

Lebenslanges Lernen wird immer mehr zur Grundlage des Unternehmenserfolgs.



WEITERBILDUNG STATT FIRMENWAGEN

Die Statistiken zur Arbeitslosigkeit, das Gejammer über die fehlende Ausbildungsreife der Hauptschulabsolventen und der Aufruhr um den Fachkräftemangel zeigen überdeutlich: Eine Chance auf dem Arbeitsmarkt hat nur der, der über eine gute Ausbildung und Qualifikation verfügt. Nur die Firmen können eine Führungsposition einnehmen und halten, die über qualifizierte und kreative Fachkräfte verfügen. Gerade in einem technisch hoch entwickelten Land wie Deutschland ist für angelernte und ungelernte Kräfte immer weniger Platz.

Arbeiten bedeutet heute lebenslanges Lernen, nicht nur für den Einzelnen, sondern für das ganze Unternehmen. Die Halbwertszeiten für neue Ideen und Produkte wird immer kürzer. Wer sich auf seinen Lorbeeren ausruht, hat schon so gut wie verloren. Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter spielt deshalb für die Unternehmen eine immer größere Rolle. Parallel dazu verlagert sich die Verantwortung der Personalabteilungen und -entwickler dafür zunehmend auf die Führungskräfte. Denn Weiterbildung ist mittlerweile ein nicht zu unterschätzender Parameter für die Unternehmensstrategie.

ERFOLGSPOTENZIAL DER ZUKUNFT

„Eine der wichtigsten Qualitäten eines guten Unternehmers ist die Fähigkeit, auf die Veränderungen des Marktes reagieren zu können. Bis vor einigen Jahren geschahen

diese Veränderungen innerhalb gewisser bekannter Gesetzmäßigkeiten, die immer dieselben blieben. Die Globalisierung hat diese festen und auch sicheren Strukturen vollkommen verändert“, sagt Steffen Fischer, Personalleiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei „ifm electronic“, einem führenden Hersteller von Automatisierungstechnik in Tettng am Bodensee. Fischer ist überzeugt, dass das Know-how und die Qualifikation der Mitarbeiter über den Erfolg eines Unternehmens entscheiden: „Es zählen neben Effizienz und Produktivität auch Innovationskraft und Unternehmenskultur. Nicht mehr nur der Arbeitnehmer muss ein Unternehmen für sich gewinnen können, sondern auch die Unternehmen stehen mehr und mehr unter dem Druck, sich als attraktive Arbeitgeber präsentieren zu müssen, ganz besonders in technisch orientierten Branchen.“

Die Qualifizierung der Mitarbeiter betrachtet Fischer als langfristige Investition. Nach seiner Ansicht muss die betriebliche Weiterbildung dazu beitragen, den technischen und wirtschaftlichen Wandel zu bewältigen und die demographischen Veränderungen der Gesellschaft zu meistern. Das 1969 gegründete Familienunternehmen hat für die Qualifizierung seiner Mitarbeiter einen kreativen Ansatz entwickelt: „Durch spezielle Potenzialanalysen werden individuelle Stärken und Schwächen und eine mögliche Eignung für Führungsaufgaben der Mitarbeiter sichtbar gemacht. Sind die Fähigkeiten erkannt, wird gemeinsam ein konkreter Förder- und Entwicklungsplan ausgearbeitet.“

Dieser basiert auf individuellen Maßnahmen wie Weiterbildungsseminaren oder einem ergänzenden dualen Studium.“

WEITERBILDUNG NUR MIT SYSTEM

Fischer plädiert für ein gemeinsames Engagement von Staat, Unternehmen und Arbeitnehmern, um das Potenzial betrieblicher Weiterbildung für so viele Arbeitnehmer wie möglich nutzbar zu machen. Die Qualifizierungsoffensive von Bildungsministerin Annette Schavan, die Weiterbildungsquote auf 50 Prozent zu erhöhen, betrachtet er als ehrgeiziges und notwendiges Ziel. Schließlich liege Deutschland in diesem Bereich noch in einem recht beschämenden hinteren Mittelfeld. Daran ist jedoch nicht allein der Staat schuld. Zwischen 1999 und 2005 nahmen die Ausgaben der Unternehmen für betriebliche Weiterbildung von 9,4 auf 7,4 Milliarden Euro ab. Besonders kleine und mittlere Unternehmen haben hier einen Nachholbedarf.

Die Crux mit der Weiterbildung sei jedoch, so die gescholtenen Unternehmen, dass der Erfolg von Weiterbildung nur schwer messbar sei. Eine klare Sache seien Qualifizierungen zum Beispiel bei Facharbeitern für den Umgang mit neuen Maschinengenerationen oder IT-Seminare. Nahezu nicht messbar sei der Erfolg von Motivations-, Teambuilding-, Kreativseminaren etc. Dem stimmen die Experten und auch die Seminaranbieter selbst zu. Allerdings, so die einheitliche Meinung, liege es häufig an den Unternehmen selbst,

wenn Weiterbildung verpuffe. Die meisten Unternehmen würden sich nicht damit befassen, ob die Ergebnisse der Weiterbildung von den Betroffenen im Unternehmen auch umgesetzt werden könnten. Weiterbildung darf keine Einzelmaßnahme im luftleeren Raum sein, sondern muss als System konzipiert werden, das das gesamte Unternehmen und alle Mitarbeiter einbezieht. Das setzt voraus, dass klare Unternehmensziele bestehen. Es muss geklärt werden, welchen Beitrag zu deren Erreichung die verschiedenen Unternehmensbereiche leisten müssen und wie man sie bzw. Gruppen oder einzelne Mitarbeiter dabei unterstützen kann, hierfür eine optimale Leistung zu erbringen. Und dass sinnvolle Weiterbildungsmöglichkeiten von den Mitarbeitern durchaus geschätzt werden, belegt eine Umfrage vom vergangenen Frühjahr. Zur Attraktivität von fast 50 Benefits hatten das Beratungsunternehmen Watson Wyatt Heissmann und die Personalmarketing-Agentur Fiebes in Company in Zusammenarbeit mit dem Jobportal Monster mehr als 8.500 Mitarbeiter aller Branchen und Altersklassen befragt. Agentur-Geschäftsführerin Heike Fiebes sagt dazu: „Viele Firmen sind noch nicht gerüstet für den Krieg um Talente. Ihre Gehaltspakete sind unverändert an monetären Benefits ausgerichtet, während Mitarbeiter immer mehr Wert auf die weichen Faktoren legen. Allgemeine und berufsbezogene Weiterbildung rangierten bei den Befragten ganz weit oben. Die richtigen Benefits können übrigens nach Meinung von 87 Prozent der Befragten den Ausschlag dafür geben, für welchen Arbeitgeber sich ein Bewerber entscheidet.“ ■ -ap