

# „Weiterbildung ist Lebensqualität“

Initiativen zur betrieblichen Weiterbildung waren Thema des Karrierenforums. Drei Unternehmer, die für den Knowledge-Staatspreis nominiert sind, diskutierten mit den Leiterinnen der Initiative.

Bernhard Madlener

„Der Knowledge-Staatspreis prämiiert Profit- und Non-Profit-Unternehmen für Maßnahmen der innovativen Personalentwicklung“, fasste Monika Strasser, Geschäftsführerin der Knowledge-Initiative, das primäre Ziel in knappe Worte. Sie wolle interessante Projekte „vor den Vorhang zu holen, so dass sich andere etwas anschauen können“.

Das aktuelle Karrierenforum unter der Leitung von KARRIERENSTANDARD-Mitarbeiterin Pia Alexandra Bauer versammelte Unternehmensvertreter, die sich um den diesjährigen Knowledge-Preis bemühen, der in wenigen Tagen verliehen wird, sowie die Organisatorinnen des Staatspreises.

Markus Petz, Personalleiter der Saubermacher AG, Geschäftsführer Markus Grund von der Atikon EDV & Marketing GmbH und Bettina Augeneder, HR-Chefin bei McDonald's Österreich, fanden sich ein, um mit Strasser sowie Sonja Zwazl, Präsidentin der Wirtschaftskammer Niederösterreich und der Knowledge-Initiative, die Möglichkeiten einer sinnvollen betrieblichen Fortbildung zu erörtern.

520 Millionen Euro geben die österreichischen Unternehmen jährlich für Weiterbildungsmaßnahmen aus, unter Berücksichtigung non-monetärer Leistungen kämen noch 40 Prozent dazu, führte Zwazl ein. „Wer nicht top ist, kann sich im Business nicht durchsetzen“, nahm sie die Betriebe, aber auch einzelne Dienstnehmer in die Pflicht: „Weiterbildung ist ein Muss!“

## „Ausbildung vor Ort“

Die Wirtschaftskammer sei daran interessiert, „Ausbildung vor Ort anzubieten“, wobei Zwazl die Bedeutung des Wifi hervorstrich. Kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) den Wert betrieblicher Fortbildung zu vermitteln, sei ihr ganz besonderes Anliegen.

Die Atikon GmbH existiert seit sieben Jahren, erfuhren die Forumsgäste von Markus Grund. Zu Beginn war man zu zweit, mittlerweile sind fast 50 Dienstnehmer für ihn tätig. Pro Jahr nehme Grund mittlerweile rund 15 Personen neu auf, doch langsam stelle sich die Frage, „woher bekomme ich gute Mitarbeiter?“

Brauchbares Fachpersonal für Marketing und Verkauf sei in seinem Bundesland Oberösterreich schwer zu finden. Gerade in der Phase der Betriebsgründung seien Schulungskosten für Dienstnehmer eine enorme Belastung, Förderungen wären hilfreich.

„Extrem gute Erfahrungen“ habe er mit Quereinsteigern gemacht. So hebt Grund unter anderem eine Tanzpädagogin hervor, die im Vertrieb exzellente Dienste leistet. Dagegen entpuppte sich ein 52-jähriger Akademiker mit interessantem Lebenslauf „als Fehlgriff“.

Um seine Bedürfnisse zu befriedigen, setzt Grund „zusammen mit dem AMS auf spezifische Ausbildungen“. Ganz wichtig: „Wir arbeiten nicht mit Freelancern zusammen.“ Entsprechend den Farben im Firmenlogo wünscht er sich Leute „mit orangem Blut“,



„  
Die Politik muss Verantwortung zeigen. Es darf nicht bei Sonntagsreden bleiben.“  
Monika Strasser



„  
Der Mensch ist von Grund auf neugierig. Leider wird uns das genommen, wenn wir älter werden.“  
Markus Petz



„  
Wer nicht top ist, kann sich im Business nicht durchsetzen. Weiterbildung ist ein Muss.“  
Sonja Zwazl

die auf eine langfristige Anstellung aus sind.

Über eine eigene Weiterbildungsakademie lässt Grund den Angestellten Seminare zukommen, die je nach Inhalt „50 oder 100 Prozent der Arbeitszeit“ einnehmen. Der Erfolg gebe ihm recht, die Zufriedenheit könnte kaum höher sein: „Wir haben keine Fluktuation!“ Zwar kündigte vor einem Monat erstmals ein Mitarbeiter, „der zweieinhalb Jahre bei uns war“; dieser sei jedoch schon reuig zurückgekehrt und werde am 15. Jänner wieder bei Atikon anfangen.

„Der Mensch ist von Grund auf neugierig“, zeigte sich Saubermacher Markus Petz vom prinzipiellen Lernwillen des Einzelnen überzeugt. Nur „wird uns das genommen, wenn wir älter werden“ – wo-

ran teilweise das Bildungssystem Schuld trage. Fast 70 Prozent seiner Dienstnehmer seien Arbeiter, viele davon Hilfsarbeiter, und alle sind „täglich im Auge des Kunden“. Die Saubermacher AG schule deshalb ständig „in Richtung Kundenorientierung“.

Ein Beispiel sei die „Beeinträchtigung durch Alkohol im Straßenverkehr“. Früher sei es völlig normal gewesen, „dass ein Chauffeur zum Mittagessen Bier getrunken hat“. Niemand habe das in Frage gestellt. Um die Problematik dieses Zustands, aber auch weitere Anliegen des Arbeitgebers, augenscheinlich zu machen, wurde eine Theatergruppe engagiert, die die Arbeiter mit der Materie konfrontierte.

„Die meisten hielten das zuerst für Blödsinn, aber bald

herrschte Aufmerksamkeit“, erzählt Petz. Schließlich hätten sich gar Mitarbeiter auf die Bühne getraut und im Rampenlicht Lösungen für die gezeigten Probleme ausprobiert.

Bei McDonald's sei der Weiterbildungsgedanke weltweit fest verankert, stellte Bettina Augeneder fest. Seit 1998 nehme man in Österreich Lehrlinge als Gastronomiefachmann/-frau auf, rund 300 habe man stets in Ausbildung. Für verschiedene Jobdescriptions wurden unterschiedliche Maßnahmen entwickelt.

So lernt das Verkaufspersonal der Filialen durch „Training on the job“ den Alltag kennen, Führungskräfte nehmen an speziellen High-Potential-Programmen teil. Und auf der Zwischenebene gibt es Lehrgänge für Restaurantma-

nager. Zentral sei „die Qualität der Seminare und Trainer“. Mit anderen Firmen engagiert sich McDonald's im Qualifizierungsverbund Mödling – einem regionalen Schulungsprogramm – um Vorbild und Hilfesteller für KMUs zu sein.

## Systemkritik

Petz' Kritik am Bildungssystem nahm sich Zwazl an: Um den Facharbeitermangel zu entschärfen, müsse man „den Jungen mehr Chancen geben“, wofür sie „Neigungstests“ unter psychologischer Anleitung wünscht. Die Erfahrung zeige, dass Kinder, die sich in mancher Hinsicht schwer tun, „aufblühen, wenn sie merken, dass sie in zwei, drei anderen Bereichen überaus gut sind“.

Minderwertigkeitsgefühle seien aber auch gestandenen

Arbeitnehmern nicht fremd. „Es gibt 45-Jährige, die sich keinen Karrieresprung zutrauen“, klagt Zwazl. Über 50-Jährige seien allgemein schwer zur Weiterbildung zu motivieren, was „arg ist, denn es geht um Lebensqualität“. Bildung müsse sich der Sinnfrage widmen: „Wenn ich keine Freude am Job habe, wird es schwer!“

Übereinkunft herrschte bei der Notwendigkeit, das Image der Lehre zu heben. Daneben seien Förderungen für die Berufsreife- und die Meisterprüfung gefragt, um die Höherqualifizierung anzukurbeln. Strasser mahnte die Verantwortung der Politiker ein, ohne die sich nicht viel ändern werde: „Es darf nicht nur bei Sonntagsreden bleiben.“

**Der Knowledge-Preis wird am 30. November vergeben.**



„  
Wir arbeiten nicht mit Freelancern zusammen. Ich suche langfristige Mitarbeiter.“  
Markus Grund

„  
Der Weiterbildungsgedanke ist bei McDonald's weltweit fest verankert.“  
Bettina Augeneder



## Unternehmen schulen vor allem Junge

„Lerntransfer-Studie“ veröffentlicht Zwischenergebnisse – Teilnahme an Online-Befragung noch möglich

Dass die demografische Entwicklung in Österreich eine Überalterung der Gesellschaft mit sich bringen wird und die Entschärfung dieser Situation durch sinnvolle Zuwanderung bei den politisch Verantwortlichen mehr als umstritten ist, gehört mittlerweile zum Allgemeinwissen.

Um im internationalen Vergleich einer globalisierten Welt langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, setzt die Wirtschaft auf neue Konzepte in der Personalentwicklung. Gezielte Förderungen älterer Arbeitnehmer müssen zur Selbstverständlichkeit werden. Das oft zitierte Lebenslange Lernen wird somit ein ernstzunehmender Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen.

Die Zwischenergebnisse einer noch bis zum Jahresende laufenden Lerntransfer-Studie von Mental- und Teamcoach Kurt Riemer, die im Auftrag des Magazins *Training*

entsteht, und die sich mit dem Einsatz von lebensphasengerechten Methoden der Weiterbildung beschäftigt, geben Auskunft über die laufenden Maßnahmen.

72 Prozent der bislang rund 100 befragten Unternehmen

halten die betriebliche Weiterbildung für wichtig bzw. sehr wichtig, 26 Prozent sind mäßig daran interessiert, jedoch nur zwei Prozent überhaupt nicht.

Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass vor allem die 26- bis 45-Jährigen davon pro-

fitieren. 85 Prozent der Unternehmen lassen diese Altersgruppe in den Genuss von Weiterbildungsangeboten kommen. Die 26- bis 35-Jährigen werden von 78 Prozent der Betriebe regelmäßig fortgebildet, bei den unter 25-Jährigen beträgt der Wert 58 Prozent.

Rapide sinkt die Weiterbildungskurve bei Dienstnehmern im Alter von mehr als 55 Jahren. Nur 39 Prozent der befragten Betriebe erachten entsprechende Maßnahmen hier noch als notwendig.

## Bedürfnisse beachten

Unterschiedliche Altersgruppen verlangen nach jeweils passenden Seminaren. Den Einsatz von entsprechend „lebensphasengerechten“ Lehr- und Lernmethoden wählen fünf Prozent der Unternehmer „immer“, zehn Prozent „oft“ (vgl. Grafik). Die Mehrheit – nahezu zwei Drittel – setzt nur „manchmal“ bis

„selten“ auf in diesem Sinn angepasste Methoden.

Über die zeitliche Komponente der betrieblichen Weiterbildung gibt die Studie im Zwischenergebnis wie folgt Auskunft: 29 Prozent schulen monatlich, 17 Prozent quartalsweise oder halbjährlich. Etwas mehr als ein Viertel setzt auf jährliche Kurse und Trainings, fünf Prozent sind mit einem Zweijahresrhythmus zufrieden. 22 Prozent schulen nur im Bedarfsfall.

Inhaltlich fördern 82 Prozent der innerbetrieblichen Schulungen die Fachkompetenz, gefolgt von der Sozialkompetenz (56 Prozent) bzw. der Praxis- und Umsetzungskompetenz (53 Prozent). Strategie- und Planungskompetenz spielt nur für 28 Prozent eine Rolle. (mad)

DER STANDARD **Webtipp:**  
www.mental-riemer.at  
www.magazintraining.at

### Einsatz von lebensphasengerechten Lehr- und Lernmethoden in der betrieblichen Weiterbildung?

