ZuKo4Saxony

Ergebnisse der Befragung sächsischer Unternehmen zum Thema

"Future Skills (Zukunftskompetenzen) für die Arbeitswelt und das Leben der Zukunft"

Projekt Entwicklung von Zukunftskompetenzen in Praxisbetrieben Dual Studierender (ZuKo4Saxony)

Technische Universität Dresden
iu INTERNATIONALE HOCHSCHULE
TUDFaCE
HOCHSCHULE MITTWEIDA
MIKOMI Innovation. Bildung. Transfer.

Kofinanziert von der Europäischen Union

Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

Inhalt

Danksagung **3**

I. Einleitung **4**

II. Kompetenzmodell über Zukunftskompetenzen **4**

III. Befragung und zentrale Ergebnisse **6**

Ziele des Fragebogens 6

Zielgruppe der Befragung 7

Methodik 7

Zentrale Ergebnisse der Befragung 8

Sample 8

Allgemeine Angaben zu den Unternehmen 8

Zentrale Ergebnisse über Zukunftskompetenzen 9

Zusammenfassung aller Ergebnisse: Relevanz aller Kompetenzkategorien 12

Zentrale Ergebnisse zu den Strategien und Maßnahmen zur Organisations- und Personalentwicklung 14

Zentrale Ergebnisse zu den Merkmalen zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes 14

Zusammenfassung zentraler Ergebnisse 15

Literaturverzeichnis **17**

Erstellt von: Dr. Claudia Galarce-Miranda, Dr. Diego Gormaz-Lobos.
TUDFaCE TU Dresden Institute for Further and Continuing Education,
AP1 Spezifikation.

Danksagung

An dieser Stelle möchten wir uns bei den Expertinnen und Experten aus sächsischen kleinen und mittelständischen Unternehmen für ihre Teilnahme an der Online-Befragung zum Thema „Future Skills (Zukunftskompetenzen) für die Arbeitswelt und das Leben der Zukunft“ ganz herzlich bedanken. Ihre Antworten sind für uns von großer Bedeutung und liefern wertvolle Erkenntnisse zur Einschätzung verschiedener Kompetenzen. Damit unterstützen Sie maßgeblich die Entwicklung praxisnaher Lernmodule für KMU. Durch Ihre Einblicke können wir Ihren Bedarf besser nachvollziehen, Herausforderungen gezielt identifizieren und gemeinsam passende Lösungen erarbeiten. Ihr Engagement sowie Ihre Bereitschaft zur Zusammenarbeit schätzen wir außerordentlich.

Ebenso danken wir unseren Projektpartnern für die Unterstützung bei der Durchführung und Verteilung der Befragung sowie für die konstruktiven Diskussionen zu den Ergebnissen. Durch diese Kooperation war es möglich, wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen und praktikable nächste Schritte abzuleiten.

Ein besonderer Dank gilt Frau Anne Schimmeck, Mediengestalterin am Forschungszentrum der TU Dresden „Center for Open Digital Innovation und Participation“ (CODIP), die die grafische Umsetzung der Berichte und der Broschüre übernommen hat. Ihre kreative Gestaltung trägt maßgeblich dazu bei, die Ergebnisse verständlich und ansprechend aufzubereiten.

Vielen Dank für Ihr Engagement, Ihre Kooperation und Ihre konstruktiven Rückmeldungen. Ihr Beitrag stärkt unsere Zusammenarbeit und unterstützt die nächsten Schritte im Projekt ZuKo4Saxony.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Thomas Köhler
Dr. Diego Gormaz-Lobos
Dr. Claudia Galarce-Miranda
TUDFaCE TU Dresden Institute for Further and Continuing Education

I. Einleitung

Zahlreiche Faktoren beeinflussen und verändern unsere Vision, unser Verständnis und unsere Erwartungen an die Zukunft. Diese Transformationen gehen einher mit umfassenden Veränderungen in der Arbeitswelt, der Arbeitsorganisation und dem gesellschaftlichen Leben – sowohl auf globaler als auch auf lokaler Ebene.

In einer zunehmend digitalen, globalisierten und dynamischen Arbeitswelt gewinnen sogenannte *Future Skills* – also Zukunftskompetenzen – stark an Bedeutung. Diese Fähigkeiten gehen über fachliches Wissen hinaus und umfassen sowohl technologische als auch soziale, methodische und persönliche Kompetenzen. Unternehmen erwarten von ihren Mitarbeitenden heute mehr denn je die Fähigkeit, sich flexibel auf Veränderungen einzustellen, eigenverantwortlich zu handeln und lebenslang zu lernen. Ehlers (2020) definiert „Future Skills“ als die „Kompetenzen, die es Individuen erlauben in hochemergenten Handlungskontexten selbstorganisiert komplexe Probleme zu lösen und (erfolgreich) handlungsfähig zu sein. Sie basieren auf kognitiven, motivationalen, volitionalen sowie sozialen Ressourcen, sind wertebasiert, und können in einem Lernprozess angeeignet werden.“

Ehlers (2020) unterteilt die Zukunftskompetenzen in drei miteinander verknüpfte Dimensionen, die jeweils unterschiedliche Aspekte der persönlichen und beruflichen Entwicklung abdecken.

Dimension 1: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen

Diese Dimension bezieht sich auf die persönlichen und inneren Fähigkeiten eines Individuums, die für die Selbstentwicklung und -organisation erforderlich sind. Hier geht es um **selbstreflektierte** und **selbstgesteuerte** Kompetenzen.

Dimension 2: Individuell-objektbezogene Kompetenzen

Diese Dimension fokussiert sich auf die **Fähigkeiten** einer Person, mit spezifischen **Objekten** oder **Werkzeugen** in der Arbeitswelt umzugehen. Es geht um die Anwendung von Wissen und Fertigkeiten in der Arbeitspraxis.

Dimension 3: Organisationsbezogene Kompetenzen

Diese Dimension bezieht sich auf die Fähigkeit, in sozialen und organisatorischen Kontexten erfolgreich zu agieren. Sie umfasst vor allem **soziale und kommunikative** Fähigkeiten, die für das Zusammenarbeiten innerhalb von Teams und Organisationen wichtig sind (und werden).

II. Kompetenzmodell über Zukunftskompetenzen

Das Kompetenzmodell des Projektes ZuKo4Saxony wurde aus theoretischen und empirischen Grundlagen entwickelt. Auf dieser Grundlage wurden die Arbeiten von Ehlers (2020) und Kotsiou et al. (2022) verwendet, um den Kompetenzrahmen des Projekts zu entwickeln. Ehlers (2020) bietet ein strukturiertes Modell mit drei Dimensionen (oder Kompetenzclustern, siehe oben), siebzehn Zukunftskompetenzen und zahlreichen damit verbundenen Bezugskompetenzen. Insgesamt umfasst sein Modell 38 Kompetenzen. Das Modell von Ehlers (2020) wurde durch die Analysen von Kotsiou et al. (2022) ergänzt. Die Autoren analysieren via Literaturreview 99 Frameworks der OECD, UNESCO, EU usw. und identifizieren 341 Begriffe/Kompetenzen, die in 52 Gruppen eingeordnet werden. Diese 52 Gruppen werden anschließend in neun Metakategorien sortiert.

Um das Projekt ZuKo4Saxony um unternehmerische und wirtschaftliche Rahmen-bedingungen zu ergänzen, wird das Konzept von Thiemann & Skazel (2020) herangezogen. Beide Rahmenkonzepte werden um Vertriebs- und Verkaufskompetenzen erweitert. Vertriebskompetenz bedeutet, die Zielgruppe/Kunden zu identifizieren und Produkte oder Dienstleistungen darauf auszurichten. Dazu gehören kundenorientierte Serviceorientierung, kundenorientiertes Verhalten und das Erkennen/Verstehen von Kundenbedürfnissen. Verkaufskompetenz umfasst die Fähigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen effektiv anzubieten und zu verkaufen.

Daher umfasst das für das Projekt entwickelte Modell drei Kompetenzdimensionen, 14 Kompetenzkategorien und insgesamt 38 Kompetenzen, die mit diesen Dimensionen und Kategorien verbunden sind. Tabelle 1 zeigt eine Übersicht über die Struktur der Future Skills für das Projekt ZuKo4Saxony.

Weitere Details über das Zukunftskompetenzmodell des Projekts ZuKo4Saxony sind auf der allgemeinen Projektwebseite (siehe Bericht „Zusammenfassung der theoretischen Ansätze über Future Skills (Zukunftskompetenzen) für die Arbeitswelt und das Leben der Zukunft“) zu finden: https://www.zuko4saxony.de

Kompetenz-dimensionen	**Bezugskompetenzen nach Ehlers (2020)**	**Bezugskompetenzen nach Ehlers (2020), Kotsiou et al. (2022), Thiemann & Skazel (2020) und Vuorikari, Kluzer & Punie (2016, 2022)**
Subjekt-entwicklungs-bezogene Kompetenzen	Selbstkompetenz	Selbstorganisation
		Autonomie
		Selbstvertrauen
	Lernkompetenz	Selbstgesteuertes Lernen
		Metakognitive Fähigkeiten
		Lebenslanges Lernen
	Reflexionskompetenz	Kritisches und analytisches Denken
		Selbstreflexion
	Entscheidungs-kompetenz	Verantwortungsübernahme
		Logisches Entscheiden
	Initiativ- und Leistungskompetenz	Selbstmotivation/Initiative
		Innovationsfähigkeit
	Ambiguitätskompetenz	Umgang mit Unsicherheit
		Anpassungsfähigkeit
		Improvisation
	Ethische Kompetenz	Ethisches Denken und Handeln
		Interkulturelle Kompetenz
		Respekt/Offenheit gegenüber Vielfalt

Individuell-objektbezogene Kompetenzen	Design-Thinking-Kompetenz	Flexibilität
		Offenheit
		Vielseitigkeit
	Innovationskompetenz	Kreativität
		Innovatives Denken
	Systemkompetenz	Problemlösefähigkeit
		Ressourcenmanagement
	Digitalkompetenz	Medienkompetenz
		Datenkompetenz
		Digitale Inhaltserstellung
		Datenschutz
Organisations-bezogene Kompetenzen	Zukunfts- und Gestaltungs-kompetenzen	Zukunftsorientierung/Veränderungsbereitschaft
		Marketing- und Vertriebskompetenz
		Führung
		Management
	Kommunikations-kompetenz	Dialogfähigkeit/Kommunikationsbereitschaft
		Argumentationsfähigkeit
	Kooperations-kompetenz	Soziale Intelligenz
		Teamfähigkeit
		Empathie
		Hilfsbereitschaft

Tabelle 1: Systematisierung der Zukunftskompetenzen für Projekt ZuKo4Saxony

III. Befragung und zentrale Ergebnisse

Die Entwicklung und Implementierung einer Befragung war ein Ziel des Projektes ZuKo4Saxony. Dafür wurde eine Literaturanalyse zur Entwicklung eines Zukunftskompetenzmodelles des Projektes sowie zur Identifizierung der Bedürfnisse von sächsischen kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in den Bereichen betriebliche Weiterbildung und Organisations- und Personalentwicklung durchgeführt. Auf Grundlage dieser Kriterien wurden Befragungen mit Expertinnen und Experten (hier einheitlich gendern) und verantwortlichem Personal der Praxispartner (Tracer Study) entwickelt und umgesetzt. Sie zielten darauf ab, aktuelle und relevante Informationen und Daten über Zukunftskompetenzen zu gewinnen. Gleichzeitig wurden damit Trends und Bedürfnisse verschiedener Produktions- und Dienstleistungssektoren in der Region erfasst.

Ziele des Fragebogens

- Charakterisierung der befragten Unternehmen, wobei nach allgemeinen Angaben des Unternehmens wie Gründungsjahr, Branche des Unternehmens, Betriebsgröße sowie die Möglichkeit einer dualen Ausbildung gefragt wurde

- Erfassung der Relevanz der Zukunftskompetenzen im Allgemeinen, Priorisierung und Identifizierung der Kompetenzen und Fähigkeiten, die neue Mitarbeitende eines Unternehmens mitbringen sollten
- Identifizierung der wichtigsten oder relevantesten Strategien und Maßnahmen zur Organisations- und Personalentwicklung
- Erfassung der bedeutendsten Merkmale zur Gestaltung eines Weiterbildungs-angebotes, wobei nach Gründen, Rahmenbedingungen, Faktoren (wie z. B. Lern-methoden, Praxis- und Anwendungsbezug sowie KMU-spezifischer Bezug u.a.) einer Weiterbildung sowie nach den bevorzugten Medien für eine betriebliche WB gefragt wurde

Zielgruppe der Befragung

Die zentrale Zielgruppe der Befragung sind Expertinnen, Experten und Personen mit Personalverantwortung der Praxispartner aus kleinen und mittelständischen Unternehmen in Sachsen.

Methodik

Die Befragung wurde auf Grundlage eines durch eine Literaturanalyse entwickelten Zukunftskompetenzmodells des Projektes entwickelt. Das Hauptziel der Untersuchung war es, die Bedeutung (Relevanzgrad) der Zukunftskompetenzen (nach Ehlers 2020 und Kotsiou et al. 2022 u.a.) in verschiedenen KUM in Sachsen zu analysieren. Um diese Ziele zu erreichen, wurden drei Hauptkategorien (Dimensionen) entsprechend der spezifischen Literatur über formuliert, aus denen Fragen (Items) für die Befragten generiert wurden (siehe Tabelle 1). Dazu wurden auch Fragen zur Identifizierung der wichtigsten oder relevantesten Strategien und Maßnahmen aus Sicht der Organisations- und Personalentwicklung sowie der bedeutendsten Merkmale zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes für KMU entwickelt.

Die Fragen bezüglich der Zukunftskompetenzen und der Strategien und Maßnahmen aus Sicht der Organisations- und Personalentwicklung sind durch eine sechsstufige Skala zu beantworten. Antwortmöglichkeiten stellen hierbei sehr wichtig, wichtig, von Bedeutung, von geringer Bedeutung, unwichtig und völlig unwichtig dar.

Die Studie war quantitativ-deskriptiv. Die Analyse der Ergebnisse wurden nach der sechsstufigen Skala zur Bewertung der Relevanz der einzelnen Kompetenzen und Kompetenzkategorien und nach einer dreistufigen Skala durchgeführt. Die erste Kategorie dieser Skala ist hohe Relevanz, repräsentiert durch die Summe zwischen den Antworten sehr wichtig und wichtig. Die Kategorie mittlere/niedrige Relevanz repräsentiert die Summe der Präferenzen von Bedeutung und von geringer Bedeutung. Und die Kategorie keine Relevanz ist die Summe der Antworten unwichtig und völlig unwichtig.

Diese Broschüre zeigt die Ergebnisse der Relevanz der einzelnen Kompetenzen und der Kompetenzkategorien sowie der Strategien zur Organisations- und Personalentwicklung nach der drei stufigen Skala (hohe Relevanz, mittlere/niedrige Relevanz und keine Relevanz).

Die Fragen zu den Merkmalen zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes konnten mit der Antwortmöglichkeit Ja/Nein beantwortet werden.

Zentrale Ergebnisse der Befragung

Sample

Die Befragung wurde von insgesamt 113 Teilnehmenden vollständig beantwortet.

Allgemeine Angaben zu den Unternehmen

Nach **Betriebsgröße** gehört die Mehrheit der befragten Unternehmen zu den Kleinunternehmen, wobei 43% der Unternehmen zwischen zehn und 49 Beschäftigte hat. An zweiter Stelle sind die Kleinstunternehmen mit 36%, das bedeutet, Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten. An dritter Stelle mit 13% befinden sich die mittleren Unternehmen, d.h. Unternehmen, die zwischen 50 und 249 Beschäftigten haben und an letzter Stelle mit 8% sind die Großunternehmen.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen ist in **Branchen** wie Dienstleistungen (28%), Technologie und Innovation (14%), Tourismus und Freizeit (13%) zu finden. 11% der befragten Unternehmen haben die Antwortmöglichkeit „Sonstiges" angegeben, wobei sich die Mehrheit dieser Unternehmen im Bereich Bildung sowie sozialen Bereichen wie Kinder und Jugendhilfe befindet. Dann befinden sich ca. 10% der Unternehmen im Handel, 5% in Branchen wie Bau und Immobilien sowie Kunst und Kultur, Wirtschaft und Lebensmittel und Industrie und Fertigung, jeweils mit 3%. Nur 1% der Unternehmen gehören zur Branche Umwelt und Energie (Abbildung 1).

Die Befragung wurde überwiegend von Personen in Führungs- und Leitungspositionen wie Geschäftsführung (52%), Personalmanagement (27%) und andere Leitungsstellen (14%) (z. B. Teamleitung und Fachbereichsleitung) beantwortet. In geringerem Maße wurde die Befragung von Inhabenden (3%) sowie Leitenden der Marketingabteilung und Beschäftigten an anderen Stellen (jeweils 2%) beantwortet (Abbildung 2).

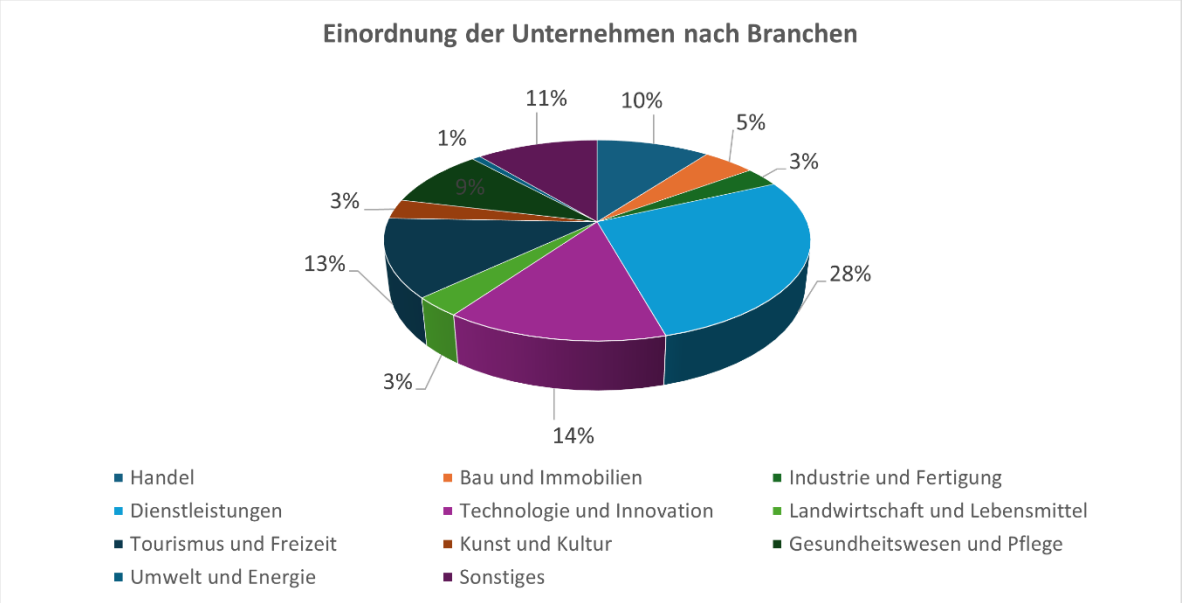

Abbildung 1: Einordnung der Unternehmen nach Branchen

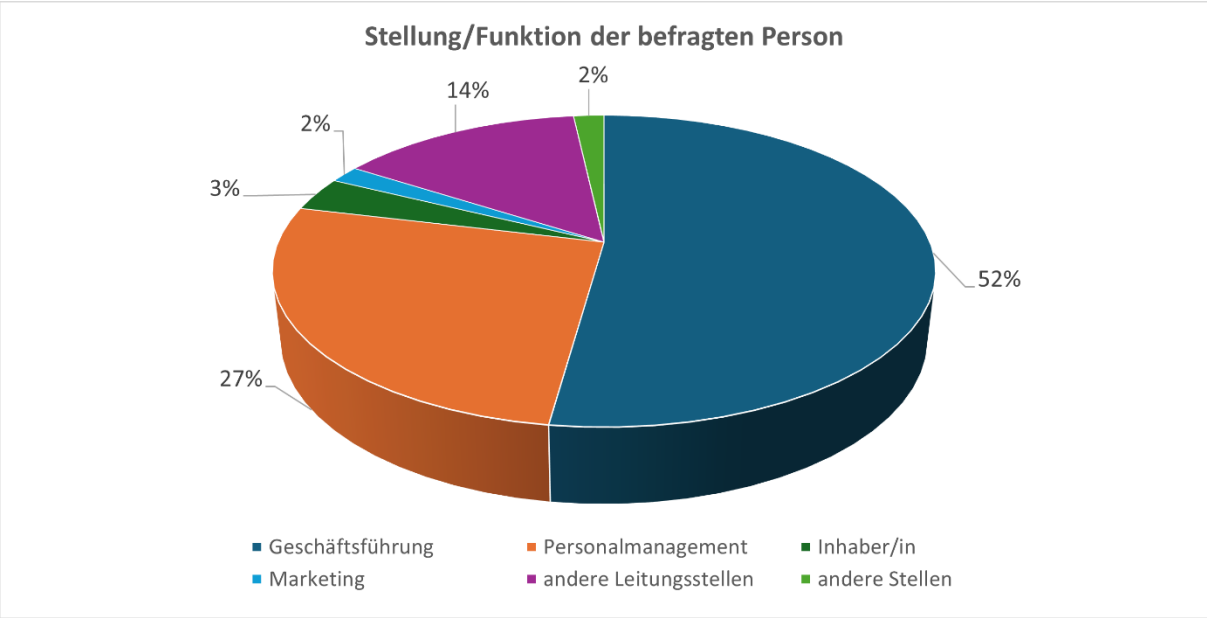

Abbildung 2: Stellung/Funktion der befragten Person

Zentrale Ergebnisse über Zukunftskompetenzen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung vorgestellt, wo nach dem Relevanzgrad von 38 Zukunftskompetenzen gefragt wurde. Für jede Kompetenzdimension des Zukunfts-kompetenzmodelles des Projektes werden für jede Dimension die Bewertungen der einzelnen Kompetenzen mit Hilfe der dreistufigen Skala (hohe Relevanz, mittlere/niedrige Relevanz und keine Relevanz) vorgestellt.

Einschätzung der Relevanz verschiedener Zukunftskompetenzen (nach Kompetenz-dimensionen und Kompetenzkategorien)

Dimension 1: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen

Bei der ersten Dimension wurde nach dem Relevanzgrad von insgesamt sieben Kompetenz-kategorien und siebzehn Bezugskompetenzen gefragt.

Relevanz der einzelnen Kompetenzen bzw. Bezugskompetenzen (Anhand der dreistufigen Bewertungsskala)

Die relevantesten Kompetenzen (hohe Relevanz) sind Selbstreflexion, Eigenmotivation/ Initiativ- und Anpassungsfähigkeit (jeweils 96%), selbstgesteuertes Lernen (95%), Verantwortungsübernahme (93%), Umgang mit Unsicherheit und Selbstreflexion (jeweils 92%) sowie Kritisches Denken (90%). Daneben sind auch Autonomie (87%), Eigenregulation und Klarheit und logisches Entscheidungsdenken (jeweils 85%) sowie Leistungs-bereitschaft/-wille und Positivität (77%), Ethisches Denken (74%), Perspektivenübernahme (73%), Interkulturelle Kompetenz (72%) und Innovation (65%) relevant.

Die Metakognitive Fähigkeit wurde in ähnlichen Maßen als eine Kompetenz von hohen und mittleren/niedrigen Relevanz bewertet, wobei 48% der Befragten meinten, dass sie eine hoch Relevante Kompetenz ist und 52% haben sie eine Kompetenz von als mittleren/niedrigen Relevanz bewertet. Innovation wurde von 35% als eine Kompetenz mittlerer/niedriger Relevanz bewertet.

Im Allgemeinen sind die Kompetenzkategorien Ambiguitätskompetenz, Reflexions-kompetenz, Selbstkompetenz und Entscheidungskompetenz diejenigen mit dem höchsten Relevanzgrad (siehe Abbildung 3).

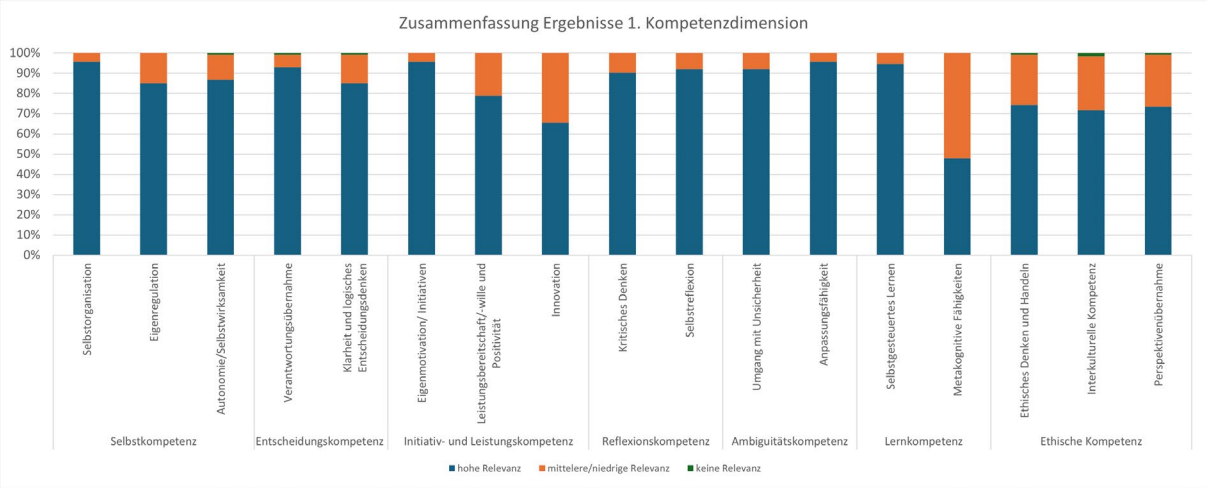

Abbildung 3: Ergebnisse der Relevanz der Kompetenzen der 1. Dimension

Dimension 2: Individuell-objektbezogene Kompetenzen

Die zweite Dimension bezüglich der Individuell-objektbezogenen Kompetenzen hat nach dem Relevanzgrad von insgesamt vier Kompetenzkategorien und zwölf Bezugskompetenzen gefragt.

Relevanz der einzelnen Kompetenzen bzw. Bezugskompetenzen (dreistufigen Bewertungs-skala)

Die relevantesten Kompetenzen (hohe Relevanz) sind Problemlösekompetenz (96%), Informationskompetenz I (Verstehen und Anwenden von Technologien, IKT-Kenntnisse) (93%), Flexibilität und Offenheit (91%), Informationskompetenz II (Umgang mit digitalen Informationen, Daten suchen, sammeln, bewerten, verwalten und speichern) (89%), Kreativität und Innovatives Denken (86%), Vielseitigkeit beziehungsweise die Fähigkeit zum Perspektivwechsel (84%), Systemdenken und Betriebsanalyse (79%) sowie Resourcefulness und Ressourcenmanagement und Medienkompetenz (jeweils 78%). Daneben sind ebenfalls Kompetenzen wie Sicherheit im Internet (68%) und Experimentierbereitschaft (57%) als Kompetenzen hoher Relevanz bewertet, aber mit weniger Stimmen.

Im Vergleich dazu sind das computergestützte Denken und Programmieren für 45% der Befragten von hoher Relevanz.

Zu den Kompetenzen, die von mittleren/niedrigen Relevanz wahrgenommen wurden, zählen Experimentierbereitschaft (41%), computergestützte Denken und Programmieren (49%) und Sicherheit im Internet (30%). Für ca. 20% der Befragten sind ebenfalls Resourcefulness und Ressourcenmanagement (22%), Systemdenken und Betriebsanalyse (21%) und Medienkompetenz (19%) Kompetenzen von Mittlerer/niedriger Relevanz.

Computergestütztes Denken und Programmieren werden von 6% der Befragten nicht als relevante Kompetenzen wahrgenommen. Daneben sind auch Kompetenzen wie Experimentierbereitschaft, Informationskompetenz I und Medienkompetenz für jeweils ca. 3% der Befragten sowie Informationskompetenz I und Sicherheit im Internet für jeweils 2% der Teilnehmenden unwichtige Kompetenzen.

Im Allgemeinen sind die Kompetenz-Kategorien Design-Thinking-Kompetenz und System-kompetenz diejenigen mit dem höchsten Relevanzgrad (siehe Abbildung 4).

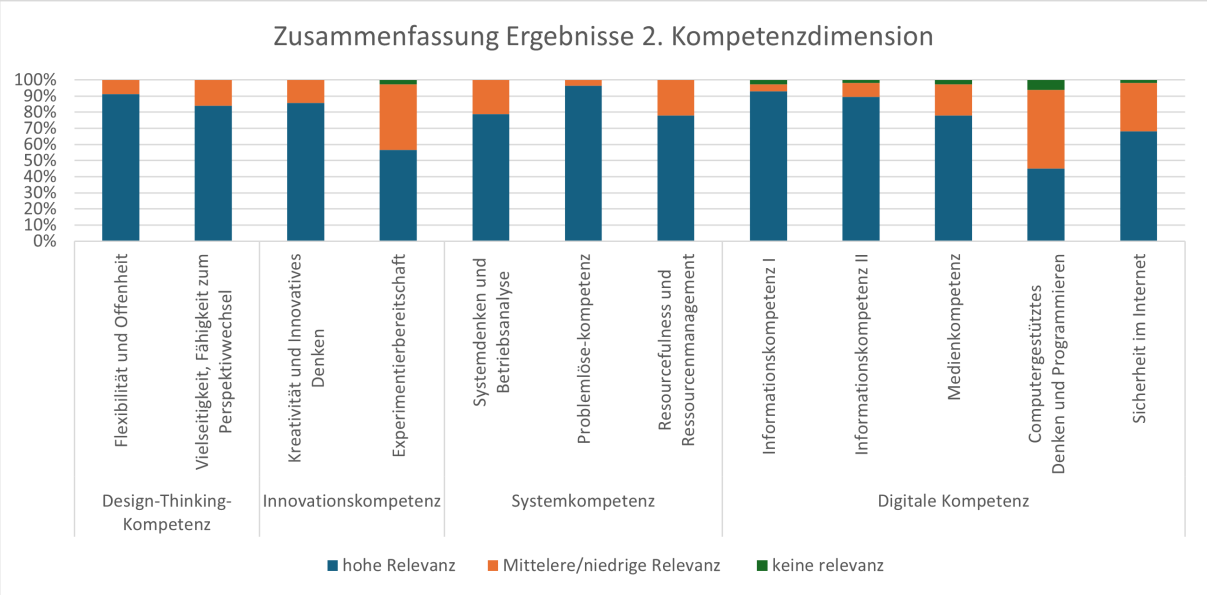

Abbildung 4: Ergebnisse der Relevanz der Kompetenzen der 2. Dimension

Dimension 3: Organisationsbezogene Kompetenzen

Die dritte Kompetenzdimension bezüglich der organisationsbezogenen Kompetenzen hat nach dem Relevanzgrad von insgesamt drei Kompetenzkategorien und neun Bezugskompetenzen gefragt.

Relevanz der einzelnen Kompetenzen bzw. Bezugskompetenzen (sechsstufige Bewertungs-skala)

Alle Kompetenzkategorien wurden von mehr als 80% der Befragten als sehr wichtig und wichtig wahrgenommen. Das bedeutet eine hohe Relevanz (Summe der Antworten sehr wichtig und wichtig, siehe Tabelle 1).

Zu diesen Kompetenzen zählen: Teamfähigkeit (96%), Dialogfähigkeit und Kommunikations-bereitschaft sowie Konsensfähigkeit und Kritikfähigkeit (jeweils 93%), Sprachkompetenz (92%), Soziale Intelligenz (91%), Zukunftsfokus (90%), Vertriebs-kompetenz (83%) sowie Verkaufskompetenz und Zukunftskompetenz (jeweils 81%).

Kompetenzen der Kategorie Zukunfts- und Gestaltungskompetenz wie Verkaufskompetenz und Zukunftskompetenz (19%), Vertriebskompetenz (15%), Verkaufskompetenz (14%) und Zukunftsfokus (10%) wurden von einem Teil der Befragten als Kompetenzen von mittlerer oder niedriger Relevanz bewertet. Daneben wurden von ca. 7-8% der Befragten Kompetenzen wie Sprachkompetenz, Dialogfähigkeit und Kommunikationsbereitschaft sowie Konsens-fähigkeit und Kritikfähigkeit und Soziale Intelligenz ebenfalls als Kompetenzen mittlerer/niedriger Bedeutung wahrgenommen.

Nur die Kompetenzen Verkaufskompetenz (4%), Vertriebskompetenz (2%) und Zukunfts-kompetenz (1%) wurden von einigen Befragten als irrelevante Kompetenzen bewertet.

Im Allgemeinen sind alle Kompetenzkategorien von hoher Relevanz (siehe Abbildung 5).

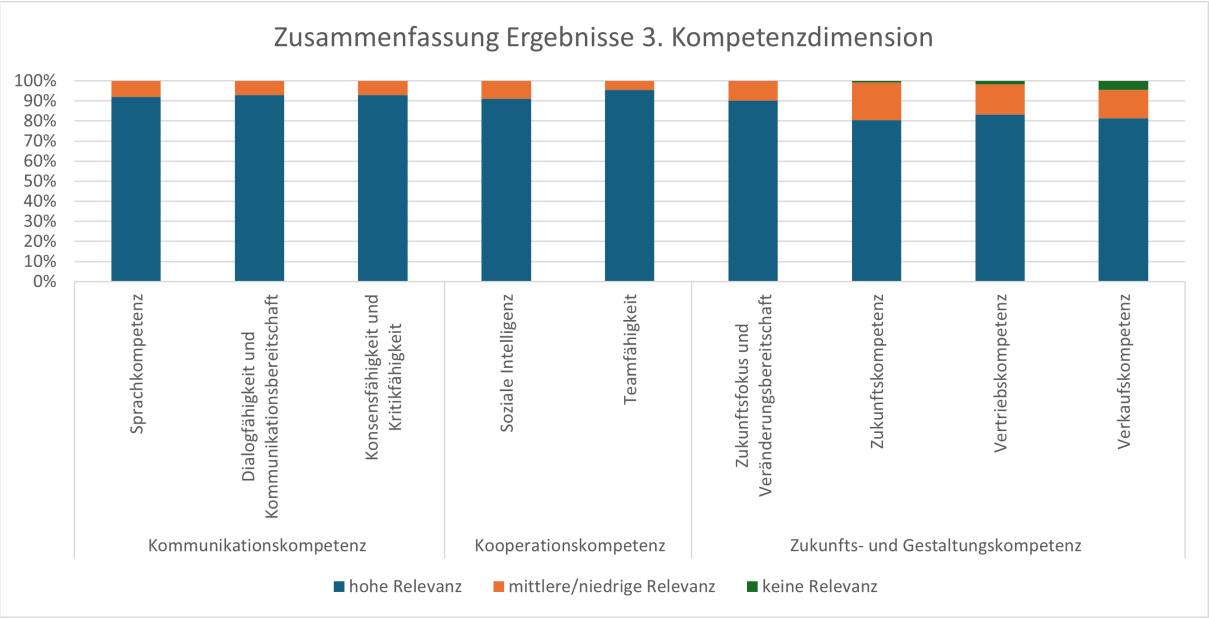

Abbildung 5: Ergebnisse der Relevanz der Kompetenzen der 3. Dimension

Zusammenfassung aller Ergebnisse: Relevanz aller Kompetenzkategorien

Die folgende Tabelle zeigt die Relevanz aller Kompetenzkategorien aus der Sicht der befragten Unternehmen nach der dreistufigen Bewertungsskala (hohe Relevanz, mittlere/niedrige Relevanz und keine Relevanz). Diese Ergebnisse zeigen die Antworten aller Befragten, ohne Differenzierung nach Branchen oder Betriebsgröße.

Kompetenz Dimension/Cluster	Kategorien	hohe Relevanz	Mittlere/niedrige Relevanz	keine Relevanz
Subjekt-entwicklungs-bezogene Kompetenzen	Selbstkompetenz	89,09%	10,62%	0,29%
	Lernkompetenz	71,24%	28,76%	0,00%
	Reflexionskompetenz	91,15%	8,85%	0,00%
	Entscheidungskompetenz	88,94%	10,18%	0,88%
	Initiativ- und Leistungskompetenz	79,94%	20,06%	0,00%
	Ambiguitätskompetenz	93,81%	6,19%	0,00%
	Ethische Kompetenz	73,16%	25,66%	1,18%
Individuell-objektbezogene Kompetenzen	Design-Thinking-Kompetenz	87,61%	12,39%	0,00%
	Innovationskompetenz	71,24%	27,43%	1,33%
	Systemkompetenz	84,37%	15,63%	0,00%
	Digitale Kompetenz	74,69%	22,30%	3,01%
Organisationsbezogene Kompetenzen	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz	83,85%	14,38%	1,77%
	Kommunikationskompetenz	92,63%	7,37%	0,00%
	Kooperationskompetenz	93,36%	6,64%	0,00%

Tabelle 2: Zusammenfassung der Ergebnisse: Relevanz der Kompetenzen nach Dimensionen und Kategorien (allgemein) * Die höchsten Werte sind in grüner und die niedrigsten Werte in roter Farbe hervorgehoben

Relevanz der Kompetenzkategorien nach Unternehmensbranchen (Korrelationen)

Die folgende Tabelle fasst die Ergebnisse nach der Frage der Relevanz der 14 Kompetenzkategorien nach Unternehmensbranchen zusammen. Dafür wurden nur die Antwortmöglichkeiten sehr wichtig und wichtig in Betrachtung genommen, d.h. nur die Bewertung hohe Relevanz.

	1. Dimension: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen							2. Dimension: Individuell-objektbezogene Kompetenzen				3. Dimension: Organisationsbezogene Kompetenzen		
	Selbstkompetenz	Entscheidungs-kompetenz	Initiativ- und Leistungskompetenz	Reflexionskompetenz	Ambiguitäts-kompetenz	Lernkompetenz	Ethische Kompetenz	Design-Thinking-Kompetenz	Innovations-kompetenz	Systemkompetenz	Digitale Kompetenz	Kommunikations-kompetenz	Kooperations-kompetenz	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz
Handel														
Bau und Immobilien														
Industrie und Fertigung														
Dienstleistungen														
Technologie und Innovation														
Landwirtschaft und Lebensmittel														
Tourismus und Freizeit														
Kunst und Kultur														
Gesundheitswesen und Pflege														
Umwelt und Energie														
Sonstiges														

Tabelle 3: Ergebnisse Relevanz* der 14 Kompetenz-Kategorien (nach Branchen) *Hohe Relevanz „sehr wichtig" und „wichtig"

Relevanz der Kompetenzkategorien nach Betriebsgröße (Korrelationen)

Im Folgenden wird eine Übersichtstabelle mit der Einschätzung der Bedeutung oder Relevanz* verschiedener Zukunftskompetenzen nach Betriebsgröße vorgestellt, die die Relevanz der Kompetenzkategorien (Bewertungen „sehr wichtig" und „wichtig") anhand der Antworten der Teilnehmer darstellt.

	1. Dimension: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen							2. Dimension: Individuell-objektbezogene Kompetenzen				3. Dimension: Organisationsbezogene Kompetenzen		
	Selbstkompetenz	Entscheidungs-kompetenz	Initiativ- und Leistungskompetenz	Reflexionskompetenz	Ambiguitäts-kompetenz	Lernkompetenz	Ethische Kompetenz	Design-Thinking-Kompetenz	Innovations-kompetenz	Systemkompetenz	Digitale Kompetenz	Kommunikations-kompetenz	Kooperations-kompetenz	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz
weniger als 10 Beschäftigte														
von 10 bis 49 Beschäftigte														
von 50 bis 249 Beschäftigte														
250 und mehr Bechäftigte														

Tabelle 4: Ergebnisse Relevanz* der 14 Kompetenz-Kategorien (nach Betriebsgröße) *Hohe Relevanz „sehr wichtig" und „wichtig"

Zentrale Ergebnisse zu den Strategien und Maßnahmen zur Organisations- und Personalentwicklung

Hier wurde nach der wahrgenommenen Bedeutung oder Relevanz von verschiedenen Strategien und Maßnahmen für die Organisations- und Personalentwicklung aus der Sicht der befragten Unternehmen gefragt. Ziel war es, die wichtigsten oder relevantesten Strategien und Maßnahmen zu identifizieren.

Auf diese Weise gehören die Nutzung digitaler Bildungsangebote mit 65% der Präferenzen, Projektbasiertes Arbeiten mit 54% und an dritter Stelle Mitgestaltung der Unternehmensziele und -werte mit 40% zu den wichtigsten oder relevantesten Strategien und Maßnahmen der Organisations- und Personalentwicklung (nur Antwort “sehr wichtig”).

Im Allgemein (Summe der Antworten sehr wichtig und wichtig) sind die relevantesten Strategien das projektbasierte Arbeiten (82%), die Nutzung digitalen Bildungsangebote (81%), die Mitgestaltung der Unternehmensziele und -werte (74%), die systematische Feedbackschleifen (68%) und die unternehmensübergreifende Vernetzung (58%). Für 50% der Befragten ist die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Bildungseinrichtungen relevant.

Von mittlerer Bedeutung oder Relevanz (Summe der Antworte von Bedeutung und von geringer Bedeutung) sind Strategien wie Individuelle Karriereplanung (70%), Lern-gemeinschaften (firmenintern) (66%) und Paten- und Mentoring-Programme (50%).

Tabelle 3 dient zur Visualisierung aller Ergebnisse.

Relevanzgrad / Strategien	Hohe Relevanz	Mittlere/niedrige Relevanz	keine Relevanz
Paten- und Mentoring-Programme	44,25%	50,44%	5,31%
Projektbasiertes Arbeiten	82,30%	16,81%	0,88%
Systematische Feedbackschleifen	68,14%	30,97%	0,88%
Nutzung digitaler Bildungsangebote	81,42%	18,58%	0,00%
Selbstorganisierte Workshops (firmenintern)	49,56%	48,67%	1,77%
Individuelle Karriereplanung	24,78%	69,91%	5,31%
Lerngemeinschaften (firmenintern)	29,20%	66,37%	4,42%
Zusammenarbeit mit Hochschulen und Bildungseinrichtungen	50,44%	44,25%	5,31%
Unternehmensübergreifende Vernetzung	58,41%	40,71%	0,88%
Mitgestaltung der Unternehmensziele und -werte	74,34%	23,89%	1,77%

Tabelle 5: Ergebnisse der Relevanz verschiedener Strategien und Maßnahmen der Organisations- und Personalentwicklung in KMU

Zentrale Ergebnisse zu den Merkmalen zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes

In diesem Teil der Befragung wurde nach bestimmten Merkmalen zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes gefragt, wobei nach Gründen, Rahmenbedingungen, Faktoren (wie z. B. Lernmethoden, Praxis- und Anwendungsbezug sowie KMU-spezifischer Bezug u.a.) sowie nach den bevorzugten Medien für eine betriebliche Weiterbildung gefragt wurde. Ziel war es, die für die befragten Unternehmen bedeutendsten Merkmale zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebots zu erfassen. Dafür wurden vier Fragen gestellt, die mit der Antwortmöglichkeit Ja/Nein beantwortet wurden.

Fragen	Ergebnisse
Was sind die drei häufigsten Gründe dafür, dass Weiterbildung in Ihrem Unternehmen stattfindet?	- **zur Qualifikationserweiterung (81%)** - **situationsbezogen bzw. problemlösend (77%)** - Ad-hoc bei neuen Marktanforderungen (66%) - Regelmäßigkeit der Weiterbildung und im Rahmen der Einarbeitung (jeweils 27%) - Compliance- oder sicherheitsbezogenes Angebot (20%)
Welche drei Rahmenbedingungen sollten Weiterbildungsangebote erfüllen?	- **Fokussierung auf die Fachinhalte (87%)** - **Online-Angebot (69%)** - zeitliche Flexibilität (60%) - Zertifizierungsmöglichkeiten und freie/kostenlose Zugänglichkeit (jeweils ca. 30%) - Präsenzschulung (15%) - Anerkennung durch Kammern oder Verbände (12%)
Welche drei Faktoren sind Ihnen an einer Weiterbildung besonders wichtig?	- **Praxis- und Anwendungsbezug (95%)** - **interaktiven und modernen Lernmethoden (78%)** - Netzwerkmöglichkeiten (ca. 50%) - Unterstützung bei der Umsetzung (durch Mentoring und Coaching) (37%) - KMU-spezifischer Bezug des Angebotes (29%)
Welche drei Medien nutzen Sie bevorzugt für die betriebliche Weiterbildung?	- **Videos (80%) und Vorträge (78%)** - Texte (33%) und künstliche Intelligenz (27%) - Kurzvideos (Instagram, TikTok, Youtube Shorts) (21%) - Podcasts (20%) - Grafiken (15%) - Foren (12%)

Tabelle 6: Ergebnisse zu den Merkmalen zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes

Zusammenfassung zentraler Ergebnisse

Die wichtigsten Kompetenzkategorien

Für die erste Dimension (Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen) zählen die Kompetenzkategorien Ambiguitätskompetenz, Reflexionskompetenz, Selbstkompetenz und Entscheidungskompetenz zu den relevantesten Kompetenzkategorien. Für die zweite Dimension (Individuell-objektbezogene Kompetenzen) sind die Kompetenzkategorien Design-Thinking-Kompetenz und Systemkompetenz diejenigen mit dem höchsten Relevanzgrad. Insgesamt sind alle Kompetenzkategorien der dritten Dimension (Organisationsbezogene Kompetenzen) von hoher Relevanz.

Die wichtigsten einzelnen Kompetenzen

Für die Befragten wurden die folgenden 26 Kompetenzen mit einer hohen Relevanz bewertet (mit mehr als 70% der Präferenzen). Davon gehören 15 zu der ersten Dimension (Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen), neun zu der dritten Dimension (Organisationsbezogene Kompetenzen) und neun zu der zweiten Dimension (Individuell-objektbezogene Kompetenzen).

Kompetenz	Präferenzen	Kompetenz	Präferenzen
Teamfähigkeit Problemlösekompetenz Selbstorganisation Eigenmotivation/ Initiativen Anpassungsfähigkeit	96%	Vielseitigkeit, Fähigkeit zum Perspektivwechsel	84%
Selbstgesteuertes Lernen	95%	Verkaufskompetenz	83%
Dialogfähigkeit und Kommunikationsbereitschaft Konsensfähigkeit und Kritikfähigkeit Informationskompetenz I Verantwortungsübernahme	93%	Zukunftskompetenz Vertriebskompetenz	81%
Sprachkompetenz Selbstreflexion Umgang mit Unsicherheit	92%	Systemdenken und Betriebsanalyse	79%
Soziale Intelligenz Flexibilität und Offenheit	91%	Resourcefulness und Ressourcenmanagement Medienkompetenz	78%
Zukunftsfokus und Veränderungsbereitschaft Kritisches Denken	90%	Leistungsbereitschaft/ -wille und Positivität	77%
Informationskompetenz II	89%	Ethisches Denken und Handeln	74%
Autonomie/Selbstwirksamkeit	87%	Perspektivenübernahme	73%
Kreativität und Innovatives Denken	86%	Interkulturelle Kompetenz	72%
Eigenregulation Klarheit und logisches Entscheidungsdenken	85%		

Tabelle 7: Übersicht der wichtigsten einzelnen Kompetenzen *Hohe Relevanz wird als die Summe der Antworten sehr wichtig und wichtig verstanden.

Die wichtigsten Strategien und Maßnahmen der Organisations- und Personalentwicklung in KMU

Projektbasiertes Arbeiten und Nutzung digitaler Bildungsangebote sind die relevantesten Strategien aus der Sicht der befragten Unternehmen. An dritter Stelle steht die Mitgestaltung der Unternehmensziele und -werte als eine relevante Strategie.

Merkmale zur Gestaltung eines Weiterbildungsangebotes

Für die Befragten sind die häufigsten Gründe dafür, dass Weiterbildung in ihrem Unternehmen stattfindet, dass diese zur Qualifikationserweiterung dient (81%) sowie diese situationsbezogen bzw. problemlösend sein sollte (77%).

Für die Mehrheit der Befragten (87%) ist die Fokussierung einer Weiterbildung auf die Fachinhalte die wichtigste Rahmenbedingung, die eine Weiterbildung erfüllen sollte. Daneben sollte ein Weiterbildungsangebot für 69% der Befragten online stattfinden.

In Bezug auf die Faktoren, die an einer Weiterbildung besonders relevant sind, ist die Praxis- und Anwendungsbezug einer betrieblichen Weiterbildung für 95% der Befragten besonders wichtig. An zweiter Stelle sind die interaktiven und modernen Lernmethoden, die das Angebot anbieten sollte, ein wichtiger Faktor für 78% der befragten Unternehmen.

Die bevorzugten Medien für eine betriebliche Weiterbildung sind Videos (80%) und Vorträge (78%).

Literaturverzeichnis

Ehlers, U-D. (2020). Future Skills – Lernen der Zukunft – Hochschule der Zukunft. Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-29297-3

Kotsiou, A., Fajardo-Tovar, D., Cowhitt, T., Major, L. & Wegerif, R. (2022). A scoping review of Future Skills frameworks. Irish Educational Studies, 41:1, 171-186, DOI: 10.1080/03323315.2021.2022522

Thiemann, D. & Skazel, R. (2020). Zukunftskompetenz Vertrieb. So entwickeln Sie Ihr Unternehmen zu einer Top Sales Company. Wiesbaden. Springer Gabler.

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero Gomez S. & Van den Brande, G. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model. Luxembourg. Publication Office of the European Union.

Vuorikari, R., Kluzer, S. & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes. Luxembourg. Publications

ZuKo4Saxony

Broschüre:

Ergebnisse der Befragung sächsischer Unternehmen zum Thema „Future Skills (Zukunftskompetenzen) für die Arbeitswelt und das Leben der Zukunft“

Projekt Entwicklung von Zukunftskompetenzen in Praxisbetrieben Dual Studierender (ZuKo4Saxony)

I. Einleitung

In einer zunehmend digitalen, globalisierten und dynamischen Arbeitswelt gewinnen sogenannte *Future Skills* – also Zukunftskompetenzen – stark an Bedeutung. Diese Fähigkeiten gehen über fachliches Wissen hinaus und umfassen sowohl technologische als auch soziale, methodische und persönliche Kompetenzen. Unternehmen erwarten von ihren Mitarbeitenden heute mehr denn je die Fähigkeit, sich flexibel auf Veränderungen einzustellen, eigenverantwortlich zu handeln und lebenslang zu lernen. Ehlers (2020) definiert „Future Skills“ als die Fähigkeit, ein komplexes Problem in einem unbekannten zukünftigen Handlungskontext erfolgreich zu lösen. Dem inhärent ist die Fähigkeit eines Individuums, selbstorganisiert zu handeln (Ehlers, 2020).

Aber welche Zukunftskompetenzen sind für sächsischen Unternehmen relevant? Welche konkreten Kompetenzen erwarten sie von den aktuellen und auch von neuen Mitarbeitenden? Welche Kompetenzen sind für sächsischen kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) für ein erfolgreiches Agieren in der aktuellen und zukünftigen Arbeitswelt notwendig?

Um diese Fragen beantworten zu können, wurde eine Befragung zum Thema Zukunftskompetenzen implementiert. Zur Konstruktion des Instrumentes (Fragebogen) wurde ein Zukunftskompetenzmodell für das Projekt ZuKo4Saxony entwickelt.

II. Kompetenzmodell über Zukunftskompetenzen

Das Kompetenzmodell des Projektes ZuKo4Saxony wurde aus theoretischen und empirischen Grundlagen entwickelt. Auf dieser Grundlage wurden die Arbeiten von Ehlers (2020) und Kotsiou et al. (2022) verwendet, um den Kompetenzrahmen des Projekts zu entwickeln. Ehlers (2020) bietet ein strukturiertes Modell mit drei miteinander verknüpften Dimensionen die jeweils unterschiedliche Aspekte der persönlichen und beruflichen Entwicklung abdecken sowie siebzehn Zukunftskompetenzen und 38 damit verbundenen Bezugskompetenzen. Das Modell von Ehlers (2020) wurde durch die Analysen von Kotsiou et al. (2022) ergänzt. Die Autoren analysieren via Literaturreview 99 Frameworks von OECD, UNESCO, EU usw. und identifizieren 341 Begriffe/Kompetenzen, die in 52 Gruppen eingeordnet werden. Diese 52 Gruppen werden anschließend in neun Metakategorien sortiert.

Um das Projekt ZuKo4Saxony um unternehmerische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu ergänzen, wird das Konzept von Thiemann & Skazel (2020) herangezogen.Beide Rahmenkonzepte werden um Vertriebs- und Verkaufskompetenzen erweitert. Vertriebskompetenz bedeutet, die Zielgruppe/Kunden zu identifizieren und Produkte oder Dienstleistungen darauf auszurichten. Dazu gehören kundenorientierte Serviceorientierung, kundenorientiertes Verhalten und das Erkennen/Verstehen von Kundenbedürfnissen. Verkaufskompetenz umfasst die Fähigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen effektiv anzubieten und zu verkaufen.

Daher umfasst das für das Projekt entwickelte Modell drei Dimensionen, 14 Kategorien und insgesamt 38 Kompetenzen, die mit diesen Dimensionen und Kategorien verbunden sind. Tabelle 1 zeigt eine Übersicht über die Struktur der Zukunftskompetenzen für das Projekt ZuKo4Saxony.

Weitere Details über das Zukunftskompetenzmodell des Projekts ZuKo4Saxony sind auf der allgemeinen Projektwebseite (siehe Bericht „Zusammenfassung der theoretischen Ansätze über Future Skills (Zukunftskompetenzen) für die Arbeitswelt und das Leben der Zukunft“) zu finden: https://www.zuko4saxony.de

Kompetenz-dimensionen	Bezugskompetenzen nach Ehlers (2020)	Bezugskompetenzen nach Ehlers (2020), Kotsiou et al. (2022), Thiemann & Skazel (2020) und Vuorikari, Kluzer & Punie (2016, 2022)
Subjekt-entwicklungs-bezogene Kompetenzen	Selbstkompetenz	Selbstorganisation
		Autonomie
		Selbstvertrauen
	Lernkompetenz	Selbstgesteuertes Lernen
		Metakognitive Fähigkeiten
		Lebenslanges Lernen
	Reflexionskompetenz	Kritisches und analytisches Denken
		Selbstreflexion
	Entscheidungs-kompetenz	Verantwortungsübernahme
		Logisches Entscheiden
	Initiativ- und Leistungskompetenz	Selbstmotivation/Initiative
		Innovationsfähigkeit
	Ambiguitätskompetenz	Umgang mit Unsicherheit
		Anpassungsfähigkeit
		Improvisation
	Ethische Kompetenz	Ethisches Denken und Handeln
		Interkulturelle Kompetenz
		Respekt/Offenheit gegenüber Vielfalt
Individuell-objektbezogene Kompetenzen	Design-Thinking-Kompetenz	Flexibilität
		Offenheit
		Vielseitigkeit
	Innovationskompetenz	Kreativität
		Innovatives Denken
	Systemkompetenz	Problemlösefähigkeit
		Ressourcenmanagement
	Digitalkompetenz	Medienkompetenz
		Datenkompetenz
		Digitale Inhaltserstellung
		Datenschutz
Organisations-bezogene Kompetenzen	Zukunfts- und Gestaltungs-kompetenzen	Zukunftsorientierung/Veränderungsbereitschaft
		Marketing- und Vertriebskompetenz
		Führung
		Management
	Kommunikations-kompetenz	Dialogfähigkeit/Kommunikationsbereitschaft
		Argumentationsfähigkeit
	Kooperations-kompetenz	Soziale Intelligenz
		Teamfähigkeit
		Empathie
		Hilfsbereitschaft

Tabelle 1: Systematisierung der Zukunftskompetenzen für Projekt ZuKo4Saxony

Technische Universität Dresden · iu Internationale Hochschule · TUDFaCE · Hochschule Mittweida · MIKOMI · Co-funded by the European Union · Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

ZuKo 4 Saxony

III. Befragung und zentrale Ergebnisse

Die Befragung wurde aus der Basis des entwickelten Zukunftskompetenzmodells des Projektes entwickelt. Das Hauptziel der Untersuchung war es, die Bedeutung (Relevanzgrad) der Zukunftskompetenzen (nach Ehlers 2020 und Kotsiou et al. 2022 u.a.) in verschiedenen KMU in Sachsen zu analysieren. Um diese Ziele zu erreichen, wurden drei Hauptkategorien (Kompetenzdimensionen) entsprechend der spezifischen Literatur formuliert, aus denen Fragen (Items) für die Befragten generiert wurden (siehe Tabelle 1). Die Fragen sind durch eine Skala, die nach dem Bedeutungs- bzw. Relevanzgrad der Kompetenzen fragt, zu beantworten. Auf diese Weise sind die Antwortmöglichkeiten in sechs Stufen organisiert: sehr wichtig, wichtig, von Bedeutung, von geringer Bedeutung, unwichtig und völlig unwichtig. Die Studie war quantitativ-deskriptiv.

Diese Broschüre zeigt die Ergebnisse der Relevanz der Kompetenzkategorien nach einer dreistufigen Skala (hohe Relevanz, mittlere/niedrige Relevanz und keine Relevanz). Die erste Kategorie ist hohe Relevanz, repräsentiert durch die Summe zwischen den Antworten sehr wichtig und wichtig. Die Kategorie mittlere/niedrige Relevanz repräsentiert die Summe der Präferenzen von Bedeutung und von geringer Bedeutung. Die Kategorie keine Relevanz ist die Summe der Antworten unwichtig und völlig unwichtig.
Diese Broschüre konzentriert sich spezifisch auf konkrete Ergebnisse der Befragung bezüglich der Relevanz der Zukunftskompetenzen für die befragten sächsischen Unternehmen. Alle Ergebnisse der Befragung, die auch weitere Themen umfassen, finden Sie auf der allgemeinen Projektwebseite (siehe „Whitepaper Ergebnisse der Befragung zum Thema Zukunftskompetenzen“): https://www.zuko4saxony.de/

1. Zielgruppe der Befragung

Die zentrale Zielgruppe der Befragung sind Experten und Expertinnen und verantwortlichem Personal der Praxispartner aus kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in Sachsen.

2. Zentrale Ergebnisse der Befragung

Sample

Die Befragung wurde von insgesamt 113 Teilnehmenden vollständig beantwortet.

Allgemeine Angaben zu den Unternehmen

Nach Betriebsgröße gehört die Mehrheit der befragten Unternehmen zu den Kleinunternehmen, wobei 43% der Unternehmen eine Mitarbeiteranzahl zwischen 10 und 49 Beschäftigte haben. An zweiter Stelle stehen die Kleinstunternehmen mit 36%, das bedeutet, Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten. An dritter Stelle mit 13% befinden sich die mittleren Unternehmen, d.h. Unternehmen, die zwischen 50 und 249 Beschäftigte haben und an letzter Stelle mit 8% sind die Großunternehmen.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen ist in Branchen wie Dienstleistungen (28%), Technologie und Innovation (14%), Tourismus und Freizeit (13%) zu finden. 11% der befragten Unternehmen haben die Antwortmöglichkeit „Sonstiges” angegeben, wobei sich die Mehrheit dieser Unternehmen im Bereich Bildung sowie sozialen Bereichen wie Kinder und Jugendhilfe befindet. Dann befinden sich ca. 10% der Unternehmen im Handel, 5% in Branchen wie Bau und Immobilien sowie Kunst und Kultur, Wirtschaft und Lebensmittel und Industrie und Fertigung, jeweils mit 3%. Nur 1% der Unternehmen gehören zur Branche Umwelt und Energie (Abbildung 1).

Die Befragung wurde überwiegend von Personen in Führungs- und Leitungspositionen wie Geschäftsführung (52%), Personalmanagement (27%) und andere Leitungsstellen (14%) (z. B. Teamleitung und Fachbereichsleitung) beantwortet. In geringerem Maße wurde die Befragung von Inhabenden und (3%) sowie Leitenden der Marketingabteilung und Beschäftigten an anderen Stellen (jeweils 2%) beantwortet (Abbildung 2).

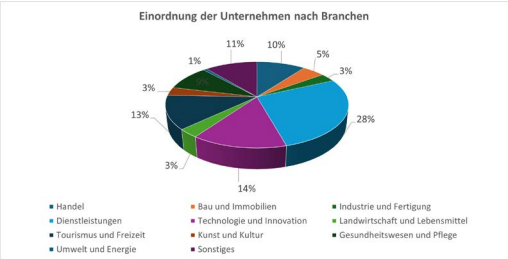

Abbildung 1: Einordnung der Unternehmen nach Branchen

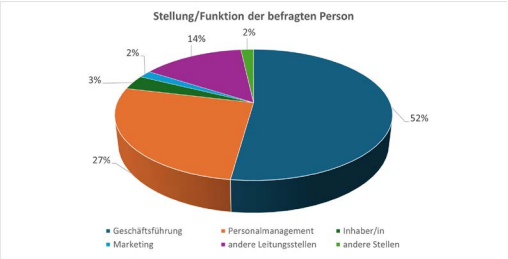

Abbildung 2: Stellung/Funktion der befragten Person

Technische Universität Dresden · iu Internationale Hochschule · TUDFaCE · Hochschule Mittweida · MIKOMI · Co-funded by the European Union · Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

ZuKo 4 Saxony

Zentrale Ergebnisse über Zukunftskompetenzen

Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse nach der dreistufigen Ergebnis-Kategorien bzw. Skala (hohe Relevanz, mittlere/niedrige Relevanz und keine Relevanz). Diese Ergebnisse zeigen die Antworten aller Befragten, ohne Differenzierung nach Branchen oder Betriebsgröße.

Kompetenz Dimension/Cluster	Kategorien	hohe Relevanz	Mittlere/niedrige Relevanz	keine Relevanz
Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen	Selbstkompetenz	89,09%	10,62%	0,29%
	Lernkompetenz	71,24%	28,76%	0,00%
	Reflexionskompetenz	91,15%	8,85%	0,00%
	Entscheidungskompetenz	88,94%	10,18%	0,88%
	Initiativ- und Leistungskompetenz	79,94%	20,06%	0,00%
	Ambiguitätskompetenz	93,81%	6,19%	0,00%
	Ethische Kompetenz	73,16%	25,66%	1,18%
Individuell-objektbezogene Kompetenzen	Design-Thinking-Kompetenz	87,61%	12,39%	0,00%
	Innovationskompetenz	71,24%	27,43%	1,33%
	Systemkompetenz	84,37%	15,63%	0,00%
	Digitale Kompetenz	74,69%	22,30%	3,01%
Organisationsbezogene Kompetenzen	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz	83,85%	14,38%	1,77%
	Kommunikationskompetenz	92,63%	7,37%	0,00%
	Kooperationskompetenz	93,36%	6,64%	0,00%

Tabelle 2: Relevanzgrad bzw. Bedeutung der Kompetenzen nach Dimensionen und Kategorien (allgemein) * In grüne Farbe betont die höchste Werte, in Rot die niedrigste.

Zentrale Ergebnisse über Zukunftskompetenzen nach Branchen und Betriebsgröße

Die folgende Tabelle fasst die Ergebnisse nach der Frage der Relevanz* der 14 Kompetenzkategorien nach Unternehmensbranchen zusammen. Dafür wurden nur die Antwortmöglichkeiten sehr wichtig und wichtig in Betrachtung genommen, die nach der drei stufigen Skala der Kategorie hohe Relevanz entspricht.

	1. Dimension: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen							2. Dimension: Individuell-objektbezogene Kompetenzen				3. Dimension: Organisationsbezogene Kompetenzen		
	Selbstkompetenz	Entscheidungskompetenz	Initiativ- und Leistungskompetenz	Reflexionskompetenz	Ambiguitätskompetenz	Lernkompetenz	Ethische Kompetenz	Design-Thinking-Kompetenz	Innovationskompetenz	Systemkompetenz	Digitale Kompetenz	Kommunikationskompetenz	Kooperationskompetenz	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz
Handel														
Bau und Immobilien														
Industrie und Fertigung														
Dienstleistungen														
Technologie und Innovation														
Landwirtschaft und Lebensmittel														
Tourismus und Freizeit														
Kunst und Kultur														
Gesundheitswesen und Pflege														
Umwelt und Energie														
Sonstiges														

Tabelle 3: Ergebnisse Relevanz der 14 Kompetenz-Kategorien (nach Branchen) (*nur hohe Relevanz)

Im Folgenden wird eine Übersichtstabelle mit der Einschätzung der Bedeutung oder Relevanz* verschiedener Zukunftskompetenzen nach Betriebsgröße vorgestellt, die die Relevanz der Kompetenzkategorien (Bewertungen „sehr wichtig" und „wichtig", d.h. hohe Relevanz) anhand der Antworten der Teilnehmenden darstellt.

	1. Dimension: Subjekt-entwicklungsbezogene Kompetenzen							2. Dimension: Individuell-objektbezogene Kompetenzen				3. Dimension: Organisationsbezogene Kompetenzen		
	Selbstkompetenz	Entscheidungskompetenz	Initiativ- und Leistungskompetenz	Reflexionskompetenz	Ambiguitätskompetenz	Lernkompetenz	Ethische Kompetenz	Design-Thinking-Kompetenz	Innovationskompetenz	Systemkompetenz	Digitale Kompetenz	Kommunikationskompetenz	Kooperationskompetenz	Zukunfts- und Gestaltungskompetenz
weniger als 10 Beschäftigte														
von 10 bis 49 Beschäftigte														
von 50 bis 249 Beschäftigte														
250 und mehr Bechäftigte														

Tabelle 4: Ergebnisse Relevanz der 14 Kompetenz-Kategorien (nach Betriebsgröße) (*nur hohe Relevanz)

Literaturverzeichnis (ausgewählte)

Ehlers, U-D. (2020). Future Skills – Lernen der Zukunft - Hochschule der Zukunft. Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-29297-3

Kotsiou, A., Fajardo-Tovar, D., Cowhitt, T., Major, L. & Wegerif, R. (2022). A scoping review of Future Skills frameworks. Irish Educational Studies, 41:1, 171-186, DOI: 10.1080/03323315.2021.2022522

Thiemann, D. & Skazel, R. (2020). Zukunftskompetenz Vertrieb. So entwickeln Sie Ihr Unternehmen zu einer Top Sales Company. Wiesbaden. Springer Gabler.

Vuorikari, R., Kluzer, S. & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes. Luxembourg. Publications Office of the European Union. DOI:10.2760/115376, JRC128415

Technische Universität Dresden · iu Internationale Hochschule · TUDFaCE · Hochschule Mittweida · MIKOMI · Co-funded by the European Union

Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.