

PERSBERICHT

Hasselt, 2 februari 2021

VKW Limburg, Provincie Limburg en POM Limburg voeren gezamenlijk onderzoek naar Talentontwikkeling bij Limburgse bedrijven:

**9 op 10 noemt sterk opleidingsbeleid cruciaal in de bedrijfsstrategie
3 op 4 stimuleert levenslang leren actief in het bedrijf**

**9 op 10 ziet belangrijke overheidsrol om levenslang leren te promoten
8 op 10 vindt medewerkers zelf te weinig opleidingsbereid**

Geen onderscheid qua bijscholing tussen jong/oud en pas/lang in dienst

Kleine bedrijven lopen mee voorop in opleidingsinspanningen

**40,5% werknemers volgt jaarlijks externe opleiding
Arbeiders volgen gemiddeld 3,8 dagen/jaar opleiding, bedienden 4,4**

2 op 3 bedrijven evalueert opleidingen na afloop

3 op 4 Limburgse bedrijven: online opleidingen zijn een blijver

In SALKturbo, het plan waarmee de Limburgse economie de komende jaren wordt versterkt, gaat er veel aandacht naar talentontwikkeling. Gedeputeerde van Economie en POM-voorzitter Tom Vandeput: *“Naast investeringen in innovatief en internationaal ondernemerschap, digitalisering, slim ruimtegebruik, energie-efficiëntie, slimme mobiliteit,... is investeren in het Limburgs menselijk kapitaal van zeer groot belang. Economische groei vereist niet alleen sterk ondernemerschap maar ook competente medewerkers die zorgen voor productiviteit en goed opgeleide jongeren die snel inzetbaar zijn.”*

Bedrijven van hun kant worden gedwongen om in te spelen op steeds snellere veranderingen én – dat heeft het voorbije jaar wel aangetoond - zich vliegensvlug aan te passen aan onvoorzienbare ontwikkelingen. Daardoor evolueren ook de vereiste competenties van de arbeidskrachten sneller dan ooit. Het vermogen om nieuwe kennis en vaardigheden op te doen is cruciaal om als regio competitief te blijven. Door een omgeving te creëren waarin talenten gestimuleerd worden,

wordt vooral de innovatiekracht en competitiviteit van onze regio versterkt. **Bovendien is elk talent nodig, we kunnen het ons niet veroorloven er één verloren te laten gaan.** Limburg zet daarom in op een integraal competentiebeleid waarbij niemand uit de boot valt en waarbij de deelname aan levenslang leren voor elke Limburger wordt verhoogd.

In een gezamenlijk onderzoek gingen VKW Limburg, de provincie Limburg en POM Limburg na in welke mate de Limburgse bedrijven vandaag al op deze visie inspelen en waar potentieel tot verbetering zit. Hoe zeer zetten de Limburgse bedrijven in op opleiding, levenslang leren en het laten ontbolsteren van verborgen talent? Waarbij we specifiek kijken naar het stimuleren van levenslang leren en het opleidingsbeleid van de Limburgse bedrijven.

Uit de uitgebreide bevraging blijkt dat het **stimuleren van levenslang leren en het voeren van een gedegen opleidingsbeleid hoog op de agenda staat bij de Limburgse bedrijven.** Voor 9 op 10 is een sterk opleidingsbeleid een **cruciaal element in de bedrijfsstrategie.** Drie kwart is **actief bezig om levenslang leren te stimuleren.** Bij de mate waarin ze dat doen speelt leeftijd geen onderscheidende rol, in tegenstelling tot de functie van de medewerker. Toch krijgt bij de grote meerderheid (84%) van de Limburgse bedrijven **iedereen evenveel kansen** om zich bij te scholen, **zonder onderscheid tussen jongere en oudere collega's of medewerkers die pas of al lang in dienst zijn.** Wel vinden **3 van de 4** Limburgse bedrijven dat dat ze **zelf nog te veel moeten investeren in de opleiding van schoolverlaters.**

Opmerkelijk is ook dat **8 op 10** van de Limburgse ondernemers vindt dat **veel medewerkers actief moeten gestimuleerd worden om opleidingen te volgen,** omdat ze er **zelf vaak weinig toe geneigd** zijn. Nochtans **rekent bijna de helft (43%)** van de bedrijven erop dat **werknemers zelf aangeven** waar hun opleidingsnaden zitten. Functioneringsgesprekken (72%) en de input van direct leidinggevenden (68%) zijn echter de belangrijkste bronnen om **opleidingsnaden in kaart** te brengen.

9 op 10 bedrijven rekent op dit vlak graag mee op de **overheid** en vindt dat zij een **belangrijke rol te spelen heeft in het stimuleren van levenslang leren.**

Slechts 1 op 4 laat medewerkers opleidingen volgen om aan de **verwachtingen van werknemers** op dat vlak te voldoen. Veruit de **belangrijkste motivatie** (95%) is om de competenties van medewerkers te versterken, naast **doorgroeimogelijkheden** bieden en het **vrijwaren van de inzetbaarheid** van de werknemer. Vanuit het oogpunt van het bedrijf zelf is het evenwel ook een kwestie van **mee zijn met de nieuwste tendensen en technologie** (71%), meer nog dan het verhogen van de productiviteit en **efficiëntie.**

Povere **kwaliteit** of een **beperkte meerwaarde** voor de job (58%) worden daarentegen aangehaald als de **meeste voorkomende redenen** om gevraagde opleidingen te **weigeren.** Maar met 36% speelt ook **kostprijs een belangrijke rol.** Ook drukte/gebrek aan tijd en het **verlies van werkuren** scoren samen bijna net zo hoog als belemmerende factor.

Ruben Lemmens, gedelegeerd bestuurder VKW Limburg: *“Onze Limburgse bedrijven beseffen maar al te goed hoe essentieel een sterk opleidingsbeleid is voor hun toekomst, zo blijkt uit onze bevraging. Toch is het niet altijd evident om dit concreet te vertalen naar de werkvloer. Een mindset van levenslang leren is in onze maatschappij nog onvoldoende doorgedrongen. Ook het beleid kan nog breder en diepgaander inzetten op het stimuleren van levenslang leren. Wanneer we de bedrijven polsten naar suggesties over hoe de overheid hen kan ondersteunen in hun opleidingsbeleid, werd veelal gerefereerd naar een financieel duwtje in de rug. Een opleiding betekent voor bedrijven immers een driedubbele investering en voor vele KMO's is dit een zware inspanning. Er is niet alleen is er de kostprijs van de opleiding of cursus zelf. Er is ook het loon dat tijdens opleidingsdagen moet worden doorbetaald én het omzetverlies omdat er die dagen geen arbeidsprestaties zijn. De splinternieuwe federale fiscale vrijstelling voor opleidingen, waarbij de werkgever 11,75% van de bedrijfsvoorheffing op het maandloon van de werknemer niet hoeft door te storten in de maand dat die een opleiding volgt, is in die zin alvast een welgekomen stap. Deze maatregel zullen wij vanuit VKW Limburg zeker helpen kenbaar maken. Al is de voorwaarde van 10 dagen opleiding binnen 30 kalenderdagen (5 in 75 dagen in geval van kleine bedrijven) wel overdreven strikt.”*

3 van de 4 bedrijven is er overigens van overtuigd dat er na de coronacrisis blijvend veel meer opleidingen online zullen worden gevolgd door de medewerkers.

Gemiddeld volgt **40,5% van de werknemers per jaar 1 of meerdere externe opleidingen**, met weliswaar grote verschillen qua sector. Grootste determinerende factor is hier of de werknemerspopulatie overwegend uit bedienden (51% externe opleidingen) dan wel arbeiders bestaat. Opleidingen voor arbeiders gaan merendeels in het bedrijf zelf door en voor de helft op de werkvloer.

Gekeken naar het aantal dagen opleiding tout court per jaar is het verschil een stuk minder groot. **Gemiddeld volgt een arbeider van een Limburgs bedrijf 3,8 dagen opleiding per jaar.** Voor **bedienden** gaat het om **4,4 dagen**, terwijl dit bij **management- of kaderpersoneel** op gemiddeld **5,4 dagen** ligt.

Opvallende rode draad doorheen de studie is dat vooral bedrijven in de **digitale en creatieve economie** en ook in de **dienstensector**, maar zeker ook de **kleine bedrijven én bedrijven die een specifieke verantwoordelijke voor opleidingen hebben aangesteld** over het algemeen sterker inzetten op de opleiding van hun medewerkers. De eigenheid van deze bedrijven speelt hierin ongetwijfeld een rol, maar in vergelijking daarmee hebben vooral de **maakbedrijven** over het algemeen nog een **achterstand goed te maken**. Opvallend is tenslotte ook dat **grote bedrijven** weliswaar vaker vooraf **doelstellingen voor te volgen opleidingen** stellen, maar de **resultaten** ervan achteraf **niet vaker blijken op te volgen** dan kleinere bedrijven.

Gedeputeerde van Economie en POM-voorzitter Tom Vandeput: *“4 van de 12 ambitielijnen van SALKturbo gaan over talentontwikkeling en versterking van de competenties en vaardigheden. De*

reden hiervoor is duidelijk: zonder de juiste kennis en competenties in onze ondernemingen zullen we geen economisch groei realiseren. Innovatie ontstaat uit onderzoek maar het is op de werkvloer dat die innovatie wordt omgezet in producten en diensten en dus in toegevoegde waarde. Met SALKturbo gaan we ervoor zorgen dat onze economie doordrongen wordt van een Limburgse leercultuur van scholing, omscholing en bijscholing. Het zorgt voor een grotere werkzekerheid en in geval van eventueel jobverlies, voor het snel vinden van een nieuwe baan. De Limburgse economie gaan we ook versterken door te zorgen voor excellent onderwijs voor iedere Limburger. Een gepaste schoolloopbaan voor elke jongere is de doelstelling. Slechts dan zullen we erin slagen om de huidige lage werkzaamheidsgraad omhoog te krikken. De Limburgse economie van de toekomst zal een combinatie zijn van kansen geven en kansen nemen.”

----- einde persbericht -----

BIJLAGE

De belangrijkste BEVINDINGEN van het ONDERZOEK op een rijtje:

LEVENSLANG LEREN STIMULEREN

Ruim drie kwart van de Limburgse ondernemers en bedrijfsleiders geeft aan *levenslang leren* op een actieve manier te stimuleren in zijn of haar bedrijf. 1 op 3 is daar zelfs zeer actief mee bezig. Wel ligt dit opvallend lager bij onze maakbedrijven. Bedrijven met een specifieke verantwoordelijke voor talentontwikkeling en opleiding scoren echter duidelijk beter, net zoals kleine bedrijven, bedrijven uit de digitale/creatieve economie en dienstenbedrijven.

De mate waarin bedrijven *levenslang leren* stimuleren verschilt wel sterk op basis van functie (65% van de bedrijven). Leeftijd daarentegen blijkt hierin **weinig of geen rol** te spelen voor de Limburgse bedrijven (11%). We zien dezelfde bedrijven als hiervoor het beter doen, in logistieke bedrijven is het verschil op basis van functie daarentegen nog groter.

8 op 10 van de Limburgse ondernemers vindt dat **veel medewerkers actief moeten gestimuleerd worden om opleidingen** te volgen, omdat ze er **zelf vaak weinig toe geneigd** zijn. In bedrijven met veel arbeiders ligt dit cijfer nog wat hoger.

9 op 10 bedrijven vindt dan ook dat de **overheid een belangrijke rol** te spelen heeft in het stimuleren van *levenslang leren*.

VISIE OP OPLEIDINGEN

9 van de 10 bedrijven noemt een sterk opleidingsbeleid een cruciaal element in de bedrijfsstrategie.

84% van de ondernemers en bedrijfsleiders geeft aan dat in zijn/haar bedrijf **iedereen evenveel kansen krijgt om zich bij te scholen**. Opnieuw zien we hierin lagere score in de sectoren logistiek en maakindustrie.

Slechts 1 op 3 vindt het eerder **logisch** dat **jongere werknemers meer opleiding** volgen dan oudere collega's. 67% vindt dat echter niet. Nog minder volgt men de logica dat **werknemers die al lang in dienst zijn minder opleiding** volgen. **22%** gaat hiermee eerder akkoord, maar bijna 8 op 10 vindt dat geen goede zaak.

3 van de 4 bedrijven is ervan overtuigd dat er **na de coronacrisis blijvend veel meer opleidingen online** zullen worden gevolgd door de medewerkers. De dienstensector is hier hiervan het meest overtuigd.

Wat de schoolse opleiding betreft vindt **3 op 4 Limburgse bedrijven** dat ze **zelf nog te veel moeten investeren** in de **opleiding van schoolverlaters**. Dit ligt nog wat hoger bij de bedrijven uit de creatieve economie en de bouw, maar lager bij logistieke bedrijven, in de dienstensector en bij grote bedrijven.

Limburgse bedrijven zijn wel duidelijk overtuigd van de effectiviteit van de opleidingen die ze inzetten. **Nauwelijks 8%** vindt dat het merendeel van de gevolgde opleidingen na afloop **vaak tijd en geldverlies** zijn.

WAAROM (NIET)?

De competenties van medewerkers versterken is veruit de **belangrijkste reden om hen opleidingen te laten volgen**. 95% kruist dit als reden aan. Maar ook de **doorgroeimogelijkheden** van de werknemer (56%) en

inzetbaarheid vrijwaren (45%) spelen een belangrijke rol. **Vanuit het oogpunt van het bedrijf zelf is het mee zijn met de nieuwste tendensen en technologie de grootste drijfveer** (71%), nog meer dan het **verhogen van de productiviteit en efficiëntie** (53%). **Slechts 1 op 4** doet het om aan de **verwachtingen van werknemers** te voldoen. Ook **vermijden dat werknemers andere oorden opzoeken** wordt **zelden doorslaggevend** genoemd: 11%

Worden opleidingen toch **geweigerd** dan is dat meestal wegens de **beperkte meerwaarde voor de job** (58%) of omdat ze als **te weinig kwaliteitsvol** worden ingeschat. **Kostprijs** speelt bij 36% van de gevallen mee. Ook **drukke of gebrek aan tijd en het verlies van werkuren** is regelmatig een **belemmerende factor**. **Retentieredenen** (vrees dat werknemers met de nieuw verworven competenties elders aan de slag gaan) spelen ook hier **geen doorslaggevende rol**. **8% geeft aan geen enkele reden te zien om opleidingen te weigeren**.

OPLEIDINGSNODEN IN KAART BRENGEN

Hoe brengen de Limburgse bedrijven de opleidingsnoden en deze van hun medewerkers in kaart? **Functioneringsgesprekken** (72%) en de **input van direct leidinggevendenden** (68%) blijken zijn de belangrijkste bronnen. **43% van de bedrijven verwacht dat werknemers dit (ook) zelf aanbrengen**. 1 op 3 bedrijven maakt gebruik van **competentiematrixen** om zicht te krijgen op actuele opleidingsnoden. **Slechts 1 op 5 bedrijven** doet een **jaarlijkse bevraging bij de werknemers** om te peilen naar opleidingswensen.

WAAR?

Hoe kleiner het bedrijf, hoe meer opleidingen extern doorgaan. Voor **arbeiders** worden opleidingen hoofdzakelijk (4 op 5) in het bedrijf zelf georganiseerd, waarvan de **helft op de werkvloer**. Bij **bedienden** is dat slechts 5% en gaat **47% extern** het bedrijf door. Opvallend: **Noord-Limburg en Maasland gaan opvallend meer extern** voor bediendenopleidingen (bereikbaarheid?). **Managementopleidingen** zijn met 7 op 10 **overwegend externe** opleidingen.

HOEVEEL OPLEIDING VOLGEN MEDEWERKERS?

Gemiddeld volgt 40,5% van de werknemers per jaar 1 of meerdere externe opleidingen, met redelijk grote verschillen qua sector. Bij werknemers van bedrijven in de digitale en creatieve economie is dat immers 2 op 3 werknemers, terwijl het in maakbedrijven en in de logistiek om slechts iets meer dan 1 op 4 van medewerkers gaat. Ook bij kleine bedrijven ligt dit percentage met 56% duidelijk hoger

In 7% van bedrijven volgt iedereen jaarlijks minstens 1 externe opleiding. In 12% is dat meer dan 80% van de werknemers. **In 3 op 10 bedrijven gaat het echter om minder dan 20% van de medewerkers**. Grootste determinerende factor is hier of de werknemerspopulatie overwegend **uit bedienden (51% externe opleidingen) dan wel arbeiders (29%)** bestaat.

Kijken we naar het **aantal dagen opleiding tout court per jaar**, dan is dit **verschil een stuk minder groot**. **Gemiddeld volgt een arbeider van een Limburgs bedrijf 3,8 dagen opleiding per jaar**. **Voor bedienden gaat het om 4,4 dagen**, terwijl dit bij **management- of kaderpersoneel op gemiddeld 5,4 dagen ligt**. Ruim de helft van de bedienden volgt 3 of meer dagen opleiding per jaar. Voor 1 op 5 arbeiders is dit jaarlijks 1 dag of minder.

Opnieuw zien we dat medewerkers van **kleine bedrijven, bedrijven uit de digitale/creatieve economie en de dienstensector én bedrijven die een specifieke verantwoordelijke voor opleidingen** hebben aangesteld, jaarlijks **meer opleiding** volgen dan gemiddeld.

1 op 3 van ondervraagde bedrijven geeft aan een **eigen opleidingsbudget** te voorzien **voor iedere medewerker**. Hierin is geen verschil merkbaar tussen bedienden en management (33%) en voor arbeiders ligt dit niet zo erg veel lager: 28%. De praktijk wordt meer toegepast bij bedrijven in de digitale economie, maar ook in de logistiek en de bouw. In de maakindustrie is dit echter het minst gangbaar.

BIJ WIE WORDEN OPLEIDINGEN GEVOLGD?

Het meest schakelen bedrijven private opleidingsbedrijven of -organisaties in voor opleidingen: 3 op 4 doet op hen beroep. Telkens **3 op 5** doet ook beroep op **werkgevers- en sectororganisaties**.

Ook **universiteiten en hogescholen** komen regelmatig aan bod (23%) bij de opleidingen van de Limburgse bedrijven, maar nog iets meer via een business school (1 op 3, dienstensector duidelijk overwegend).

Nog eens 1 op 3 bedrijven stelt aan te kloppen bij **Syntra** (vooral bouw en groothandel), zelfs meer dan dat ze **VDAB** inschakelen voor bedrijfsopleidingen. In de bouwsector is dit laatste wel 45%. Het gezamenlijke opleidingsaanbod rond techniek en technologie van de **T2-campus** (samenwerking VDAB en Syntra) wordt door **8%** van de bedrijven benut.

12% van de bedrijven werkt voor opleidingen samen met het **technisch onderwijs**. Opvallend ook: heel wat grotere bedrijven vermelden spontaan een **eigen training center** als opleidingspartner.

DOELSTELLINGEN VOORAF EN MONITORING?

Grote bedrijven bepalen weliswaar vaker vooraf doelstellingen voor te volgen opleidingen, maar blijken dit achteraf niet vaker te monitoren dan kleinere bedrijven. De kleinste bedrijven geven zelfs het meest aan opleidingen nadien te evalueren.

2 op 5 bedrijven stelt over het algemeen **vooraf duidelijke doelstellingen** voor opleidingen die door medewerkers worden gevolgd **én evalueert** die nadien. 16% bepaalt wel doelstellingen, maar volgt deze nadien niet meer op.

2 op 3 bedrijven zegt het resultaat van **opleidingen achteraf te monitoren**. 1 op 5 stelt vooraf geen doelstellingen, maar meet wel het effect van de opleiding.

Slechts 6,7% van de bedrijven meet concreet het effect en/of rendement van opleidingen. Monitoring van opleidingen gebeurt veelal, voor **73%**, met een **nabespreking tussen werknemer en werkgever over de meerwaarde** van de opleiding. Bij **17%** van de bedrijven vraagt dat de werknemer **rapporteert** over de resultaten.