarf bei spezifischem Know-how etwa im Bereich der IT-Sicherheit oder KI-Entwicklung.

Mitarbeiterführung, Teamentwicklung, Konfliktlösung: Die Mehrheit der Befragten (54 Prozent) ist der Ansicht, dass Führungskräfte in ihrem Unternehmen in diesen Themen weitergebildet werden sollten. Knapp die Hälfte (49 Prozent) der befragten Unternehmen gibt an, dass in der Belegschaft insgesamt Fortbildungsbedarf bei persönlichen und sozialen Kompetenzen besteht. Ziel ist beispielsweise, Teamarbeit, Selbstorganisation oder Kreativität zu stärken.

Weiterbildungsbedarf besteht bei Digital- und Führungskompetenzen (2/2)

Weiterbildungsbedarf in Unternehmen

Fachliche Kompetenzen

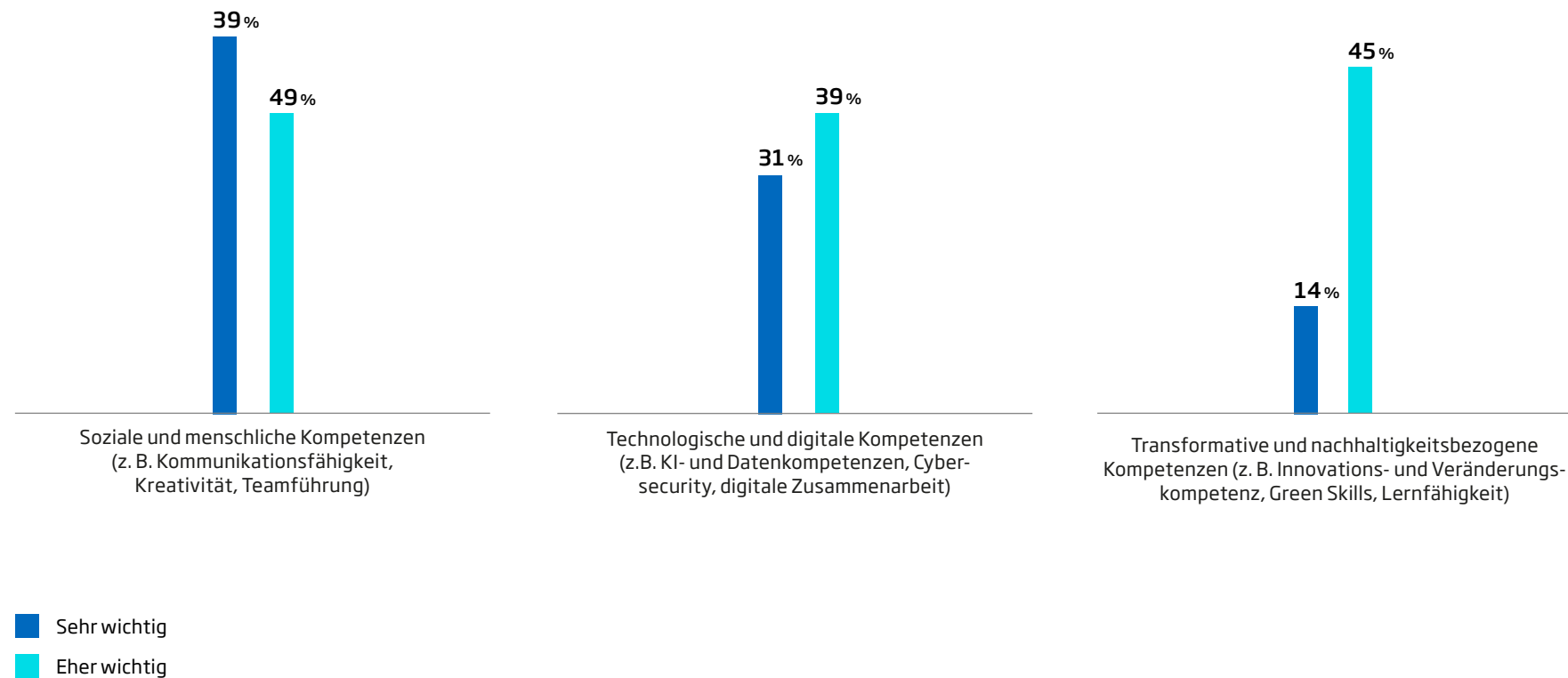


Rund die Hälfte der Befragten sieht die Notwendigkeit zur Fortbildung auch bei technischem Know-how.

Mit Blick auf fachliche Fähigkeiten sehen Unternehmen Weiterbildungsbedarf am häufigsten bei technischen Kompetenzen – sowohl allgemein als auch branchenspezifisch (52 Prozent). Deutlich über dem Durchschnitt liegt der Bedarf im Sektor Energie, Bau, Verkehr (68 Prozent), deutlich darunter in der öffentlichen Verwaltung (37 Prozent). Insgesamt etwas geringer ist der Bedarf nach Einschätzung aller Befragten bei Compliance- oder organisatorischen Kompetenzen (43 Prozent) – dazu zählen unter anderem Arbeits- und Datenschutz. Hier liegt der Sektor Energie, Bau, Verkehr deutlich unter dem Durchschnitt (30 Prozent), der Handel dagegen deutlich darüber (53 Prozent). Jeweils rund ein Drittel der Firmen erkennt Fortbildungsbedarf im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit (36 Prozent) sowie bei den Business- und Managementkompetenzen (35 Prozent).

Future Skills: Welche Kompetenzen wichtig werden (1/2)

Bedeutung von Future Skills für Unternehmen

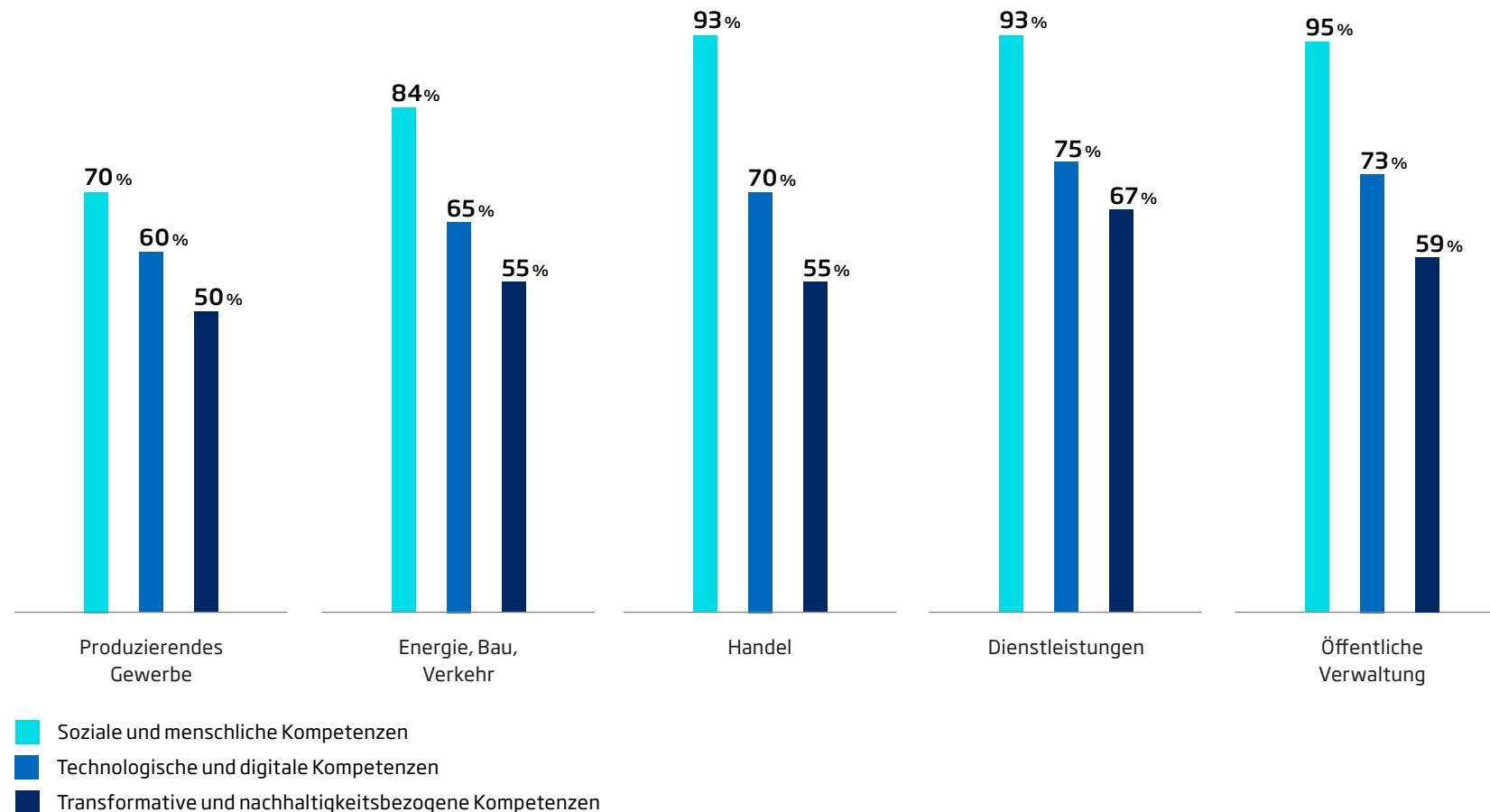


Kreativität, digitale Fähigkeiten, Veränderungskompetenz: Eine deutliche Mehrheit geht davon aus, dass die sogenannten Future Skills - also Zukunftskompetenzen - in einer Reihe von Qualifikationsfeldern wichtig werden.

Es sind Kompetenzen, die Beschäftigte auch in die Lage versetzen, mit technologischen, organisatorischen und gesellschaftlichen Veränderungen umzugehen: die sogenannten Future Skills. Knapp neun von zehn Befragten geben an, dass soziale und menschliche Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit und Kreativität wichtig werden (88 Prozent). Sieben von zehn Unternehmen erachten technologische und digitale Kompetenzen in diesem Zusammenhang als wichtig (70 Prozent) - etwa mit Blick auf den Umgang mit Daten oder Cybersecurity. Knapp sechs von zehn Befragten erkennen in transformativen und nachhaltigkeitsbezogenen Kompetenzen eine wichtige Zukunftskompetenz (59 Prozent). Dazu zählen Innovations- und Veränderungskompetenzen und Lernfähigkeit.

Future Skills: Welche Kompetenzen wichtig werden (2/2)

Bedeutung von Future Skills für Unternehmen

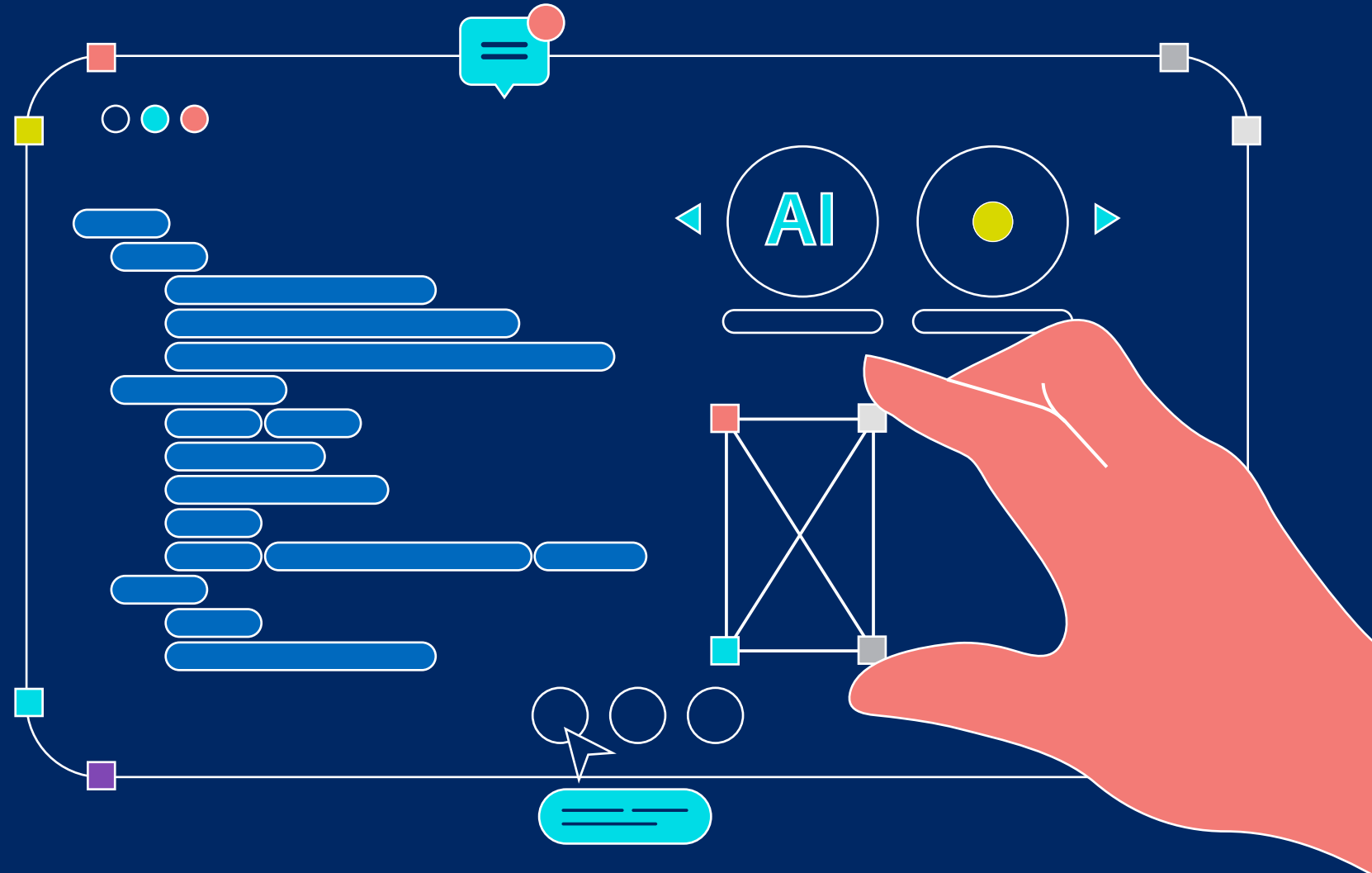


In allen Themengebieten liegt der Dienstleistungssektor bei der Einschätzung der Bedeutung von Zukunftskompetenzen über dem Durchschnitt. Grundsätzlich nimmt der Zuspruch zum Erwerb von Future Skills mit der Firmengröße zu.

Eine besonders hohe Bedeutung haben Future Skills für den Dienstleistungssektor. Dass solche Fähigkeiten wichtig werden, sagen mehr als neun von zehn Unternehmen dieser Branche (93 Prozent). Der Wert liegt damit über dem Durchschnitt (88 Prozent). Ebenso fünf Prozent deutlich über dem Durchschnitt (70 Prozent) finden sich Dienstleister bei technologischen und digitalen Kompetenzen. Drei Viertel der Befragten erkennen hier für sie wichtige Kompetenzen (75 Prozent). Vergleichsweise noch häufiger bedeutsam sind für Dienstleistungsfirmen transformative oder nachhaltigkeitsbezogene Fähigkeiten. Rund zwei Drittel (67 Prozent) erachten sie als wichtig für die Zukunft - deutlich mehr als der Durchschnitt (59 Prozent). Insgesamt schreiben größere Unternehmen allen Zukunftskompetenzen eine größere Bedeutung zu als kleine und mittlere Firmen.

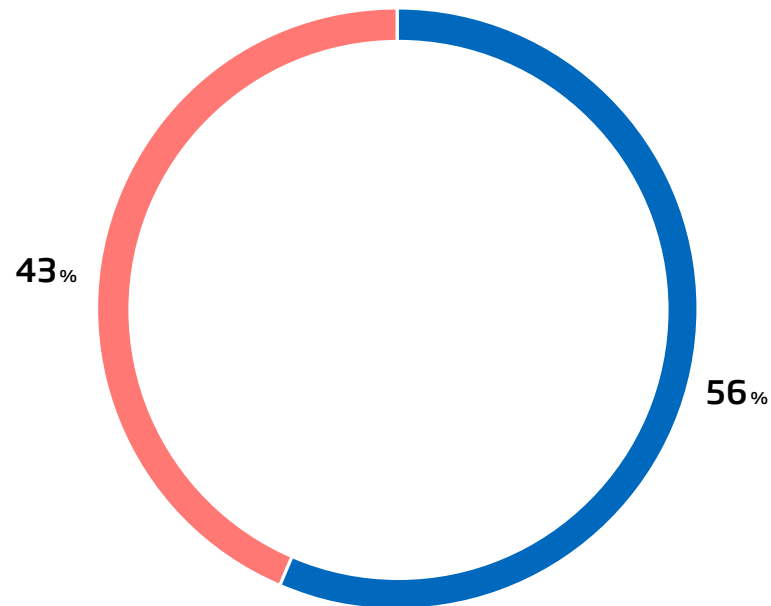
Neue Anforderungen durch KI

6



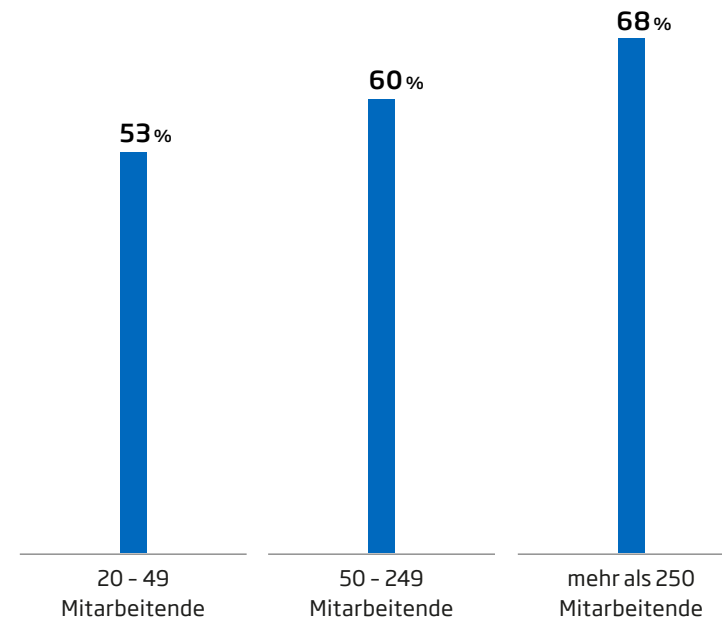
Jedes zweite Unternehmen nutzt KI-Tools

Einsatz generativer KI-Tools wie ChatGPT, Gemini, Claude oder Copilot im Arbeitsalltag



■ Ja
■ Nein

KI-Einsatz nach Unternehmensgröße



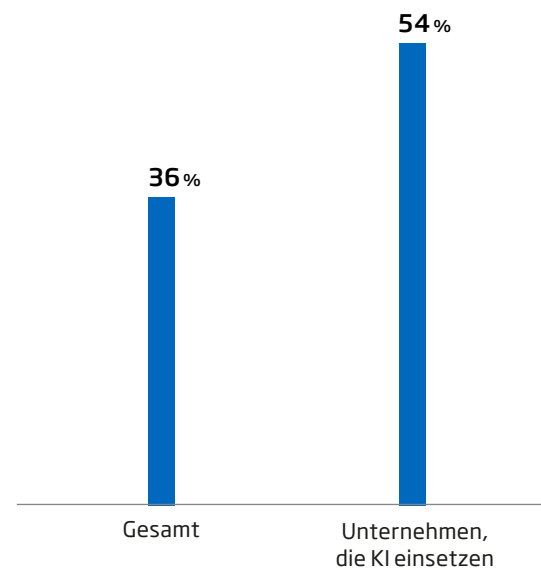
Der Einsatz generativer KI im Arbeitsalltag ist bereits weit verbreitet: Mehr als die Hälfte der Unternehmen nutzt Anwendungen wie ChatGPT, Claude oder Copilot. Generell gilt, dass der Einsatz mit der Unternehmensgröße steigt.

In großen Unternehmen liegt der Anteil bei 68 Prozent, in mittleren bei 60 Prozent und in kleinen bei 53 Prozent. Vergleichsweise häufig ist im Handel (66 Prozent) sowie im Dienstleistungssektor (63 Prozent) der Fall. Im produzierenden Gewerbe und im Sektor Energie, Bau, Verkehr setzt weniger als die Hälfte der Unternehmen generative KI-Tools ein (jeweils 47 Prozent).

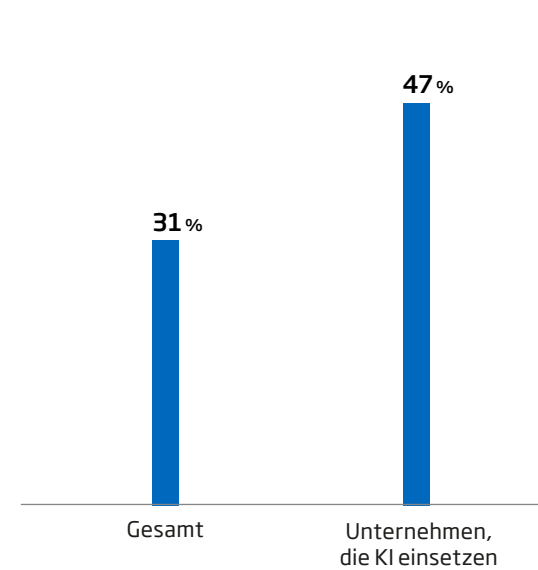
KI zeigt Wirkung: Rund die Hälfte sieht Effizienzgewinne

Auswirkung von KI-Einsatz auf die Unternehmen

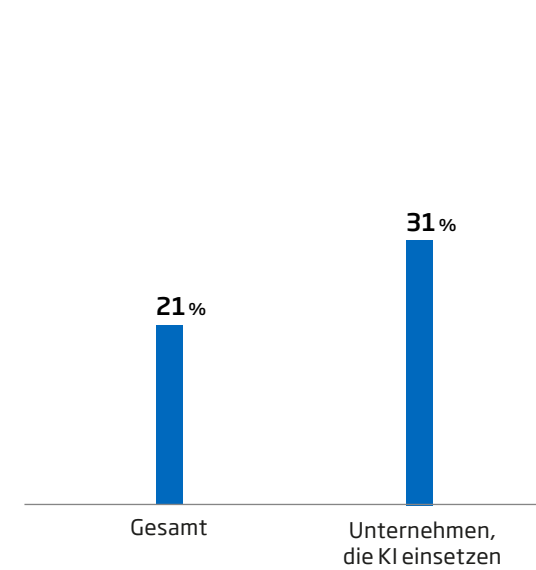
„Durch KI wird Produktivität und Effizienz gesteigert.“



„Arbeitsabläufe und Entscheidungsprozesse werden angepasst bzw. neugestaltet.“



„Tätigkeiten werden durch KI automatisiert bzw. ersetzt.“



■ Sehr stark / Eher stark

Frage: Nun geht es speziell um das Thema 'Künstliche Intelligenz' (KI) und deren Auswirkungen auf Ihr Unternehmen. Wie stark treffen die folgenden Veränderungen durch den zunehmenden Einsatz von KI - z. B. generativer KI wie ChatGPT & Co - auf Ihr Unternehmen zu? Basis: Alle Befragten (n=500)

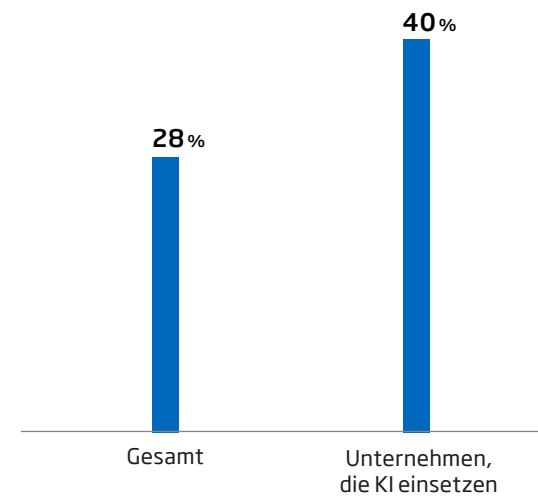
Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz zeigt in Unternehmen erste konkrete Effekte - vor allem bei Effizienz und Arbeitsprozessen.

So berichtet gut ein Drittel der Unternehmen (36 Prozent), dass KI die Produktivität und Effizienz steigert. Unter den Unternehmen, die bereits KI einsetzen, liegt dieser Anteil mit 54 Prozent deutlich höher, während er bei Unternehmen ohne KI-Nutzung nur 14 Prozent beträgt. Auch Veränderungen von Arbeitsabläufen und Entscheidungsprozessen werden zunehmend sichtbar: Insgesamt rund ein Drittel der Unternehmen (31 Prozent) stellt entsprechende Anpassungen fest, unter KI-Anwendern sind es 47 Prozent. Automatisierungseffekte bleiben dagegen bislang auf eine Minderheit beschränkt. 21 Prozent der Unternehmen geben an, dass Tätigkeiten durch KI automatisiert werden. Auch hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen KI-nutzenden Unternehmen (31 Prozent) und solchen ohne KI-Einsatz.

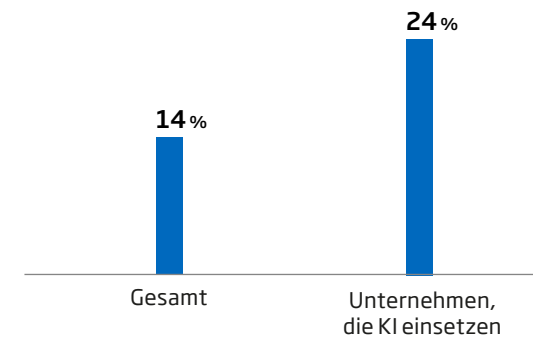
KI prägt Wettbewerb und Innovationen

Auswirkung von KI-Einsatz auf die Unternehmen

„KI-Einsatz verändert die Wettbewerbsbedingungen in unserer Branche.“



„Durch den Einsatz von KI entstehen neue Produkte oder Geschäftsmodelle.“



■ Sehr stark / Eher stark

Die Auswirkungen von KI auf Wettbewerb und Innovation werden bislang seltener wahrgenommen. Knapp ein Drittel (28 Prozent) der Unternehmen sehen veränderte Wettbewerbsbedingungen durch den Einsatz von KI.

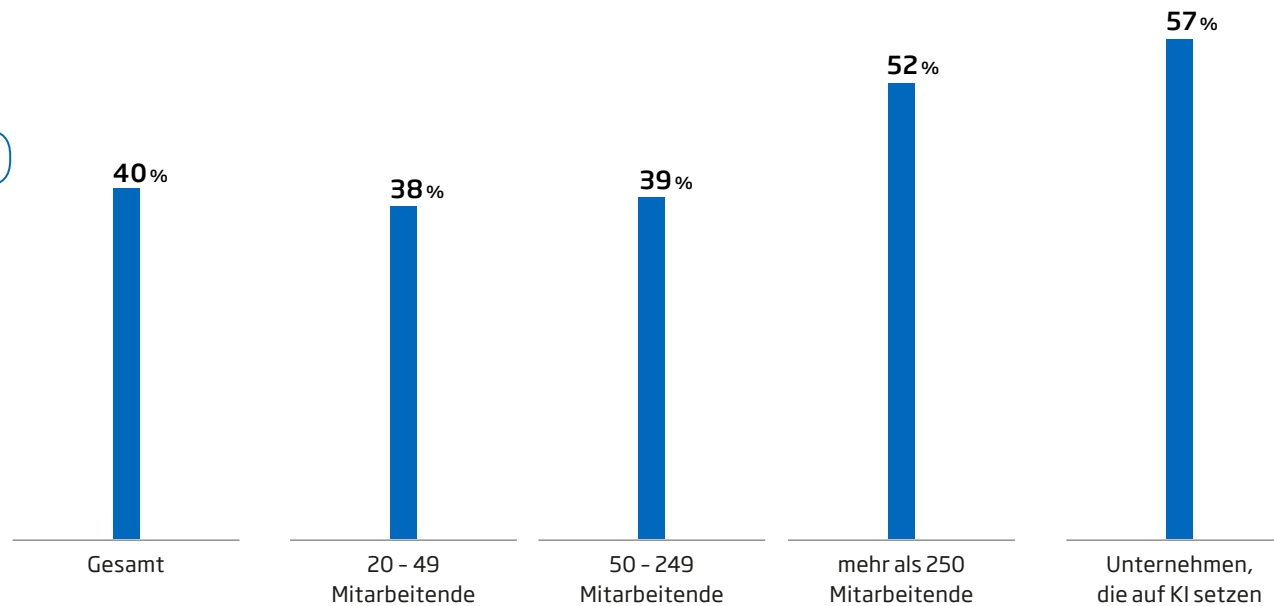
Unter den KI-Anwendern liegt dieser Anteil bei 40 Prozent, während er bei Unternehmen ohne KI-Nutzung nur 13 Prozent beträgt. Noch geringer ist der Anteil der Unternehmen, die durch KI neue Produkte oder Geschäftsmodelle entwickeln: Insgesamt berichten dies 14 Prozent der Befragten. Unter den KI-nutzenden Unternehmen sind es 24 Prozent, während dieser Aspekt für Unternehmen ohne KI-Einsatz kaum eine Rolle spielt (1 Prozent). Insgesamt zeigt sich damit: Während KI bereits erste Effekte auf die Wettbewerbsbedingungen hat, bleiben tiefgreifende Veränderungen auf Geschäftsmodelle bislang die Ausnahme.

Steigender Bedarf an KI-Kompetenzen

Auswirkung von KI-Einsatz auf die Unternehmen

Der Bedarf an KI-Qualifikationen und Kompetenzen wächst.

40%



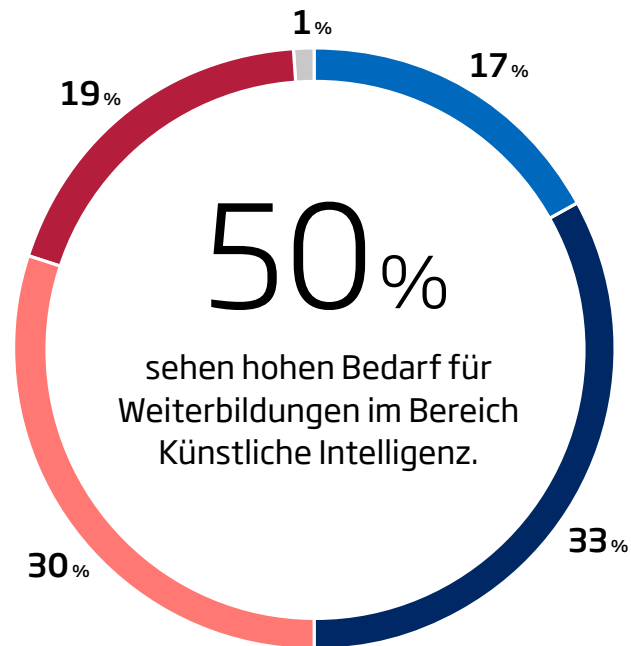
■ Sehr stark / Eher stark

Der Bedarf an KI-bezogenen Qualifikationen steigt. Vor allem mit der zunehmenden Nutzung von Künstlicher Intelligenz wächst in den Unternehmen der Bedarf an entsprechenden Qualifikationen.

Vier von zehn Befragten (40 Prozent) sehen einen steigenden Bedarf an KI-bezogenen Kompetenzen. Unterschiede zeigen sich dabei nach KI-Nutzung und nach Unternehmensgröße. Unter den Unternehmen, die bereits KI einsetzen, liegt der Anteil bei 57 Prozent. Bei großen Unternehmen sehen 52 Prozent einen wachsenden Bedarf an KI-Kompetenzen, bei kleinen und mittleren Unternehmen 38 beziehungsweise 39 Prozent.

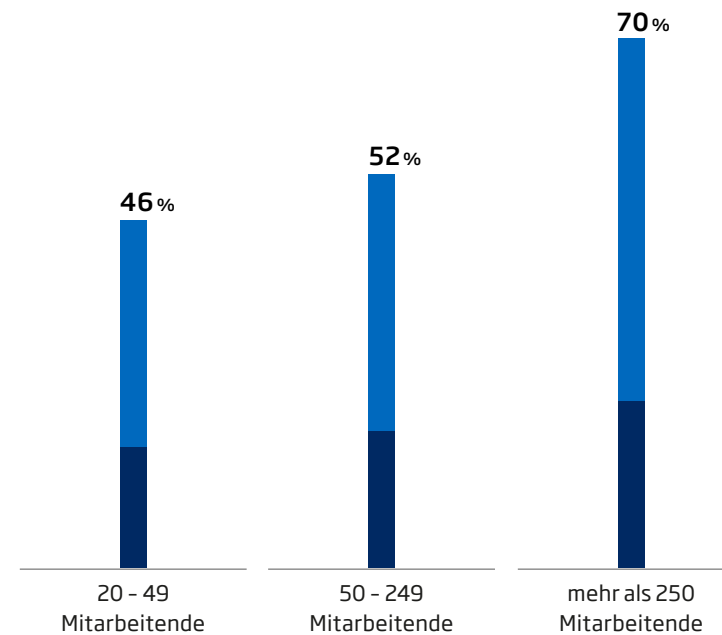
Jeder Zweite sieht hohen Weiterbildungsbedarf bei KI

Bedarf für Weiterbildungen im Bereich Künstliche Intelligenz



- Sehr hoch
- Eher hoch
- Eher gering
- Gar kein Bedarf
- Weiß nicht

Bedarf nach Unternehmensgröße

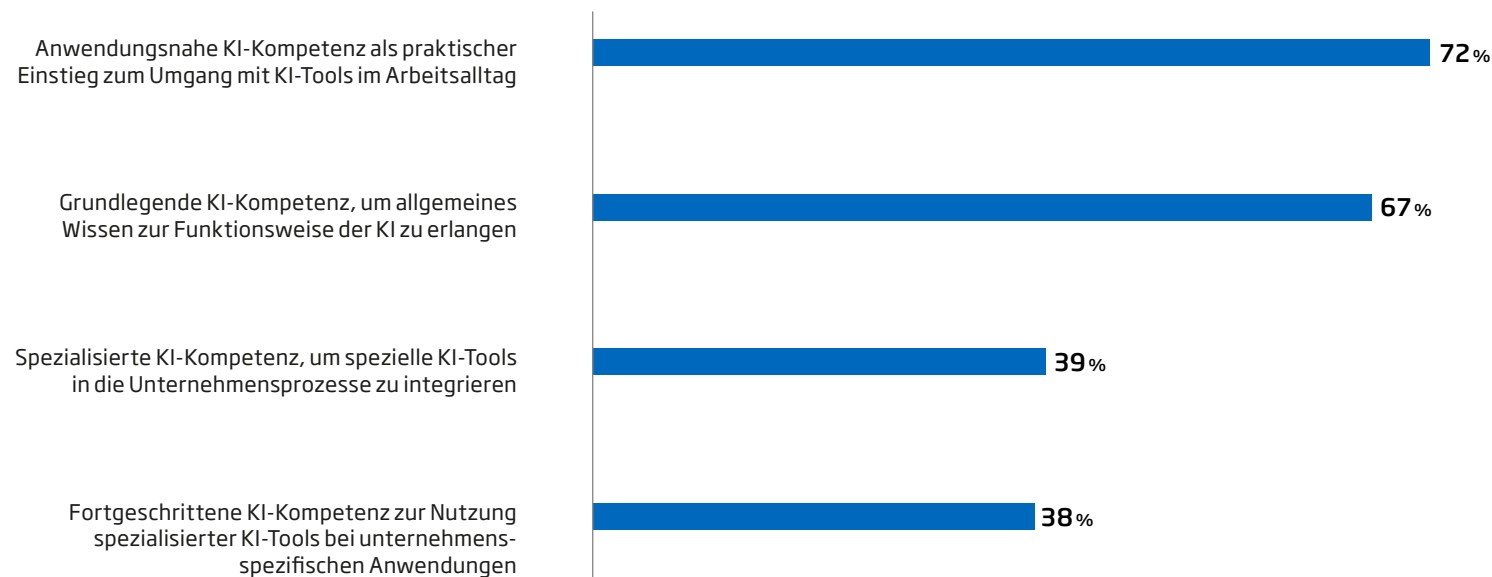


Vor allem Dienstleister sowie größere Unternehmen bekunden die Notwendigkeit von KI-Schulungen für die Belegschaft.

Ein sehr hoher Weiterbildungsbedarf im Bereich KI ist bislang eher die Ausnahme. Nur etwa jedes sechste Unternehmen (17 Prozent) schätzt ihn sehr hoch ein. Ein weiteres Drittel (33 Prozent) sieht einen eher hohen Bedarf. Insgesamt erkennt damit die Hälfte der Unternehmen (50 Prozent) einen Bedarf an KI-Schulungen. Besonders ausgeprägt ist diese Einschätzung im Dienstleistungssektor, wo 58 Prozent der Unternehmen einen sehr hohen oder eher hohen Weiterbildungsbedarf bei KI sehen. Deutlich unter dem Durchschnitt liegt der Sektor Energie, Bau und Verkehr mit 37 Prozent. Überdurchschnittlich hoch ist der Bedarf dagegen bei Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten: Dort sehen 70 Prozent einen entsprechenden Weiterbildungsbedarf.

Vor allem konkretes KI-Know-how ist gefragt

Weiterbildungsfelder für den Umgang

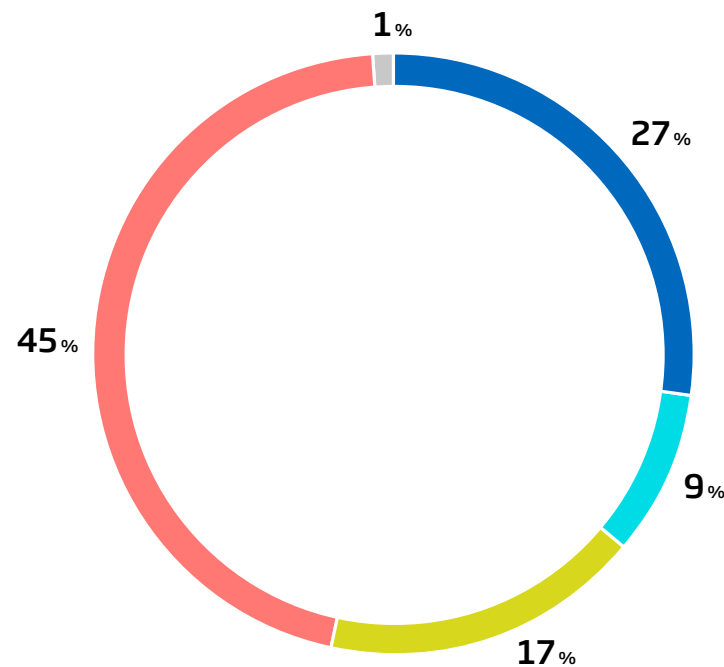


Der praktische Einstieg zum Umgang mit KI-Tools ist für die meisten Unternehmen ein wichtiges Weiterbildungsziel. Doch auch grundlegende Kenntnisse sollen vermittelt werden.

Wo setzen Unternehmen ihre Schwerpunkte bei KI-Fortbildungen? Knapp drei Viertel der Befragten (72 Prozent), die zumindest einen geringen Weiterbildungsbedarf sehen, nennen anwendungsnahe KI-Kompetenz als wichtigstes Ziel. Rund zwei Drittel (67 Prozent) betrachten Weiterbildung bei grundlegenden KI-Fähigkeiten als notwendig, um die Funktionsweise der Technologie allgemein zu verstehen. Knapp vier von zehn Befragten (39 Prozent) legen Wert auf Schulungen für eine spezialisierte KI-Kompetenz. Dabei geht es etwa darum, KI-Tools in Unternehmensprozesse zu integrieren. Dass für die Nutzung solcher Tools fortgeschrittene KI-Kenntnisse durch Fortbildung aufgebaut werden sollen, geben ebenfalls knapp vier von zehn Befragten an (38 Prozent).

Deutliche Zunahme bei KI-Weiterbildungen

Weiterbildungsangebote zu Künstlicher Intelligenz



- Haben bereits Weiterbildungen besucht
- Besuch ist konkret geplant
- Bedarf wird aktuell ermittelt
- Aktuell besteht kein Bedarf
- Weiß nicht

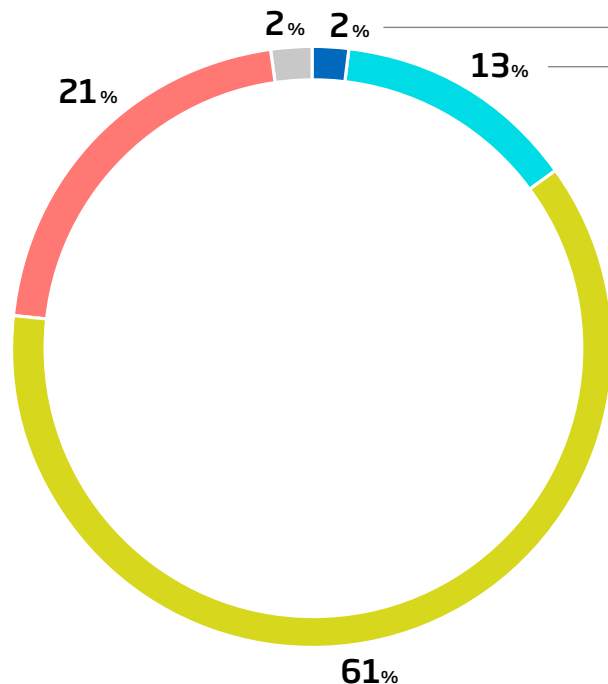
Im Vergleich zur Erhebung vor zwei Jahren hat sich die Zahl der Unternehmen mit KI-Schulungen mehr als verdoppelt. Rund ein Viertel hat dies bereits gemacht. Fast die Hälfte sieht aktuell keinen Bedarf.

Rund ein Viertel der Unternehmen (27 Prozent) hat Beschäftigte im Bereich KI geschult – das sind doppelt so viele wie vor zwei Jahren (12 Prozent). Den größten Einsatz zeigen hier Dienstleister (34 Prozent) sowie die öffentliche Verwaltung (33 Prozent). Auch Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten liegen deutlich über dem Durchschnitt. Knapp die Hälfte von ihnen (49 Prozent) macht Mitarbeitende bereits mit Fortbildungen fit für KI.

Darüber hinaus plant knapp eines von zehn Unternehmen dies konkret (9 Prozent). Etwa eines von sechs Unternehmen (17 Prozent) ermittelt derzeit den Bedarf. Knapp die Hälfte sieht dagegen derzeit keinen Bedarf an KI-Weiterbildung (45 Prozent).

KI verändert Tätigkeiten – teilweise

KI-Anwendungen werden in den kommenden Jahren unverzichtbar für... die Tätigkeiten in unserem Unternehmen.



- (fast) Alle
- Viele
- Einige
- Keine Auswirkungen
- Weiß nicht

15%

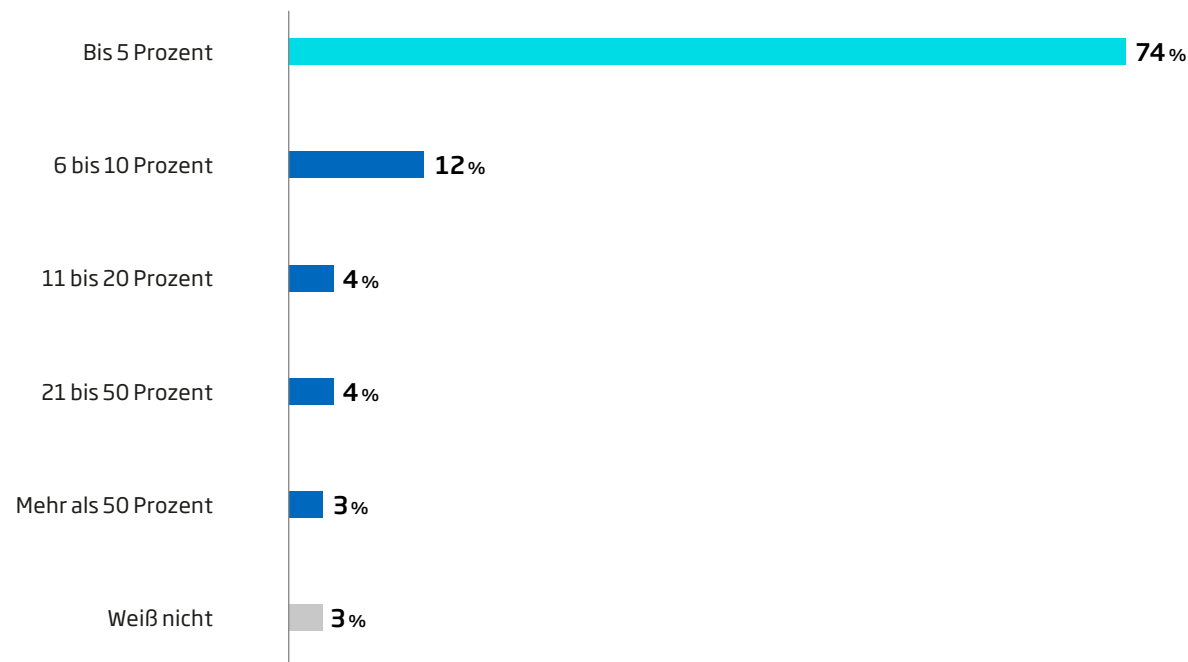
denken, dass KI-Anwendungen für viele Tätigkeiten unverzichtbar werden.

Die deutliche Minderheit der Unternehmen erwartet, dass KI keine Auswirkungen auf Tätigkeiten haben wird.

Eine deutliche Mehrheit (61 Prozent) geht davon aus, dass KI-Anwendungen künftig zumindest für einige Tätigkeiten unverzichtbar sein werden. Deutlich weniger Befragte sind der Ansicht, dass viele (13 Prozent) oder sogar alle beziehungsweise fast alle (2 Prozent) Arbeitsprozesse davon betroffen sein werden. Etwa eines von fünf Unternehmen (21 Prozent) sieht keine Auswirkungen von KI auf Tätigkeiten im Betrieb.

KI-Kompetenz wird bei Neueinstellungen selten erwartet

Anteil der Neueinstellungen, bei denen KI-Kompetenzen vorausgesetzt werden



Die Mehrheit der Unternehmen sieht KI-Kompetenzen derzeit nur bei einem kleinen Teil der neu zu besetzenden Stellen als wichtig oder erforderlich an.

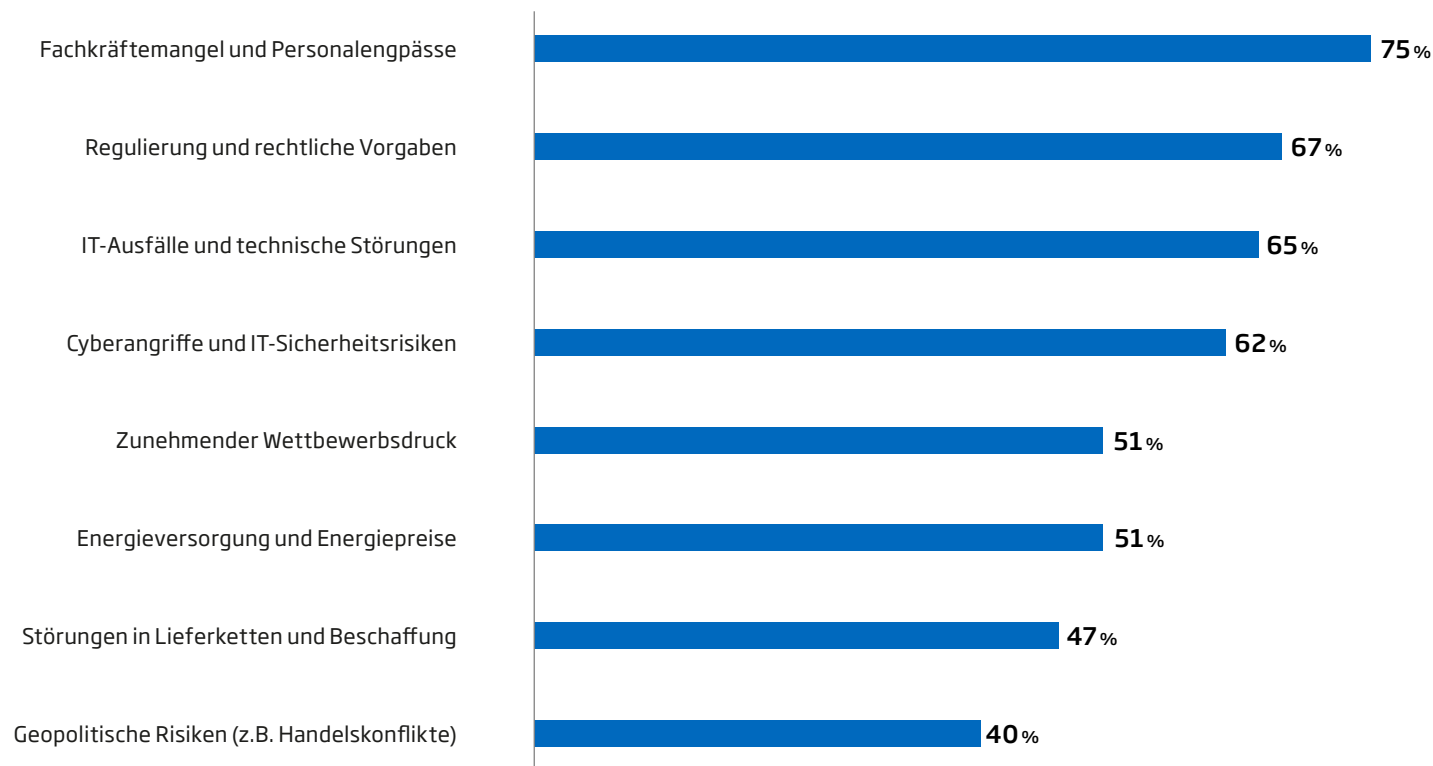
Die meisten neuen Kräfte werden auch ohne KI-Know-how eingestellt. Bei maximal jeder zwanzigsten ausgeschriebenen Stelle werden laut der großen Mehrheit der Befragten (74 Prozent) KI-Kompetenzen vorausgesetzt oder als wichtig eingestuft. Etwa eines von acht Unternehmen (12 Prozent) gibt an, dass dies bei sechs bis zehn Prozent der zu besetzenden Jobs der Fall ist. Etwa jedes zehnte Unternehmen (11 Prozent) setzt bei mehr als elf Prozent der Neueinstellungen KI-Fähigkeiten voraus.

Resilienz und Zukunftsfähigkeit



Fachkräftemangel ist insgesamt größte Herausforderung

Aktuelle Herausforderungen mit Blick auf organisationale Resilienz

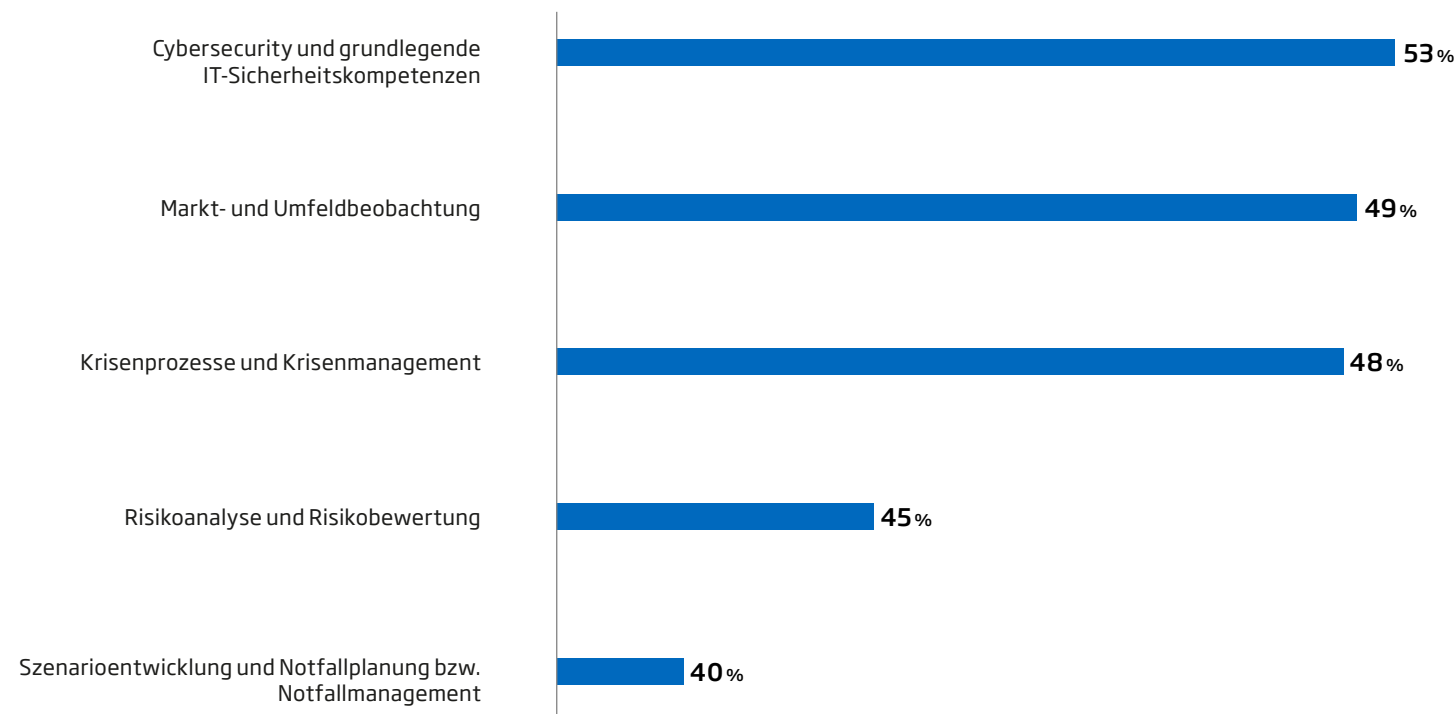


Personalengpässe bedrohen nach Ansicht einer breiten Mehrheit die organisatorische Resilienz. Doch auch Regulierung und IT-Risiken werden von vielen als große Herausforderung wahrgenommen.

Was gefährdet die Widerstandskraft von Unternehmen derzeit am stärksten? Drei Viertel der Befragten (75 Prozent) sehen den Fachkräftemangel sowie Personalengpässe derzeit als größte Herausforderung für die organisatorische Resilienz etwa gegen Krisen oder unerwartete Veränderungen des Marktes. Jeweils rund zwei Drittel sehen Regulierung und rechtliche Vorgaben (67 Prozent) sowie IT-Ausfälle und technische Störungen (65 Prozent) als Gefahr. Ähnlich hoch liegt die Zustimmung bei Cyberangriffen und IT-Sicherheitsrisiken (62 Prozent). Rund die Hälfte der Befragten erkennt den zunehmenden Wettbewerbsdruck und auch Energieversorgung sowie Energiepreise als besondere Herausforderungen (je 51 Prozent). Als weitere Gefahren für die Resilienz folgen Lieferkettenstörungen (47 Prozent) und geopolitische Risiken (40 Prozent) mit immer noch beträchtlicher Zustimmung.

So wollen Unternehmen ihre Resilienz stärken

Notwendige Kompetenzen für den Umgang mit unerwarteten Veränderungen

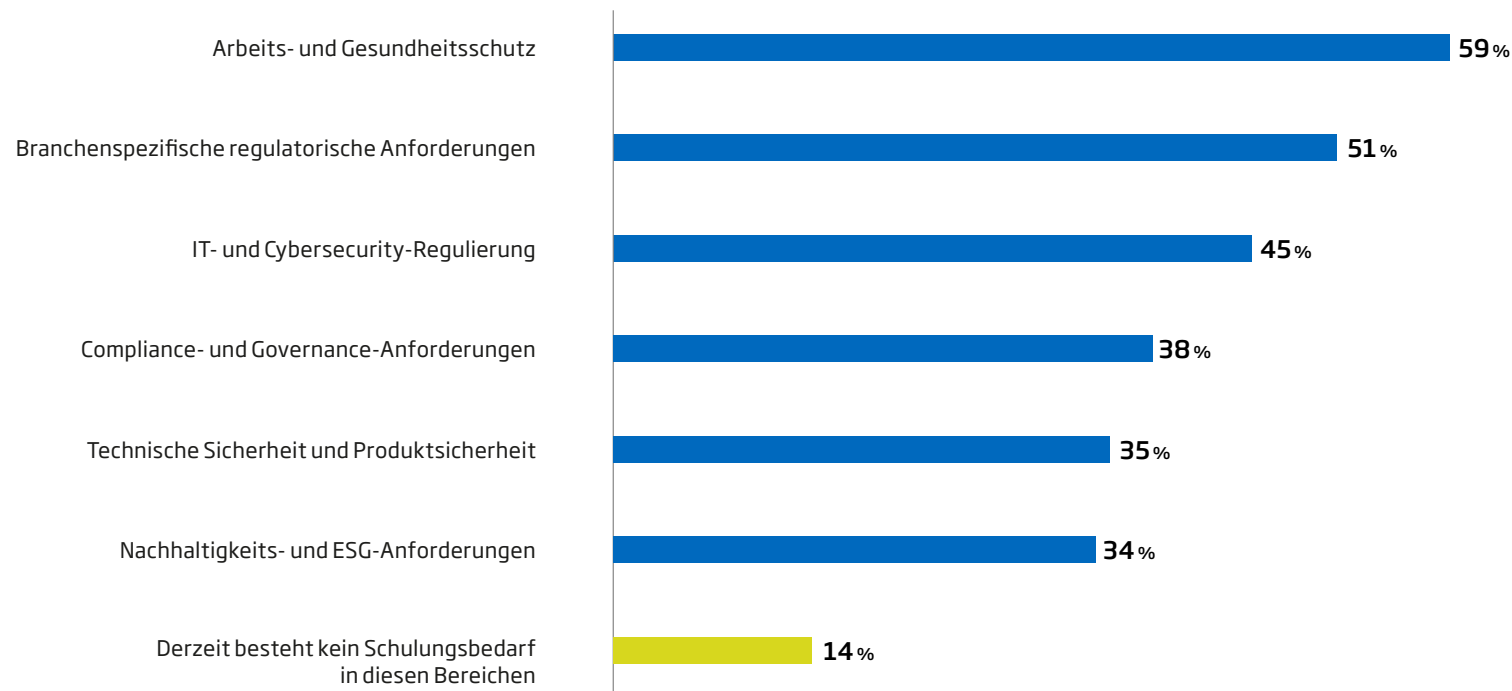


Besonders häufig planen größere Unternehmen, die eigene Widerstandskraft mit IT- oder Krisenmanagement-Kompetenz zu erhöhen.

Wie können Unternehmen ihre Resilienz stärken? Gut die Hälfte (53 Prozent) will dazu Kompetenzen bei der IT-Sicherheit verbessern. Rund die Hälfte setzt auf verbesserte Marktbeobachtung (49 Prozent) sowie auf ein Krisenmanagement mit klaren Abläufen (48 Prozent). Ähnlich häufig nennen die Befragten die Analyse und Bewertung von Risiken (45 Prozent). Zwei von fünf Unternehmen (40 Prozent) halten mehr Einsatz bei Szenario- und Notfallplanung für wichtig. Mit Ausnahme der Markt- und Umfeldbeobachtung liegen größere Unternehmen in allen Punkten deutlich über dem Durchschnitt.

Weiterbildungsbedarf bei gesetzlichen und branchenspezifischen Anforderungen

Bei welchen gesetzlichen und branchenspezifischen Anforderungen besteht derzeit Schulungsbedarf?



Unternehmen wollen mit Weiterbildung gezielt Kenntnisse und Kompetenzen ausbauen, die helfen, externe Anforderungen zu erfüllen und betriebliche Prozesse weiterzuentwickeln.

Unternehmen sehen in mehreren Bereichen Schulungsbedarf, um gesetzliche sowie branchenspezifische Anforderungen zu erfüllen. Am häufigsten nennen die Befragten den Arbeits- und Gesundheitsschutz (59 Prozent) sowie branchenspezifische regulatorische Vorgaben (51 Prozent). Knapp die Hälfte (45 Prozent) hält Fortbildung im Bereich IT- und Cybersecurity-Regulierung für nötig - besonders häufig ist dies bei größeren Unternehmen der Fall (62 Prozent). Compliance- und Governance-Anforderungen, beispielsweise im Bereich Datenschutz, nennen knapp zwei von fünf Unternehmen (38 Prozent). Jeweils rund ein Drittel erkennt die Notwendigkeit zur Fortbildung bei technischen Sicherheits- und Produktsicherheitsanforderungen (35 Prozent) sowie Nachhaltigkeits- und ESG-Vorgaben (34 Prozent). Keinen Schulungsbedarf in diesen Bereichen gibt es laut Erhebung bei etwa jeder sechsten Firma (14 Prozent).

Verantwortung von Unternehmen, Beschäftigten und Politik

8



Unternehmen und Beschäftigte in der Verantwortung

Verantwortung, für eine kontinuierliche und qualitative berufliche Weiterbildung von Arbeitskräften



98%

die Unternehmen bzw. Arbeitgeber



55%

Öffentliche Institutionen und Behörden, z. B. Agentur für Arbeit



86%

die Beschäftigten selbst



47%

die Politik



67%

Branchen- und Berufsverbände



41%

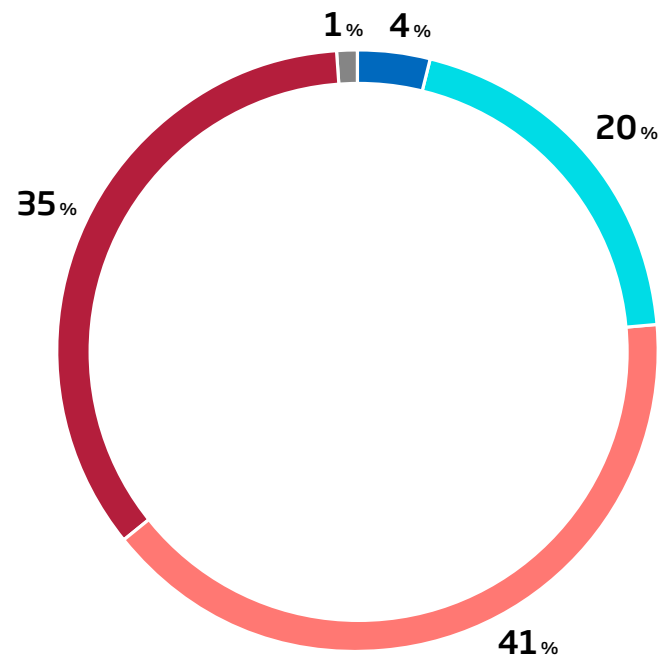
Arbeitnehmervertreter / Gewerkschaften

Eine breite Mehrheit sagt: Um die berufliche Weiterbildung müssen sich besonders die Unternehmen und die Mitarbeitenden selbst kümmern.

Arbeitgeber sind in besonderem Maße verantwortlich für eine kontinuierliche und qualitative Weiterbildung der Beschäftigten: Dieser Aussage stimmen fast alle Befragten zu (98 Prozent). Ebenfalls eine breite Mehrheit sieht die Beschäftigten selbst in der Pflicht (86 Prozent). Für rund zwei Drittel (67 Prozent) sind Branchen- und Berufsverbände bei der betrieblichen Fortbildung gefordert, etwas mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) verortet die Zuständigkeit auch bei öffentlichen Institutionen und Behörden wie der Agentur für Arbeit. Die Politik (47 Prozent) wird seltener in der Verantwortung gesehen als 2024 (54 Prozent). Dasselbe gilt für Gewerkschaften (41 Prozent gegenüber 47 Prozent im Jahr 2024).

Staatliche Förderung: Mehrheit fühlt sich unzureichend informiert

Information zu finanzieller Förderung



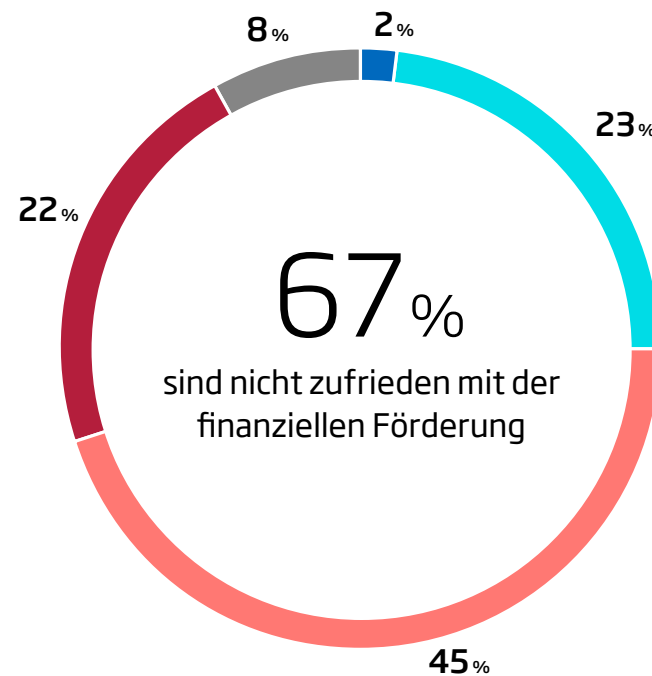
- Sehr zufrieden
- Eher zufrieden
- Weniger zufrieden
- Gar nicht zufrieden
- Weiß nicht

Rund drei Viertel der Verantwortlichen in den befragten Unternehmen geben an, schlecht oder weniger gut über staatliche Unterstützung für Weiterbildung informiert zu sein.

Was tun Bund und Länder, um Arbeitgeber über die mögliche finanzielle Förderung der Weiterbildung ihrer Beschäftigten aufzuklären? Nach Ansicht der Mehrheit der Befragten geschieht hier nicht genug. Knapp ein Viertel fühlt sich gut oder sehr gut informiert (24 Prozent). Deutlich höher ist der Anteil derjenigen, die sich als weniger gut (41 Prozent) oder sogar schlecht informiert (35 Prozent) betrachten. Vergleichsweise seltener berichten größere Unternehmen, dass sie schlecht informiert sind (21 Prozent). Überdurchschnittlich häufig (32 Prozent) gibt die öffentliche Verwaltung an, gute oder sehr gute Kenntnisse über staatliche Förderungen für Weiterbildung zu haben.

Breite Unzufriedenheit mit finanzieller Förderung

Zufriedenheit mit den Möglichkeiten der finanziellen Förderung von Weiterbildungen durch Bund und Länder



- Sehr zufrieden
- Eher zufrieden
- Weniger zufrieden
- Gar nicht zufrieden
- Weiß nicht

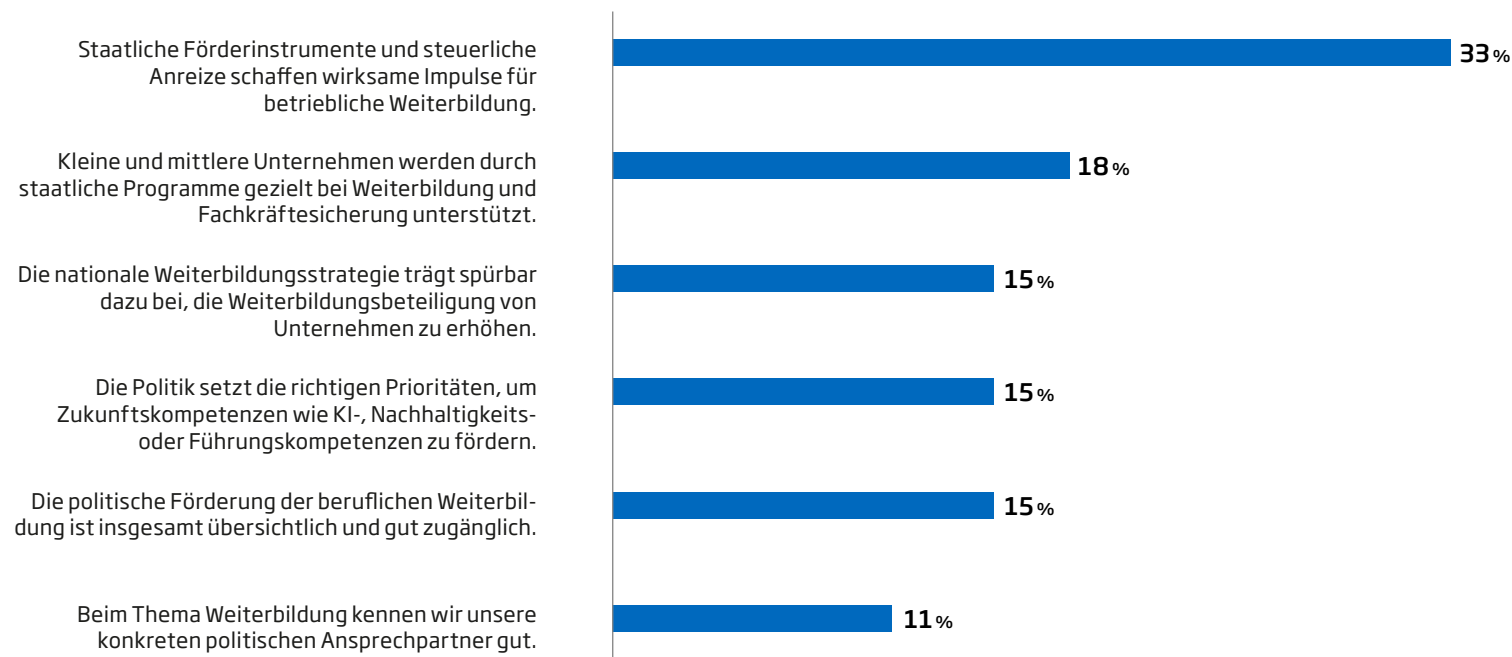
Frage: Und wie zufrieden sind Sie mit den Möglichkeiten der finanziellen Förderung von Weiterbildungen durch Bund und Länder: sehr zufrieden, eher zufrieden, weniger zufrieden oder gar nicht zufrieden?
Basis: Alle Befragten (n= 500)

Die meisten Befragten sind nicht zufrieden mit der staatlichen Unterstützung für die berufliche Weiterbildung in Unternehmen.

Bund und Länder leisten nicht genug für die Fortbildung von Beschäftigten – diese Haltung nimmt eine breite Mehrheit der Befragten ein. Rund zwei Drittel (67 Prozent) ist weniger oder gar nicht zufrieden mit den Möglichkeiten der finanziellen Förderung von Weiterbildung durch den Staat. Besonders groß ist die Unzufriedenheit im Handel (79 Prozent). Ein Viertel (25 Prozent) schätzt die Unterstützung durch Bund und Länder positiv ein – besonders häufig geschieht dies in der öffentlichen Verwaltung (36 Prozent).

Politische Unterstützung erreicht Unternehmen nur begrenzt

Politische Rahmenbedingungen für Weiterbildung



■ Stimme voll und ganz/eher zu

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zur politischen Förderung der beruflichen Weiterbildung zu: voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht?
Basis: Alle Befragten (n= 500)

Die politische Flankierung betrieblicher Weiterbildung wird von den befragten Unternehmen insgesamt zurückhaltend bewertet.

Die Bewertung der politischen Rahmenbedingungen für betriebliche Weiterbildung fällt insgesamt verhalten aus. Am ehesten sehen Unternehmen noch wirksame Impulse durch staatliche Förderinstrumente und steuerliche Anreize (33 Prozent). Deutlich seltener wird wahrgenommen, dass kleine und mittlere Unternehmen gezielt durch staatliche Programme bei Weiterbildung und Fachkräftesicherung unterstützt werden (18 Prozent). Jeweils 15 Prozent der Befragten stimmen den Aussagen zu, dass die nationale Weiterbildungsstrategie die Weiterbildungsbeteiligung von Unternehmen spürbar erhöht, die Politik die richtigen Prioritäten zur Förderung von Zukunftskompetenzen setzt und die Förderung insgesamt übersichtlich und gut zugänglich ist. Am geringsten ausgeprägt ist die Zustimmung bei der Kenntnis konkreter politischer Ansprechpartner im Bereich Weiterbildung (11 Prozent).

Fazit und Empfehlungen

9



Fazit

Berufliche Weiterbildung hat eine anhaltend hohe Bedeutung für die deutsche Wirtschaft. Wie in der Befragung 2024 hält es eine breite Mehrheit der Unternehmen für wichtig, dass sich Mitarbeitende fortbilden. In der Regel richten sich entsprechende Angebote an die gesamte Belegschaft. Meist sind Führungskräfte angehalten, die Lernaktivitäten zu unterstützen. In der Mehrzahl der Unternehmen gibt es eine klare Vorgabe, dass Weiterbildung regelmäßig in Mitarbeitergesprächen thematisiert wird.

Über eine schriftlich fixierte Strategie ist Weiterbildung vor allem bei größeren Unternehmen strategisch verankert. Die Inhalte von Schulungen legen meist die einzelnen Abteilungen selbst fest. Neben bereichsspezifischer Fortbildung bieten die Unternehmen in der Regel die Möglichkeit, die Themen individuell abzustimmen. Am häufigsten können Beschäftigte pro Jahr drei bis fünf Tage für Weiterbildung nutzen. Dafür steht bei der Mehrheit ein Budget von bis zu 1.000 Euro bereit.

Das am häufigsten gewählte Format sind Präsenzveranstaltungen, doch auch Online-Trainings sowie eine Kombination aus beidem, das sogenannte Blended Learning, kommen oft zum Einsatz. Die Wirkung von Weiterbildung wird als vielfältig wahrgenommen. Sie helfe unter anderem dabei, gesetzliche Anforderungen zuverlässig zu erfüllen, die Produktivität zu steigern und sich strukturellen Veränderungen anzupassen.

Fortbildungsbedarf erkennen die Unternehmen sowohl bei fachlichen, persönlichen wie auch digitalen Kompetenzen. Bei den sogenannten Future Skills, also Zukunftskompetenzen, stehen soziale Fähigkeiten wie Kreativität und Kommunikationsfähigkeit an erster Stelle. Doch auch digitale Kompetenz mit Blick auf Cybersicherheit oder den Umgang mit Daten wird oft als wichtig erachtet. Künstliche Intelligenz (KI) rückt bei den Unternehmen mit Blick auf die Weiterbildung stärker in den Fokus. Eine beträchtliche Zahl geht hier von einem steigenden Bedarf an

Schulungen aus. Schwerpunkte dabei sind sowohl der praktische Umgang mit KI-Tools als auch grundlegende KI-Kompetenzen. Im Vergleich zur TÜV Weiterbildungsstudie 2024 haben im Jahr 2026 mehr als doppelt so viele Unternehmen ihre Beschäftigten bereits im Bereich KI weitergebildet. Bei Stellenausschreibungen wird KI-Kompetenz aber überwiegend erst bei einer von 20 Neueinstellungen vorausgesetzt.

Um ihre organisatorische Resilienz zu erhöhen, wollen Unternehmen die Kompetenzen unter anderem bei der IT-Sicherheit, Markt- und Umfeldbeobachtung sowie beim Krisenmanagement stärken. Dazu nutzt eine knappe Mehrheit Weiterbildungen oder plant dies zumindest. Die meisten Unternehmen sehen besonderen Schulungsbedarf bei Arbeitsschutz, branchenspezifischen regulatorischen Anforderungen sowie bei IT und Cybersecurity.

Die Unternehmen verorten die Verantwortung für Weiterbildung in besonderem Maße

bei sich selbst sowie bei den Beschäftigten. Aber auch Branchen- und Berufsverbände, öffentliche Institutionen und die Politik werden in die Pflicht genommen. Bund und Länder können aus Sicht der Verantwortlichen mehr tun, um über finanzielle Förderung von Weiterbildung aufzuklären – viele fühlen sich nicht gut informiert. Eine deutliche Mehrzahl zeigt sich zudem mit den Möglichkeiten der finanziellen Förderung unzufrieden. Entsprechend wünschen sich Unternehmen eine stärkere finanzielle oder steuerliche Förderung vor allem für kleine und mittlere Firmen.

Empfehlungen an Unternehmen

Die Transformation der Wirtschaft bleibt eine dreidimensionale Daueranstrengung: Digitalisierung, Dekarbonisierung und Demografie halten den Veränderungsdruck auf Unternehmen in Deutschland hoch. Im Wandel von Kompetenzbedarfen und Belegschaftsstrukturen brauchen Unternehmen – große wie kleine – vor allem qualifiziertes Personal als Fundament ihrer Resilienz und Wettbewerbsfähigkeit. Gerade KMU müssen neue Technologien wie KI, wachsende Cyberrisiken, Fachkräftemangel sowie regulatorische Anforderungen gleichzeitig bewältigen. Das gelingt nur mit hochwertiger Weiterbildung als Schlüssel für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg. Die „TÜV Weiterbildungsstudie 2026“ zeigt: Das Problembewusstsein beim Bedarf unter Personalverantwortlichen ist durchaus da. Jedoch besteht vielerorts weiter Investitionsbedarf: Weiterbildungsbudgets und -tage sind sogar leicht rückläufig.

Unternehmen sind die zentralen Bildungsakteure der beruflichen Weiterbildung – diese besondere Verantwortung ist den befragten Personalverantwortlichen auch mehrheitlich bewusst.

Gerade bei KMU – als Rückgrat der deutschen Wirtschaft – kommt es angesichts multipler Transformationsherausforderungen jetzt darauf an, strategisch und vorausschauend in das eigene Kompetenzniveau zu investieren.

Der erhoffte wirtschaftliche Aufschwung am Horizont ist kein Selbstläufer: Gerade in herausfordernden Zeiten gilt es, verstärkt in passgenaue Qualifizierungslösungen zu investieren. Wer technische und soziale Zukunftskompetenzen systematisch ausbaut und Weiterbildung eng an Geschäftsziele koppelt, stärkt die Produktivität, Innovation, Arbeitgeberattraktivität und eigene unternehmerische Krisenresilienz.

1. Weiterbildung strategisch verankern – Investitionslücken schließen

Weiterbildung sollte zur Chef:innensache gemacht und verbindlich in Geschäfts-, Personal- und Investitionsstrategie verankert werden. Laut der Studienergebnisse verfügt noch immer nur rund jedes dritte Unternehmen über eine klare Weiterbildungsstrategie. Entscheidend sind konkrete Kompetenzziele, verlässliche Budgets und klare Verantwortlichkeiten. Am Ende zählt nicht, was auf dem Papier steht – sondern ob Firmen Weiterbildungs-Investitionslücken konsequent schließen.

2. Formatmix in den Arbeitsalltag integrieren – Lernkultur voranbringen

Weiterbildung näher an den Betriebsalltag bringen: Präsenz-, Online- und Blended Learning bedarfsgerecht kombinieren, auf kürzere, alltagsnahe Lernzyklen setzen und passgenaue Angebote mit qualitätsorientierten Bildungspartnern nutzen. Es gilt, für verbindliche Lernzeiten zu sorgen, Führungskräfte als Lernvorbilder zu stärken und Wissenstransfer aktiv sicherzustellen – etwa durch Führungskräfte-Trainings, bereichsübergreifende Weiterbildungsangebote und Peer Learning.

Empfehlungen an Unternehmen

3. KI- und Cyberkompetenzen vorausschauend sicherstellen – Resilienz stärken

Auch wenn der Anteil der Unternehmen mit KI-geschulten Mitarbeitenden deutlich gestiegen ist, bleibt er vor allem im Mittelstand auf einem zu niedrigen Niveau, um von betrieblichen Chancen dieser Jahrhunderttechnologie umfassend zu profitieren. Unternehmen sollten KI-, Digital- und Cyberkompetenzen systematisch ausbauen – von Grundlagen bis zu anwendungsnahen, rollenspezifischen Skills. Entscheidend sind qualitätsgesicherte Schulungen statt isolierter Tool-Einführungen sowie der Transfer in betriebliche Arbeitsprozesse. Nur so lassen sich KI-Chancen sicher nutzen, die Angriffsfläche für ernste Cyberrisiken reduzieren und organisationale Resilienz absichern – auch mit Blick auf Fachkräftemangel, Regulierung und Krisenfestigkeit.

4. Bildungspartner qualitätsorientiert auswählen – Förderoptionen nutzen

Qualität ist der entscheidende Hebel für wirksame Weiterbildung. In einer teils unübersichtlichen Weiterbildungslandschaft zahlt sich die Zusammenarbeit mit professionellen, praxisnahen Bildungspartnern aus. Besonders KMU sollten auf Qualität, Zertifizierung und didaktische Erfahrung ihrer Bildungspartner achten, Skaleneffekte durch Inhouse-Schulungen und Rahmenverträge nutzen und relevante Fördermöglichkeiten gezielt erschließen. Plattformen wie „meinNOW“, regionale Weiterbildungsverbände oder der aktuelle Leitfaden „Weiterbildung in Zeiten der Transformation“ des TÜV-Verbands können hier Orientierung bieten.

Politische Empfehlungen

Für den TÜV-Verband ergeben sich daraus folgende Handlungsempfehlungen:

Die Politik hat Weiterbildung als Zukunftsfrage für Standort, Wettbewerbsfähigkeit und Verwaltungsmodernisierung erkannt. Mit der Fortsetzung der Nationalen Weiterbildungsstrategie wurden Schritte in die richtige Richtung unternommen. Die Studie zeigt jedoch, dass Informationen zu bestehenden Fördermöglichkeiten in vielen Unternehmen noch nicht ausreichend ankommen und die bestehenden Unterstützungsangebote gerade aus KMU-Sicht weiterhin als wenig praktikabel und wenig zufriedenstellend wahrgenommen werden. Um die Inanspruchnahme der Förderangebote zu steigern, sind Transparenz, zielgerichtete Information und die Ausrichtung an der betrieblichen Praxis wichtig.

Niedrigschwellige Zugänge – gerade für KMU – sind entscheidend, um Deutschlands Weiterbildungsquote im Rahmen der Nationalen Weiterbildungsstrategie auf dem Weg zur „Weiterbildungsrepublik“ bis 2030 auf 65 Prozent zu steigern. Gleichzeitig gilt es, die Leistungsfähigkeit der Weiterbildungsbranche gezielt zu stärken – denn ohne leistungsfähige Bildungsanbieter hierzulande lassen sich die notwendigen Qualifizierungsbedarfe gerade im Mittelstand nicht decken. Deren Rahmenbedingungen müssen verbessert werden, damit sie ihre Schlüsselrolle bei der Qualifizierung von Beschäftigten aufrechterhalten und voll entfalten können.

1. Wettbewerbsfähigkeit der Weiterbildungsbranche aufrechterhalten – Steuerliche Rahmenbedingungen für Bildungsdienstleistungen modernisieren

Die EU-Systematik der Umsatzsteuerbefreiung für Bildungsleistungen wurde durch die jüngste Reform des § 4 Nr. 21 UStG im Jahressteuergesetz 2024 zusätzlich verschärft und hat neue Komplexität sowie Rechtsunsicherheit geschaffen. In der Folge haben viele gewerbliche Weiterbildungsanbieter keinen Vorsteuerabzug und müssen Kosten in ihre Preise einpreisen. Weiterbildung droht sich zu verteuern, wichtige Investitionen werden gehemmt und Wettbewerbsverzerrungen entstehen. Auf EU-Ebene sollte sich Deutschland für eine Erweiterung des Optionsrechts nach Art. 137 MwSt-Richtlinie einsetzen und zugleich bestehende nationale Spielräume besser nutzen – EU-Länder wie Österreich zeigen, dass mehr Flexibilität möglich ist – um die Planungssicherheit und Wettbewerbsfähigkeit der Weiterbildung zu sichern. Weiterbildung ist politisch gewollt – und darf nicht steuerlich unattraktiver werden.

Politische Empfehlungen

2. Praxisnahe Weiterbildungsvielfalt sichern – gesetzlich rechtssichere Zusammenarbeit mit Honorarkräften ermöglichen

Die Auslegung des sogenannten Herrenberg-Urteils hat zu erheblicher, anhaltender Rechtsunsicherheit hinsichtlich des Status von Honorarkräften geführt und stellt damit zunehmend die Funktionsfähigkeit der Bildungslandschaft infrage. Hintergrund ist eine verschärfte Abgrenzung von Selbstständigkeit und abhängiger Beschäftigung, die für viele Bildungsanbieter Planungsunsicherheit bedeutet. Der Einsatz freiberuflicher Trainer:innen, die Know-how aus der Praxis für die Praxis einbringen, ist jedoch eine zentrale Säule zielführender beruflicher Weiterbildung – und nicht mit prekären Beschäftigungsstrukturen anderer Bereiche vergleichbar, sondern lebt von qualifizierten, selbstständigen Expert:innen. Es braucht daher zügig klare, praxistaugliche gesetzliche Regelungen, die Rechtssicherheit mit notwendiger Flexibilität verbinden – inklusive eindeutiger Kriterien und geeigneter Ausnahmeregelungen. Die verlängerte Übergangsregelung zur Sozialversicherungspflicht bis Ende 2027 verschafft zwar mehr Zeit, löst das strukturelle Problem jedoch nicht. Nur mit einer praxisnahen gesetzlichen Klärung kann die Bildungslandschaft flexibel, leistungsfähig und vielfältig bleiben.

3. Fernunterrichtsschutzgesetz abschaffen – digitale Weiterbildung stärken

Das Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG von 1977) ist ein Relikt aus der analogen Bildungswelt und bremst moderne Online- und Blended-Learning-Angebote aus. Durch weit ausgelegte oder unklare Kriterien – etwa bei der Lernerfolgskontrolle – fallen heute auch viele digitale Bildungsformate unter eine bürokratisch aufwendige, nicht mehr zeitgemäße Zulassungspflicht. Seine Abschaffung – wie vom Nationalen Normenkontrollrat empfohlen – oder zumindest eine grundlegende Reform ist daher notwendig. Ziel muss ein moderner Ordnungsrahmen sein, der Qualität sichert, aber Bürokratie abbaut und digitale Weiterbildung stärkt.

4. Förderangebote besser zugänglich machen – KMU gezielter erreichen

Trotz zahlreicher Förderprogramme erreichen Weiterbildungsförderungen viele Unternehmen – gerade KMU – nicht: Informationsdefizite, geringe Bekanntheit und wahrgenommene Komplexität führen zu anhaltender Unzufriedenheit und weniger Nutzung. Es gilt daher, bestehende Hürden konsequent abzubauen, Mittelständler gezielter zu erreichen und Förderinstrumente hinsichtlich Anreizen, Zugänglichkeit und Praxistauglichkeit zu prüfen und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Es braucht entbürokratisierte, niedrigschwellig digital zugängliche Förderstrukturen und eine stärkere Ausrichtung auf vorausschauende Kompetenzentwicklung. Dazu muss Weiterbildungsförderung stärker auf transformatorische Bildungsbedarfe statt enggefaste Strukturwandel-Bedingungen ausgerichtet

Politische Empfehlungen

werden. Das heißt: Statt Maßnahmen nur an drohenden Jobverlust zu knüpfen, sollte auch vorausschauende Kompetenzentwicklung mehr gefördert werden. Die Plattform meinNOW – das Nationale Onlineportal für berufliche Weiterbildung – sollte zum One-Stop-Shop mit höherer Nutzerfreundlichkeit, Transparenz und Angebotsbreite ausgebaut werden.

5. Bildungsoffensive für Digital- und Future Skills stärken - Weiterbildungstau bei KMU und der Verwaltungsdigitalisierung entgegenwirken

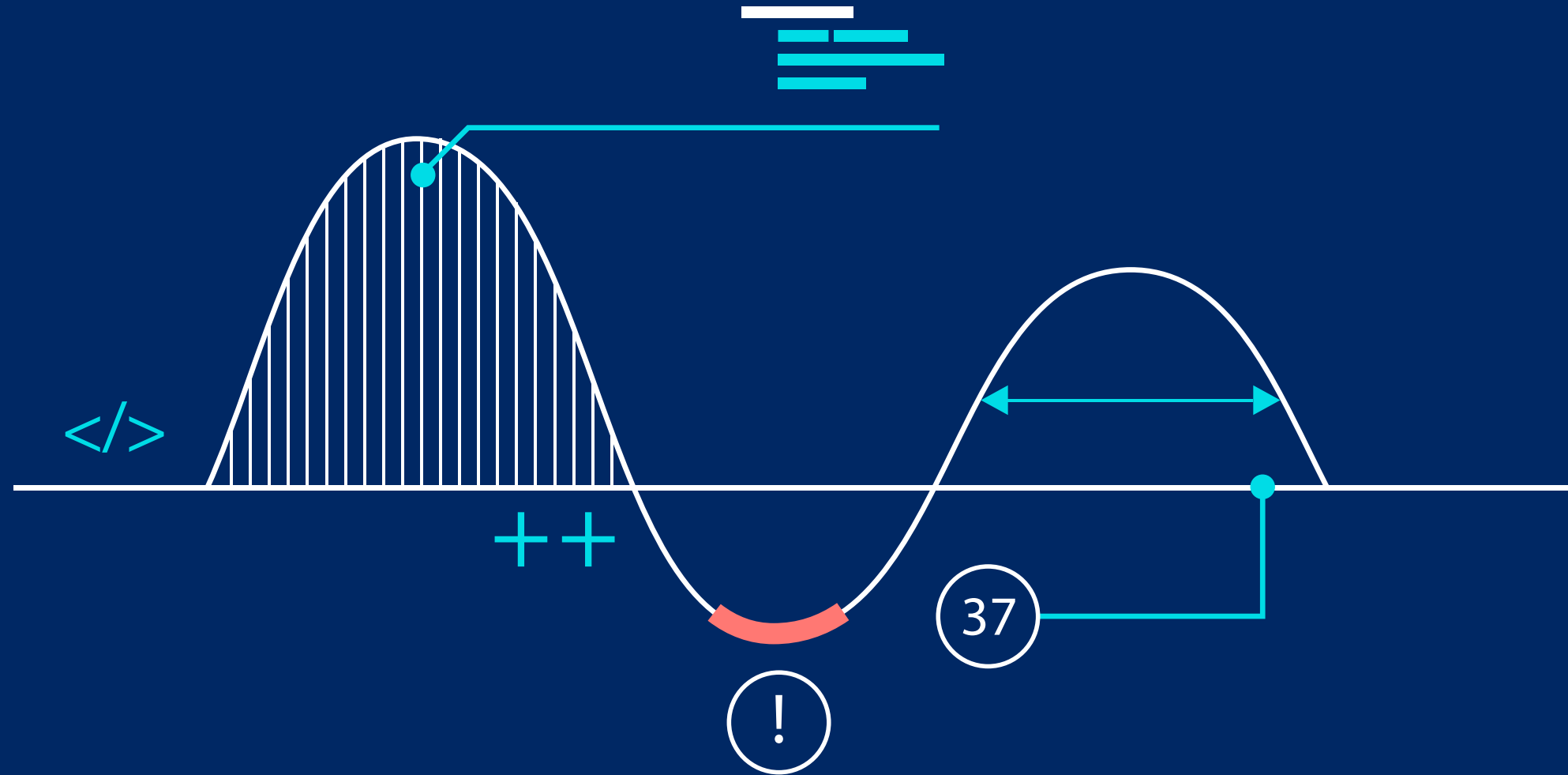
Deutschland braucht eine verstärkte Bildungsoffensive für grundlegende Digital-, KI- und Cyberkompetenzen sowie weitere „Future Skills“ – insbesondere bei KMU und im Kontext der behördlichen Verwaltungsdigitalisierung. KMU benötigen gezielte Förderung, praxisnahe Leitfäden, mehr Awareness und stärkere Anreize zur Nutzung qualitätsgesicherter und zertifizierter Schulungsangebote. Nur mit qualifiziertem Personal können Unternehmen KI-Produktivitätspotenziale heben, Cyberrisiken beherrschen und ihre Wettbewerbsfähigkeit erneuern. Auch für das im Koalitionsvertrag der Bundesregierung vorgegebene Zielbild eines digital- und effizienzorientierten Staates ist Weiterbildung zentrale Gelingensbedingung.

Die TÜV-Akademien

Die TÜV Akademien zählen zu den größten beruflichen Weiterbildungsanbietern in Deutschland. Neben dem Beauftragtenwesen stehen unter anderem die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Fokus. Mit Präsenzveranstaltungen, Online-Seminaren sowie zeitgemäßen Blended Learning Lernformaten bilden sie in zehntausenden Veranstaltungen jährlich viele hunderttausend Teilnehmende weiter.

Dabei stehen Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit mit Blick auf Mitarbeitende, Umwelt und Technik im Mittelpunkt. Neben klassischen Business-Themen und Soft Skills geht es zunehmend um die nötigen transformativen Zukunftskompetenzen. Als Bildungspartner für Unternehmen verschiedenster Branchen bereiten die TÜV Akademien schon heute auf die Anforderungen der Arbeitswelt von morgen vor.

Methodik



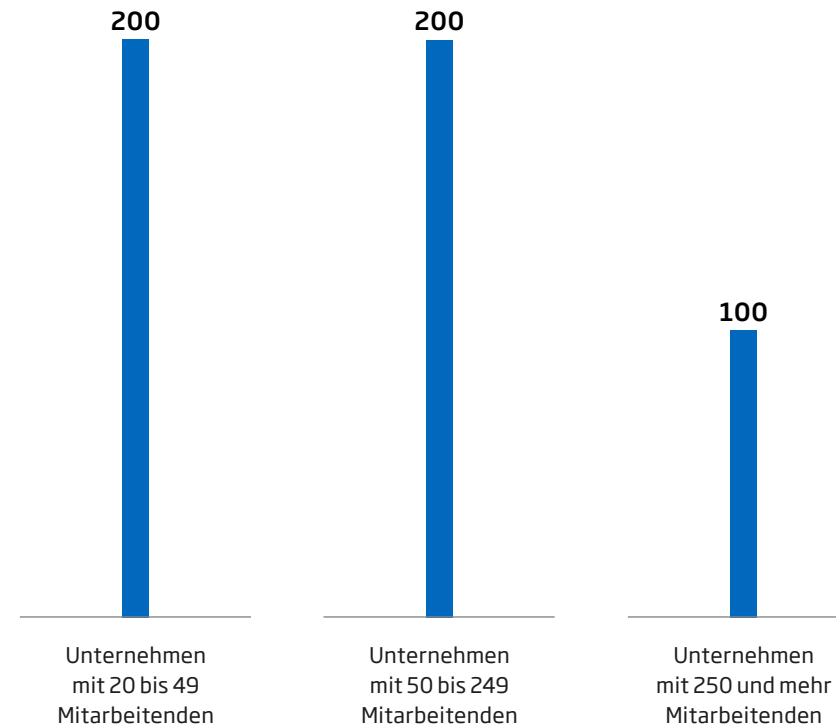
Methodik

Im Auftrag des TÜV-Verband e.V. hat forsa eine repräsentative Umfrage unter Unternehmen in Deutschland ab 20 Mitarbeitern zum Thema „Weiterbildung“ durchgeführt. Befragt wurden Verantwortliche für Weiterbildung, Geschäftsführer, CEOs und Vorstände.

Im Rahmen der Untersuchung wurden bundesweit 500, nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Unternehmen ab 20 Mitarbeitern über alle Branchen hinweg befragt. Die Stichprobe wurde disproportional angelegt, um für drei Unternehmensgrößenklassen Aussagen treffen zu können.

Um Aussagen über die Gesamtheit der Unternehmen machen zu können, wurde im Rahmen der Auswertung eine Gewichtung der Subgruppen entsprechend ihrer tatsächlichen Verteilung vorgenommen. Die Erhebung wurde vom 26. Januar bis 11. März 2026 mithilfe computergestützter Telefoninterviews durchgeführt.

Die ermittelten Ergebnisse können mit den bei allen Stichprobenerhebungen möglichen Fehlertoleranzen auf die Gesamtheit der Unternehmen ab 20 Mitarbeitenden übertragen werden.



Über den TÜV-Verband

Als TÜV-Verband e.V. vertreten wir die politischen Interessen der TÜV-Prüforganisationen und fördern den fachlichen Austausch unserer Mitglieder. Wir setzen uns für die technische und digitale Sicherheit sowie die Nachhaltigkeit von Fahrzeugen, Produkten, Anlagen und Dienstleistungen ein. Grundlage dafür sind allgemeingültige Standards, unabhängige Prüfungen und qualifizierte Weiterbildung. Unser Ziel ist es, das hohe Niveau der technischen Sicherheit zu wahren, Vertrauen in die digitale Welt zu schaffen und unsere Lebensgrundlagen zu erhalten. Dafür sind wir im regelmäßigen Austausch mit Politik, Behörden, Medien, Unternehmen und Verbraucher:innen.



Ansprechpartner:innen

Dr. Joachim Bühler

Geschäftsführer
Tel. +49 30 760095-400
joachim.buehler@tuev-verband.de

Dr. Patrick Gilroy

Referent Künstliche Intelligenz
und Bildung
+49 30 760095-360
patrick.gilroy@tuev-verband.de

Maurice Shahd

Leiter Kommunikation
Tel. +49 30 760095-320
maurice.shahd@tuev-verband.de

Linda Roy

Pressesprecherin
Tel. +49 30 760095-580
linda.roy@tuev-verband.de

TÜV-Verband e. V.

Friedrichstraße 136
10117 Berlin
Tel. +49 30 760095-400
berlin@tuev-verband.de
www.tuev-verband.de

Grafik & Design

Nordpunkt Designagentur GmbH