

text-ur textrapid . weiterbildung . e-learning . business

Jg, 5, Ausgabe 04_05.07

April_Mai 2007

Liebe E-Learning-Interessierte,
liebe Leserinnen und Leser,
liebe Freunde von text-ur,

moodle ist nicht nur eine der praktischsten und faszinierendsten Open Source-Lernplattformen mit vielen Möglichkeiten zur Unterstützung kooperativer Lehr- und Lernmethoden. moodle eröffnet sich – und den Anwendern – auch immer neue Bereiche:



Bei moodle

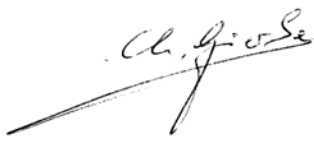
kann man jetzt im 'Second Life' mittels moodle lernen (siehe S. 8/9). Ist schöner als es klingt! ☺

Auch die **cel_C**, die Cooperation elearning Cologne (www.cel-c.de) setzt sich regelmäßig mit den Einsatzmöglichkeiten von Open Source-Lernplattformen auseinander. Als Mitglied von **cel_C** weisen wir hier gerne auf die nächsten Info-Veranstaltungen hin: Der Moodle-Stammtisch organisiert 2 Seminare über den Einsatz von moodle in der VHS Köln am **Dienstag, den 22. Mai um 18 Uhr im Berufskolleg, Lindenstraße 78, 50674 Köln** (Wegbeschreibung: www.bkal.de). Wer Interesse an der Veranstaltung hat, schickt einfach eine Mail an redaktion@text-ur.de, wir stellen dann gerne den Kontakt her.

Neben vielen News aus Weiterbildung, e-learning, Business gibt's in dieser Ausgabe auch ein interessantes Interview mit dem ehemaligen Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement.

Und wir in der text-ur-Redaktion freuen uns wieder auf Deine/Ihre Kommentare, Fragen und Anmerkungen: redaktion@text-ur.de

Ihre/Eure



(Dr. Christiane Gierke)

PS: Alle Ausgaben von text-ur textrapid zum Download sowie An- und Abmeldefunktion auf <http://www.text-ur.de/unternehmen/text-rapid.htm>

DIE THEMEN DER AUSGABE 4_5 2007 April Mai 2007

STUDIEN & VERÖFFENTLICHUNGEN	S. 2
BUCHTIPPS – FÜR SIE GELESEN	S. 4, 7, 14
AUS- & WEITERBILDUNG	S. 5
UNTERNEHMEN & PRODUKTE	S. 6
IDEEN & INITIATIVEN	S. 8
LIEB-LINKS & WEBTIPPS	S. 9
DAS INTERVIEW	S. 11

STUDIEN UND VERÖFFENTLICHUNGEN

Forsa-Studie belegt: Weiterbildung zahlt sich aus

Lebenslanges Lernen zählt: Die aktuelle forsa-Studie im Auftrag des ILS, Deutschlands größter Fernschule zeigt, dass Personalchefs bei Bewerbern verstärkt auf berufsbegleitende Weiterbildung schauen. Doch welche Form der Fortbildung ist das I-Tüpfelchen im Lebenslauf: Staatlich? Öffentlich-Rechtlich? Institutsintern?

Institutsinterne Zertifikate werden von 40 Prozent der Befragten insbesondere dann als qualitativ höherwertig betrachtet, wenn die Lerninhalte gut zum Stellenprofil passen. Ein Drittel der Personalchefs dagegen machen keinen Unterschied bei der Bewertung zwischen staatlichen, öffentlich-rechtlichen oder institutsinternen Weiterbildungszertifikaten. Laut forsa-Umfrage sind über 70 % von der Qualität privater Weiterbildungsangebote überzeugt.

Die Ergebnisse der forsa-Studie 2007 zum Download finden Sie unter: www.ils.de

Rapid Learning Award: Innovative Lerninhalte werden prämiert

Ob Audiocasts, Vortrags- oder Vorlesungs-Recordings oder interaktive Web-based Trainings – längst produzieren Unternehmen und Hochschulen ihre Lerninhalte mit

eigenen Mitarbeitern. Die besten Produkte werden nun bereits zum dritten Mal mit dem Rapid Learning Award ausgezeichnet. Ausschreiber ist die imc information multimedia communication AG.

Teilnahmeberechtigt sind Unternehmen und Hochschulen, sofern die Inhalte für den Eigenbedarf und ohne Hilfe einer Multimediaagentur, aber unter Nutzung eines Rapid Authoring Tools hergestellt wurden. Einzureichen sind ein Demobeispiel (Web-Link oder CD-ROM), eine max. 3-seitige Kurzbeschreibung der Idee, sowie Angaben zur einreichenden Organisation und verantwortlichen Person. Der Preis wird zur Learning World überreicht. Das Preisgeld für den Gewinner sind 500 Euro. Die ersten drei Platzierungen erhalten alle die kostenlose Teilnahme am Learning World Kongress.

Auch Sie haben innovative Lerninhalte entwickelt? Reichen Sie Ihre Beispiele bis zum 31. Mai 2007 ein an: thomas.roscheck@im-c.de.

Mehr Informationen zum Rapid Learning Award finden Sie unter: www.e-learning-congress.de

Investition Zukunft: 145 Milliarden Euro für Bildung in 2005

Die Zahlen sprechen für sich: Im Jahr 2005 wurden in Deutschland 144,8 Milliarden Euro für Bildung ausgegeben. Im Vergleich dazu: Im Jahr 2004 waren es 146,1 Milliarden. Der leichte Rückgang ist auf geringere Bildungsausgaben für die Förderung der Weiterbildung zurückzuführen. Kompensiert wird dieser Rückgang teilweise jedoch mit gestiegenen Ausgaben für Bildungseinrichtungen wie Kindergärten, Schulen, Hochschulen sowie für die berufliche Ausbildung.

Grundlage dieser soeben veröffentlichten Studie sind die Berechnungen des Statistischen Bundesamtes zum Budget für Bildung, Forschung und Wissenschaft, dem zahlreiche amtliche und nicht-amtliche Datenquellen zugrunde liegen.

Weiterführende Informationen sowie detaillierte tabellarische Darstellungen der Ergebnisse unter: http://www.destatis.de/themen/d/thm_bildung6.php

BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++*

Sog-Marketing für Coaches

So werden Sie für Kunden und Medien
(fast) unwiderstehlich



Sog-Marketing für
Coaches.
So werden Sie für
Kunden und Medien
(fast)
unwiderstehlich.
Managerseminare Verlag.
ISBN: 3936075492
49,90 EUR

Bestellen bei
Amazon: [hier](#)
[klicken](#)

Es ist nicht einfach, den richtigen Coach zu finden. Die Auswahl ist groß, die Marktauftritte der meisten Coaches dagegen sehr dezent und austauschbar. Oft bleibt beim Suchenden ein Gefühl der Unsicherheit: Trifft man die richtige Entscheidung? Schließlich beruht die Zusammenarbeit mit dem Coach auf einem besonderen Vertrauensverhältnis.

Wie sich nun ein Coach wirkungsvoll und überzeugend auf dem Markt präsentiert, zeigt Giso Weyand mit seinem Konzept des „Sog-Marketing“. Dahinter verbergen sich drei Prinzipien, die - konsequent angewandt - (fast) unwiderstehlich machen sollen: Positionierung, Inszenierung und Profilierung. Wie inszeniere ich mich wirkungsvoll, ohne ins Spektakuläre abzudriften? Wie setze ich meinen Außenauftritt konsequent und stimmig um? Und womit steigere ich meinen Bekanntheitsgrad? Weyand beantwortet diese Fragen und zeigt den Weg auf die Bühne der Experten.

Was das Buch von anderer Marketing-Literatur für Berater unterscheidet und speziell für einen Coach interessant macht, ist, dass sich die dort vorgeschlagenen Strategien und Instrumente auf einige besonders wirkungsvolle Möglichkeiten für Coaches konzentrieren. Auch die meisten gewählten Beispiele stammen aus dem Arbeitsfeld der Coaches. Und schließlich lernt der Leser den fiktiven Coach Louis Ludewig kennen: An seiner extra für dieses Buch erstellten Internetseite erlebt er die Kernelemente eines professionellen Online-Marktauftrittes für Coaches.



AUS- & WEITERBILDUNG

Direkt auf dem USB-Stick: Sprachkurse von IHK-lernen



Mit dem neuen Plug&Learn-USB-Stick von dp kann man jetzt Sprachkurse überall mit hinnehmen. Der Stick lässt sich einfach an jeden PC oder Laptop anschließen, an dem man arbeiten möchte.

Weitere Neuigkeiten im Sprachkurs-Angebot der IHK sind Business-Sprachkurse für Telefonieren, Meetings, Präsentationen und Verhandlungsführung – ab sofort auch in Französisch und Spanisch.

Quelle: www.ihk-lernen.de

Cert-EU: Europaweite Zertifizierungen mit System

Zusatzqualifikationen müssen standardisiert, objektiv und transparent gestaltet werden, nur so ist ein länderübergreifender Vergleich in Europa möglich. Der „Common European Framework of Reference for Language“ (kurz: CEF) ermöglicht jetzt die Zertifizierung von Fremdsprachenkenntnissen auf einer europaweit vergleichbaren Skala. Der CEF gibt Empfehlungen für Lehrer, Ausbildungskonzepte und die Beurteilung erworbener Fähigkeiten aus.

Künftig sollen über den Sprachenbereich hinaus auch andere Qualifizierungsbereiche eingebunden werden. In den Bereichen Office, Quality und Sales werden Qualitätsstandards nach europaweit einheitlichen Kriterien organisiert und nach identischen Bewertungsrichtlinien ausgewertet. Dazu hat die in London ansässige Cert-EU Ltd. eine internationale Quality Alliance ins Leben gerufen. Mitglieder der Quality Alliance sind Trainingsinstitute und Trainer, die sich auf die Einhaltung der Richtlinien entlang des CEF verpflichten.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.cert-eu.org

Neues Online-Tool: Selbstcoaching per Internet

Virtuelles Selbstcoaching, die eigene Entwicklung per Internet in die Hand nehmen – kann das funktionieren? Dieser Frage gingen Prof. Dr. Harald Geißler von der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg gemeinsam mit dem Unternehmensberater und Coach Dr. Peter Höher nach und entwickelten ein Tool für diese Form des Coachings.

Seit Anfang Januar 2007 steht das Instrument nun einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung. Das System gibt – ebenso wie ein guter echter Coach – keine Handlungs- oder Entscheidungsempfehlungen und bewertet die gegebenen Antworten auch nicht. Bei einem Test an 123 Probanden kam

diese Form des Coachings größtenteils gut an, nur sehr wenige bemängelten, dass sie sich eher den Kontakt zu einem Coach aus Fleisch und Blut gewünscht hätten, heißt es in der diesbzgl. Pressemitteilung.

Weitere Informationen und ein kostenloses Demo, von dem aus man kostenpflichtige Pakete buchen kann, unter: www.virtuelles-selbstcoaching.de

International Video Nights: Berater-Know-how aus den USA

Zu einer Veranstaltung der ganz besonderen Art lädt die Vereinigung German Speakers Association: In den International Video Nights überträgt die GSA per Videobeamer Highlights der vergangenen beiden Conventions der National Speakers Association veranstaltet hat.

Trainings- und Beratungs-Know-how aus den USA: So erfahren die Teilnehmer, wie man sich als Redner erfolgreich positioniert, lernt kundenorientierte Strategien kennen oder lernt, wie Referenten ihr Publikum begeistern können. Im Anschluss an die englischsprachigen Videos sollen Trainer und Berater, Referenten und Personalverantwortliche die Inhalte diskutieren.

Die Videoveranstaltungen finden zwischen April und November 2007 in München, Zürich, Frankfurt, Berlin, Wien und Stuttgart statt. Infos unter: www.germanspeakers.org

UNTERNEHMEN & PRODUKTE

BDVT-Zertifikat will die Qualifikation von Vertriebsleitern verbiefen

Was zeichnet eigentlich einen guten Vertriebsleiter aus? Orientierung im Bereich Vertriebsleiter möchte der BDVT mit einem von ihm erarbeiteten Berufsbild, das er durch Brief und Siegel bestätigt: den „Geprüften Verkaufs-/Vertriebsleiter“. Wer Brief und Siegel verleihen darf, bestimmt die Fachgruppe Verkauf. Sie prüft, ob die Ausbildungen der Anbieter die Fähigkeiten vermitteln, die ein Verkaufs- und Vertriebsleiter braucht. Mit der Zertifizierung wolle man nicht die Vielfalt der Qualifizierungen beschneiden, sondern ein allgemeingültiges Qualitätssiegel auf dem Markt etablieren.

Dem Prüfverfahren unterzogen haben sich bislang acht Weiterbildungsanbieter aus den Reihen des BDVT. Sie haben sich Anfang 2007 zum Verkaufs-/Vertriebsleiter-Qualifizierungs-Netzwerk (VQN) zusammengeschlossen, um den BDVT-Abschluss gemeinsam besser vermarkten zu können.

Weitere Infos unter www.bdvt.de

Cisco übernimmt WebEx

Cisco, weltweiter Marktführer im Bereich Networking, kauft das Unternehmen WebEx, das als Marktführer bei On-Demand-Collaboration-Anwendungen gilt. Die Netzwerk-basierte Lösung von WebEx für unternehmensübergreifende Zusammenarbeit erweitert Ciscos Strategie der einheitlichen Kommunikation, insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen. Die Akquisition soll im vierten Quartal des Cisco-Geschäftsjahres 2007 abgeschlossen sein.

Quelle: http://www.webex.de/de/pr/pr_de98.html

BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++*

Die Vertriebs- Offensive

Erfolgsstrategien für umkämpfte Märkte



Die Vertriebs-
Offensive.
Erfolgsstrategien für
umkämpfte Märkte.
Gabler Verlag.
ISBN: 3834904082
36,90 EUR
Bestellen bei Amazon:
[hier klicken](#)

In umkämpften Märkten wird es zunehmend schwierig, neue Kunden von seinen Produkten und Leistungen zu überzeugen. Unternehmen stehen heute mehr denn je vor der Frage, wie sich - trotz Verdrängungswettbewerb und Preiskampf - Umsatzsteigerungen erzielen lassen.

Die Antwort darauf liefert der Vertriebs- und Führungstrainer Dr. Ewald Lang mit dem prämierten Konzept der Vertriebs-Offensive. Die Vertriebs-Offensive unterstützt Unternehmen darin, neue und erfolgreiche Vertriebswege in der Neukundengewinnung und Potenzialausschöpfung von Bestandskunden zu bahnen. Agieren statt Reagieren, lautet sein Motto, denn blinder Aktionismus aus der Defensive richtet mehr Schaden an als er nützt. Der Praxiserfolg der Vertriebs-Offensive hat die Juroren des Internationalen Deutschen Trainingspreises überzeugt. Für ihr Konzept „Vertriebsoffensive Neukundengewinnung“ wurde die Münchner Unternehmensberatung ITO services soeben mit dem Internationalen Deutschen Trainings-Preis in Silber ausgezeichnet.



Ausführlich wird das prämierte Konzept in dem soeben im Gabler Verlag erschienenen Buch „Die Vertriebs-Offensive. Erfolgsstrategien für umkämpfte Märkte“ beschrieben. Mit Hilfe vieler Checklisten und Arbeitsmaterialien können Sie schnell vertriebs-offensive Strategien für Ihr Unternehmen entwickeln. Ein wichtiger Leitfaden für Unternehmer, Vertriebsleiter und Vertriebsmitarbeiter, die sich in umkämpften Märkten erfolgreich behaupten wollen.

Dr. Ewald Lang, ITO services: www.vertriebs-offensive.com

+++++

|

IDEEN & INITIATIVEN

Coaching-Flatrate: Telefonische Beratung rund um die Uhr

Der Draht zum Coach besteht jetzt 24 Stunden lang, verspricht Team Liscia aus Paderborn. Seit Anfang des Jahres bietet das Unternehmen eine Flatrate für Telefoncoaching und trägt damit dem Bedarf an flexibler Beratung, auch außerhalb der Arbeitszeiten, Rechnung.

Gebucht werden kann die Coaching-Flatrate nur von Unternehmen. Die von der Firma benannten Mitarbeiter nehmen an einer eintägigen Veranstaltung teil, in der die Arbeitsweise und die Zusammenarbeit erklärt wird. Die Coachees können ihren Betreuer dann rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche anklingeln. Ist niemand erreichbar, so wird ein Rückruf innerhalb von sechs Stunden garantiert.

Weitere Informationen erhalten Sie per E-Mail an: Coaching@TeamLiscia.de

Potenzial und Flexibilität: Bundesregierung fördert E-Learning

Damit das Potenzial der digitalen Medien in der beruflichen Bildung weiterentwickelt werden kann, will die Exekutive jetzt einen Beitrag leisten: Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert seit Januar 2007 innovative mediengestützte Qualifizierungsangebote der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Das Programm hat eine Laufzeit von vier Jahren.

Anbieter, die neue Konzepte des Online-Lernen entwickelt haben, können laufend ihre Projektskizzen einreichen. Gute Karten haben dabei Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen: Sie können bis zu 100 Prozent ihrer Auslagen zurückbekommen. Für Unternehmen sind 50 Prozent veranschlagt.

Quelle: www.bmbf.de/foerderungen/7323.php

LIEB-LINKS & WEBTIPPS

Das also ist des Poodles Kern: Sloodle verbindet Second Life mit Moodle

Das Open Source Projekt Sloodle (Second Life Object-Oriented Distributed Learning Environment) realisiert die Vorteile von Web 2.0 und geht noch weiter. Auf der Basis von Moodle bietet Sloodle eine Lernumgebung, die über die virtuelle Welt "Second Life"

betreten werden kann. Typische Elemente des Web 2.0 verbinden sich hier mit einer virtuellen Lernspiel-Erfahrung.

Wer sich mit seinem Second Life-Avatar bei Sloodle einloggt, kann sich für Kurse anmelden oder sie selbst gestalten. Videos und Wikis bieten in beiden Fällen Orientierung für die Teilnehmer, die zudem Blog-Einträge vornehmen oder zeitgleich in Chats von Moodle und Second Life diskutieren können.

Im 3D-Klassenraum von Sloodle kann der Avatar bewegt werden und per Mausclick Objekte berühren, um sie zu verändern oder im Lernprozess zu nutzen. Er kann Informationstafeln vergrößern, haptische Objekte bewegen und zusätzliche Räume betreten oder er kann auf einem Quiz-Chair platziert werden, um das erlernte Wissen spielerisch abzufragen.

Quelle: <http://www.checkpoint-elearning.de/article/3839.html>; Mehr Infos und Video: <http://www.sloodle.com/>

BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++*

**Kostenloser HR-
Fachbrief:**

IPA-Institutsbriefe



Internationalisierungsstrategien für den Mittelstand, Talent Management, Demografischer Wandel in Unternehmen – das sind einige der Themen-Ausgaben der IPA-Institutsbriefe. Kostenfrei für Unternehmer & Personalentscheider: [hier klicken](#)



Karrierethemen, Human Resources, Personalentwicklung, Training, Coaching und Organisationsentwicklung sind Ihre Themen? Dann sind die IPA-Institutsbriefe die richtige Lektüre für Sie!

- Nachrichten über aktuelle Trends und Entwicklungen auf dem HR- und Personalmarkt
- Studien und Umfragen
- interessante Ideen aus dem Bereich Personalentwicklung (PE) sowie
- News und Termine aus dem IPA Institut für Personalentwicklung und Arbeitsorganisation.

Ursula Vranken, GL IPA Institut:

www.ipa-consulting.de

„Der Mittelstand ist interessant für die Generation iPod“

Interview mit Wolfgang Clement zu Top-Strategien mittelständischer Unternehmen

Attraktiv, begehrt und ausgezeichnet, so präsentiert sich der „neue Mittelstand“ – zumindest beim Wettbewerb TOP JOB, in dessen Rahmen seit Jahren regelmäßig die 100 besten Arbeitgeber im Mittelstand ausgezeichnet werden. Mentor des Projektes ist Bundeswirtschaftsminister a. D. Wolfgang Clement, den wir zu den Top-Strategien des Mittelstandes befragt haben.

text-ur.de: Herr Clement, „viele Unternehmen erwarten zwar von ihren Beschäftigten eine hohe Loyalität, sind aber selbst häufig nicht mehr bereit, sich ihnen gegenüber mit ähnlicher Verbindlichkeit zu verpflichten“, heißt es in der aktuellen Ausgabe des Buches TOP JOB, das die 100 besten Arbeitgeber Deutschlands vorstellt. Welche „Verbindlichkeiten“ sind denn aber besonders erfolgssichernd, was machen die 100 besten Arbeitgeber besser als ihre vielen zehntausend Wettbewerber? Und was können diese von den Besten lernen?

Wolfgang Clement: Die TOP JOB-Arbeitgeber zeigen ihren Mitarbeitern Perspektiven auf und bieten ihnen Möglichkeiten, sich im Unternehmen weiterzuentwickeln. Das ist der Unterschied: Die 100 besten Arbeitgeber im Mittelstand begreifen Personalarbeit anders als viele ihrer Wettbewerber und haben eine andere Vorstellung davon, was ein guter Arbeitgeber ist und sein soll. TOP JOB-Unternehmen verstehen Personalarbeit als einen zentralen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie.



Wolfgang Clement

Dem liegt die Auffassung zugrunde, dass Mitarbeiter Partner des Unternehmens sind, mit denen man gemeinsam die unternehmerischen Ziele erreichen möchte. Das heißt, dass die ausgezeichneten TOP JOB-Arbeitgeber ihren Mitarbeitern genau die Loyalität entgegenbringen, die sie im Gegenzug auch von ihnen erwarten und erwarten dürfen. Sei es durch Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie, umfassende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten oder auch gemeinsame Aktivitäten. Die Aussage „Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital“ ist da kein Lippenbekenntnis, sondern gelebte Managementphilosophie.

Ein weiterer Unterschied: TOP JOB-Unternehmen haben die Zeichen der Zeit erkannt und wissen, dass sie in der heutigen globalisierten Welt nur eine Chance haben, wenn sie ausgezeichnete Mitarbeiter haben. Das gilt namentlich für Facharbeiter, Techniker, Ingenieure, Spezialisten im Bank- oder IT-Bereich, die immer knapper werden und für die man sich als ausgesprochen guter Arbeitgeber bekannt machen muss. Dies tun sie mit ihrer Teilnahme an TOP JOB.

text-ur.de: Kreativität als Motor der innovativen Entwicklung des Mittelstandes: Dieses Schlagwort ist in aller Munde. Und wird auch in den Erfolgsstorys des Buches häufiger erwähnt. Wie sorgen mittelständische Firmen aber für (mehr) Kreativität? Wie können sie die Kreativität der Mitarbeiter jenseits der Lippenbekenntnisse stärken und für den eigenen Erfolg nutzen?

Wolfgang Clement: Das ist ganz klar eine wichtige Managementaufgabe! Eine Kategorie, in der sich die Teilnehmer des TOP JOB-Wettbewerbs beweisen mussten, war das „Interne Unternehmertum“. Hier wurde untersucht, inwieweit das Management die Beschäftigten dazu ermuntert, selbst Verantwortung zu übernehmen und ihren Arbeitsbereich, ihr Unternehmen mit guten und kreativen Ideen weiterzuentwickeln. Dazu gehört, dass die Verantwortlichen in ihren Abteilungen eine Vertrauenskultur aufbauen und leben. Ein Umfeld also, in dem die Mitarbeiter kalkulierte Risiken eingehen und – ganz wichtig! – auch mal Fehler machen dürfen. In einer solchen Atmosphäre gedeiht auch Kreativität.



Wenn dann im Budget noch ein fixer Posten als internes Venture Capital festgeschrieben ist, hat man ideale Voraussetzungen für eigenverantwortliche, kreative Mitarbeiter geschaffen.

Natürlich darf Kreativität aber nicht in Chaos ausarten. Dazu ist es wichtig, ein strategisches Ideenmanagement und KVPs (kontinuierliche Verbesserungsprozesse) zu etablieren. So bekommen die Mitarbeiter auch das Gefühl, dass ihre Ideen und Vorschläge ernst genommen und umgesetzt werden. Mehr Motivation ist gar nicht nötig.

text-ur.de: Soziologen und Arbeitsforscher haben eine neue Mitarbeitergeneration ausgemacht: Die nach 1980 geborenen, technisch versierten „Millennials“. Was sie auszeichnet: Sie arbeiten in Netzen, teilen ihr Wissen und ihre Meinungen in vielerlei Foren, skypen, casten und bloggen, sind spaß- und ethisch orientiert – nur besonders loyal sind sie nicht. Ist der deutsche Mittelstand eigentlich wirklich bereit für die „Generation iPod“? Wie kann der Mittelstand sich interessant für die Millennials machen, sie finden, binden, behalten?

Wolfgang Clement: Ich glaube gar nicht, dass mittelständische Unternehmen – zumal die durch TOP JOB ausgezeichneten – sich speziell für die Millennials interessant machen müssen. Ich glaube vielmehr, sie sind es bereits. Einiges, was sich die Millennials wünschen, finden sie gerade hier vor: flache Hierarchien, schneller Zugang zu Informationen, große Flexibilität in der Arbeitsweise

Dazu kommen bei den TOP JOBlern die ausgezeichnete Unternehmenskultur sowie die Kommunikation im Unternehmen – davon kann die Zufriedenheit der Mitarbeiter ja entscheidend abhängen. Eine offene Kultur ist auch offen für die Bedürfnisse der Mitarbeiter, reagiert darauf und greift die Ideen der Beschäftigten auf. Insbesondere im Mittelstand haben Millennials daher die Chance, ihre Arbeitswelt aktiv mitzugestalten. Und umgekehrt haben gerade Mittelständler so die Möglichkeit eines „natürlichen Wachstums“ gemeinsam mit den Millennials. Denn wenn sie mit Arbeit, Kollegen und Umfeld zufrieden sind und Perspektiven sehen, verspüren selbst Millennials nicht den unbändigen Drang, ihren Job wechseln zu wollen.

Andererseits ist der Mittelstand heute technisch gewiss nicht flächendeckend auf dem neuesten Stand. Vor allem in Punkto „mediale Ausstattung“ ist in etlichen Betrieben noch Potenzial vorhanden. Aber ich denke, Mittelständler tun auch gut daran, nicht jedem Hype hinterherzulaufen. Das kann das Budget überstrapazieren, und das Unternehmen läuft eventuell Gefahr, an Authentizität zu verlieren. Nichtsdestotrotz haben mittelständische Betriebe gute Chancen, sich rasch und vor allem auf angemessene Art und Weise fit zu machen für die Millennials.



Stichwort: TOP JOB

Um in den Kreis der 100 besten Arbeitgeber aufgenommen zu werden, müssen die Firmen in einem dreistufigen Verfahren bestehen: Ein Fragebogen erfasst die Kennzahlen des Unternehmens, im zweiten Schritt folgt eine etwa fünfzehnminütige Online-Mitarbeiterbefragung. Abschließend werden in einem zweiten Fragebogen die Instrumente der Personalarbeit abgefragt. Bewertet werden sechs Kategorien: Führung und Vision, Motivation und Dynamik, Kultur und Kommunikation, Mitarbeiterentwicklung und Perspektive, Familien- und Sozialorientierung sowie Internes Unternehmertum.

Die ausgezeichneten Unternehmen erhalten u. a. einen individuellen Benchmarkingbericht sowie Unterstützung bei der Vermarktung.

Die Bedingungen und Ausschreibungsunterlagen finden sich auf der Website

http://www.topjob.de/documents_topjob/1984.asp

text-ur.de: Schauen wir mal an das andere Ende der Altersskala. Dass Mitarbeiter angesichts der demografischen Entwicklung länger werden arbeiten müssen, ist unstrittig. Das ist auch bei den meisten mittelständischen Unternehmen angekommen. Doch haben sie die Kapazitäten, die Ressource der „best agers“ wirklich gut einzusetzen, weiterzubilden, zu motivieren? Die Arbeitsplätze an die sich ändernden Bedürfnisse der älteren Belegschaften anzupassen? Denn das wird nach allen Studien notwendig sein – statt umgekehrt.

Wolfgang Clement: Einen Kapazitätsengpass sehe ich vor allem, wenn man wartet bis zum St. Nimmerleinstag. Der Aufwand ist nicht so übermächtig, wenn man diesen Aspekt heute schon in der Unternehmens- und Personalstrategie berücksichtigt und auch umsetzt. Einige TOP JOBler tun dies schon in vorbildlicher Weise. Beispielsweise die Joh. Winklhofer & Söhne GmbH & Co. KG, die maßgeschneiderte Programme speziell für ihre älteren Mitarbeiter entwickelt hat. Oder die defacto call center GmbH aus Erlangen: Der dortige geschäftsführende Gesellschafter Gerald Schreiber ist gleichzeitig Schirmherr der lokalen Initiative „Jobaktiv 50+“ und kümmert sich damit explizit um die Belange älterer Arbeitnehmer.



Aber ich geben Ihnen recht: In Zukunft wird es immer wichtiger, sich richtig auf die neuen Altersstrukturen im Unternehmen vorzubereiten und ältere Mitarbeiter noch besser zu integrieren. Deshalb soll diesen Punkten künftig beim Wettbewerb TOP JOB auch ein noch größerer Stellenwert eingeräumt werden.

text-ur.de: Keine Frage, der deutsche Mittelstand wird immer internationaler, ist zunehmend auf den Märkten der Welt aktiv. Doch spiegelt sich das „im Inneren“? Laterale Führung, Talentmanagement, Employability-Programme, Führungskräftecoaching, Company-Branding – das sind nur einige der Begriffe und Gedanken aus der aktuellen Human-Ressources-Arbeit, die selbst bei den im Buch präsentierten 100 besten Arbeitgebern nicht vorkommen. Perpetuiert sich hier nicht vielleicht das Mittelmaß im Mittelstand? Welche (HR-)Maßnahmen sehen Sie persönlich als zukunftsentscheidend an?

Wolfgang Clement: Einige der von Ihnen genannten Instrumente werden im Mittelstand bereits erfolgreich eingesetzt. Ich denke da beispielsweise an das Führungskräftecoaching oder auch das

Talentmanagement: Bei etlichen der TOP JOB-Unternehmen sind dies schon längst etablierte Instrumente im Personalmanagement. Dennoch: Die Güte der Personalarbeit misst sich nicht an der Zahl der eingesetzten Instrumente und Methoden, sondern daran, ob diese zum Unternehmen passen, und vor allem daran, ob sie dazu beitragen, die Unternehmensziele zu erreichen. Somit ist die Prämisse, das scheinbare Fehlen internationaler Standards bei der Personalarbeit mache deutsche Mittelständler per se zu mittelmäßigen Arbeitgebern, falsch – und die TOP JOBler beweisen es: Der Mittelstand ist alles andere als Mittelmaß.

text-ur.de: „Das 21. Jahrhundert ist weiblich“ postuliert ein neues Erfolgsbuch. Doch nur knapp jede 10. Führungskraft in Deutschland ist eine Frau – auch wenn ihr Anteil seit Jahren insbesondere im Mittelstand stetig wächst. Glauben Sie, dass der Mittelstand von weiblichen Chefs und weiblichen Strategien profitieren wird? ... und welche zählen Sie dazu?

Wolfgang Clement: Eines vorweg: Ich glaube nicht, dass Frauen die besseren Führungskräfte sind – sie sind aber auch keinesfalls die schlechteren. Am ehesten kann man wohl sagen, dass Frauen allgemein etwas anders führen. Sie agieren mit mehr diplomatischem Geschick, bei ihnen sind Konsens- und Teamfähigkeit ausgeprägter, Ellenbogendenken und die Konzentration auf die eigene Karriere stehen dagegen nicht so sehr im Vordergrund. Auch nehmen sie die Belange ihrer Mitarbeiter vielleicht eher und anders wahr. Wobei natürlich auch hier die berühmten Ausnahmen die Regeln bestätigen, pauschal gültige Aussagen lassen sich zu einem solchen Thema sowieso nicht tätigen.

Ich bin aber davon überzeugt, dass der Mittelstand von kompetenten weiblichen Führungskräften profitiert, ebenso wie er es von ihren kompetenten männlichen Pendanten tut. Die richtige Mischung aus Top-Managerinnen und Top-Managern wird es machen. Und wenn es zukünftig mehr von den Ersteren gäbe, wäre das ganz sicher eine Bereicherung.

Herr Clement, wir danken für das Interview.

Im Buch „TOP JOB – Die 100 besten Arbeitgeber im Mittelstand“ (Redline), stellen die Herausgeber Prof. Dr. Heike Bruch und Wolfgang Clement diese Vorzeigeunternehmen vor: Redline, 2007, ISBN-10: 3636014633, ISBN-13: 978-3636014634, 19.90 EUR



DISCLAIMER

Zum Abbestellen des kostenlosen TEXT-UR textrapid-Fachdienstes returnieren Sie einfach eine Antwort an redaktion@text-ur.de mit dem Betreff „abbestellen“. Anmelde- und Abmeldeformular auch unter <http://www.text-ur.de/unternehmen/text-rapid-anmeldung.htm>

Presseinformationen/Pressemitteilungen, Nachrichten und Buchhinweise bitte ausschließlich an redaktion@text-ur.de senden.

Alle Informationen sind in den jeweils unten an den News angefügten Webadressen (links) recherchiert oder wurden der Redaktion durch Dritte übermittelt. Für die Richtigkeit dieser Informationen übernimmt die Verfasserin des Fachbriefes/Newsletters keinerlei Gewähr. Eine Beratung oder sonstige Angaben sind in jedem Fall unverbindlich und ohne Gewähr, eine Haftung wird ausgeschlossen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird keine Haftung für die Inhalte externer Links übernommen. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Verwendete Bezeichnungen und Markennamen unterliegen im Allgemeinen einem warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichen Schutz der jeweiligen Besitzer, dieser wird hier nicht angerührt.

Der Fachbrief ist als Newsletter nicht-kommerziell und dient ausschließlich informatorischen, nicht-kommerziellen Zwecken. Eine Verpflichtung zur Veröffentlichung von zugesandten Presseinformationen/Pressemitteilungen besteht nicht. Die Verfasserin behält sich ausdrücklich vor, Nachrichten und Presseinformationen zu werten, zu redigieren, zu kürzen und zu kommentieren.

Impressum (nach Presserecht und Teledienstegesetz):

TEXT-UR Text- und Relations Agentur Dr. Gierke, Schanzenstraße 23, 51063 Köln, Tel: 0221 . 95 64 90 570, Fax: +49 (0) 221 . 28 28 743,
Redaktion : Dr. Christiane Gierke, Kathleen Voigt,
eMail. redaktion@text-ur.de, Internet: www.text-ur.de