

Betriebliches Bildungsmanagement

INHALT:

1. Aktuelle Entwicklungen

1.1 Kürzere Erstausbildung	02
1.2 Fachkräftemangel	02
1.3 Sinkende Halbwertszeit von Wissen	02
1.4 Wandel zur Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft	02
1.5 Sicherung gesetzlich vorgeschriebener Qualifizierungen	03

2. Ganzheitliche Betrachtung

2.1 Strategische Ausrichtung	03
2.2 Einbeziehung aller Mitarbeiter	03
2.3 Weiterbildungscontrolling	03

Zwischenfazit 04

3. Betriebliches Bildungsmanagement

3.1 Definition	04
3.2 Aufgaben des Bildungsmanagements	04
3.3 Bereiche des Bildungsmanagements	04

Fazit 05

Deutscher Bildungspreis 05

MANAGEMENT SUMMARY:

Der Wandel zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft sowie die Globalisierung stellen neue Herausforderungen an die Arbeitskräfte. Gleichzeitig werden die Erwerbstätigen in Deutschland älter und weniger. Die Unternehmen stehen im Spannungsfeld dieser Entwicklungen und kämpfen um wirtschaftlichen Erfolg und um qualifizierte Arbeitskräfte.

Die Potenziale jedes Einzelnen zu entdecken, lebensphasenübergreifend zu fördern und effektiver zu nutzen, stellt die zentrale unternehmerische Aufgabe der Zukunft dar. Aus dem Bildungsschlagwort „Lernen fürs Leben“ ist längst der Begriff des „lebenslangen Lernens“ geworden. Nur mit einer ganzheitlichen Sichtweise auf das Lernen und Qualifizieren wird es gelingen, Menschen besser und länger in das Arbeitsleben zu integrieren und damit nicht nur ihre Arbeitsleistung zu optimieren, sondern auch ihr Wohlergehen zu fördern. „Lebenslanges Lernen“ ist heute ein häufig genannter Idealzustand, allerdings besteht real meist noch eine große Kluft zwischen mündlichen Bekenntnissen und tatsächlichen Maßnahmen.

Dieser Beitrag zeigt auf, in welchem Umfeld sich die Unternehmen bewegen, welchen Herausforderungen sie sich stellen müssen, was ein betriebliches Bildungsmanagement umfasst und wie es zur erfolgreichen Unternehmensführung beitragen kann. Das dem Artikel zu Grunde liegende Qualitätsmodell betrieblichen Bildungsmanagements wurde von den Initiatoren des Deutschen Bildungspreises erarbeitet. (www.deutscher-bildungspreis.de)

1 Aktuelle Entwicklungen

Unternehmen bewegen sich in immer komplexeren Handlungsfeldern und müssen dabei verschiedene gesellschaftliche, politische und makroökonomische Trends berücksichtigen. In unserem Zusammenhang spielt vor allem einer dieser Trends eine herausragende Rolle: Durch die demographische Entwicklung werden überproportional viele Menschen in den nächsten Jahrzehnten in Rente gehen und damit einen Großteil des Wissens mitnehmen. Personalverantwortliche schätzen, dass durch Arbeitnehmer, die in Rente gehen, mehr als ein Drittel ihres individuellen Wissens für die Firmen unwiederbringlich verloren geht. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie "Learntec Monitor Ageing Workforce".

1.1 Kürzere Erstausbildung

Die Zeitspanne der Erstausbildung verkürzt sich stetig, etwa durch das achtjährige Gymnasium in vielen Bundesländern und die Umstellung vieler Studiengänge von Diplom- auf Bachelor- und Master-Abschlüsse. Gleichzeitig wird mit steigender Lebenserwartung das Renteneintrittsalter weiter nach hinten verschoben. Das führt zu einer längeren Lebensarbeitszeit: Die Altersstruktur des Arbeitskräftepotenzials wird sich in den kommenden Jahren und Jahrzehnten deutlich verschieben. Waren im Jahr 2000 noch 21 Prozent der Arbeitskräfte zwischen 15 und 29 Jahre alt, werden es 2040 nur mehr 19 Prozent sein. Noch deutlicher sind die Effekte bei den Älteren: 23 Prozent der Arbeitskräfte waren im Jahr 2000 mindestens 50 Jahre alt oder älter. 2040 werden das schon wesentlich mehr sein, nämlich 32 Prozent (*Quelle: Statistisches Bundesamt*).

1.2 Fachkräftemangel

Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigen alle Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter. Bereits jetzt können jedoch viele Stellen nicht mehr besetzt werden, weil die entsprechenden Qualifikationen auf dem Arbeitsmarkt nicht verfügbar sind. Diese Situation wird sich in den nächsten Jahren weiter verschärfen. Das bedeutet, dass Unternehmen künftig einerseits mehr in die Weiterbildung und die Bindung ihrer Mitarbeiter investieren müssen. Andererseits müssen sie sich aber auch bemühen, für die wenigen noch verfügbaren Arbeitskräfte möglichst attraktive Arbeitgeber zu werden. Durch intelligentes und innovatives Employer Branding bietet sich die Möglichkeit, sich gegenüber den großen Unternehmen wirkungsvoll zu platzieren. Das Arbeitgeberranking der WirtschaftsWoche aus dem Jahr 2011 bildet diesen Trend ab: Für viele Berufsanfänger sind nicht mehr Kriterien wie Bezahlung und Firmenwagen ausschlaggebend, sondern ein gutes Arbeitsklima, Wertschätzung und intellektuelle Herausforderung. 60 Prozent der befragten jungen Berufstätigen nannten eine ausgeglichene Work-Life-Balance als wichtigstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl.

Unternehmen, die sich konsequent und kreativ um den Erfolgsfaktor Mensch kümmern, sind beim Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter die entscheidende Nase vorne. Insbesondere KMU laufen Gefahr, sich zu spät mit den Herausforderungen zu befassen. Sie haben selten schlüssige Konzepte – und können sich keine eigene Personalentwicklung leisten. KMU sind aber eine wichtige Säule der erfolgreichen Wirtschaft: Im Jahr 2000 gab es in Deutschland

rund 3,3 Millionen mittelständische Unternehmen mit rund 20,1 Millionen Beschäftigten. Das sind 99,7 Prozent aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen. Sie beschäftigten 69,7 Prozent aller Arbeitnehmer (*Quelle: IfM*).

Gerade mittelständische Unternehmen sind in vielen Belangen kreativer und flexibler als Konzerne und können sich dadurch als attraktive Arbeitgeber positionieren und vom Wettbewerb differenzieren. Dabei geht es häufig nicht nur darum, qualifizierte Arbeitskräfte für sich zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden, sondern auch darum, talentierte Nachwuchskräfte zu entdecken und dann gezielt zu fördern. Ein strukturiertes Bildungsmanagement kann hierfür ein wertvoller Leitfaden sein – auch für das Recruiting.

1.3 Sinkende Halbwertszeit von Wissen

Für Unternehmen ist Wissensverlust mit einem Wettbewerbsnachteil gleichzusetzen, da Beherrschung der Informationsflut, Erwerb und sinnvolle Verteilung von erfolgsrelevantem Wissen für die Marktposition und den künftigen wirtschaftlichen Erfolg fundamental sind. Heute geht man davon aus, dass der Anteil des Faktors Wissen an der Gesamtwertschöpfung in einem durchschnittlichen Unternehmen mit etwa 50 bis 70 Prozent zu beziffern ist.

(*Quelle: www.wissensmanagement-der-zukunft.de*).

Natürlich unterlag Wissen schon immer einem gewissen Verfall, doch solange sich die Aktualität von Wissen mit der Länge eines Menschenlebens halbwegs deckte, war dieses Phänomen kaum von Bedeutung. Heute schrumpft die Halbwertszeit von Wissen merklich, jedoch je nach Art des Wissens und je nach Branche in unterschiedlichem Tempo.

Mit 50 Prozent Wertverlust des Wissens rechnen Experten:

- bei Schulwissen nach 20 Jahren
- bei Hochschulwissen nach 5 bis 10 Jahren
- bei berufsbezogenem Fachwissen nach 2 bis 10 Jahren
- bei technologischem Wissen nach 2 bis 5 Jahren
- bei IT-Wissen nach 1 bis 2 Jahren

(*Quelle: www.wissensmanagement-der-zukunft.de*)

Eine wissensorientierte Unternehmenskultur fördert neben der Verteilung von Fachwissen auch die sozialen und medialen Kompetenzen der Mitarbeiter. Sie stärkt damit „nebenbei“ all jene Kompetenzen der Mitarbeiter, die bei einer immer kürzeren Gültigkeit des Wissens deutlich an Bedeutung gewinnen werden und die im Verbund mit dem Einsatz eines Bildungsmanagements aus Unternehmen „lernende Organisationen“ machen.

1.4 Wandel zur Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft

Zwischen 1976 und 1996 waren rund 90 Prozent der neu gegründeten Unternehmen (in Westdeutschland) Dienstleistungsunternehmen (vgl. *Willke 1999*). Im Jahr 2000 gab es in Deutschland rund 3,3 Millionen mittelständische Unternehmen, davon war fast die Hälfte – genau 48,9 Prozent – in der Dienstleistungsbranche tätig.

(*Quelle: www.tatsachen-ueber-deutschland.de
www.statistikportal.de*)

Gerade für Dienstleistungsunternehmen stellen die Mitarbeiter das höchste Gut dar. Ihr Wissen und ihre soziale Kompetenz sind das Gesicht und das Fundament für erfolgreiches Wirtschaften. Wissen wird immer wichtiger. Unternehmen sind immer mehr auf „Wissensarbeiter“ angewiesen, die in der Lage sind, schnell auf sich verändernde Marktbedingungen zu reagieren und Innovationen voran zu treiben. Auch wenn Wissen schon immer wichtig war für Arbeit und Wirtschaft, gewinnt es doch immer stärker an Relevanz.

Auch in der Produktion nimmt die Bedeutung von Wissen zu, da Maschinen und Prozesse komplexer werden und sich die Bedienung der Maschinen aufwändiger gestaltet. Die Betriebe stehen vor der Herausforderung, relevantes Wissen zu analysieren, aufzubereiten, zu speichern und an die richtigen Stellen im Unternehmen zu verteilen. Dabei profitieren sie von leicht zugänglichen Informationsquellen und von flexiblen Informationsstrukturen.

1.5 Sicherung gesetzlich vorgeschriebener Qualifizierungen

Vom Ersthelfer über einen Datenschutz- und Sicherheitsbeauftragten bis hin zur Fachkraft für Laserschutzfragen – Unternehmen müssen zahlreiche Beauftragte benennen und umfassend ausbilden. Dazu sind sie aufgrund zahlreicher gesetzlicher oder behördlicher Vorschriften und Normen verpflichtet. Viele Betriebe haben jedoch – häufig aus Unwissenheit – gar keine oder nicht alle benötigten Beauftragten benannt. Des Weiteren sind in vielen Aufgabenfeldern regelmäßige Fortbildungen vorgeschrieben, deshalb benötigt ein Unternehmen ein systematisch aufgebautes Beauftragtenwesen.

Oft werden in den Einrichtungen die Mitarbeiter zwar benannt, aber die geforderten Schulungen und die Intervalle der Unterweisungen nicht eingehalten. Das Beauftragtenwesen ist tatsächlich je nach Unternehmensgröße und Tätigkeitsfeld sehr vielschichtig. Ein systematisches Bildungsmanagementsystem ermöglicht eine kontinuierliche Verfolgung und Sicherung der Rechtmäßigkeit.

2 Ganzheitliche Betrachtung

Die deutsche Zusatzenerhebung zu CVTS2 (2000) zeigt, dass 32 Prozent der Unternehmen in Deutschland sich der Bedeutung des lebenslangen Lernens durchaus bewusst sind und dieses für unverzichtbar halten. Weitere 53 Prozent sehen das lebenslange Lernen ebenfalls als wichtig an, für sie stehen aber betriebliche Ziele im Vordergrund. Nur 15 Prozent der Unternehmen begrenzen ihre betriebliche Weiterbildung strikt auf betriebliche Ziele und sehen lebenslanges Lernen immer noch als Aufgabe des Individuums an.

Die positiven Bekenntnisse zur Bedeutung der beruflichen Weiterbildung werden aber nur nachlässig in die Tat umgesetzt: Nach dem Berichtssystem Weiterbildung (BSW IX 31) sank in Deutschland die Weiterbildungsteilnahme der 19- bis 64-Jährigen an beruflicher Weiterbildung von 29 Prozent im Jahr 2000 auf 26 Prozent im Jahr 2003. Auch die Ergebnisse der europäischen Weiterbildungserhebung BIBB / Berufliche Weiterbildung in Deutschland CVTS2 bestätigen diese im internationalen Vergleich niedrigen Teilnahmequoten. Die deutsche Teilnahmequote ist im europäischen Vergleich unterdurchschnittlich. Im Zuge der Globalisierung benötigen

Mitarbeiter in der ganzen Welt eine einheitliche Ausbildung, um überall die geforderten Qualitätsansprüche von Kunden und Lieferanten zu erfüllen.

2.1 Strategische Ausrichtung

Bildungsmanagement kann nur dann erfolgreich sein, wenn es mit Weitblick und einer klaren strategischen Grundlage betrieben wird. Es ist kein Selbstzweck, sondern dient der Erreichung der betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Ziele.

Jedes Unternehmen verfügt über eine mittel- und langfristig ausgerichtete Unternehmensstrategie. Sie beschreibt die Zielvorstellungen bezüglich der zu erwartenden Entwicklung bei Märkten, Dienstleistungen und Produkten. Um diese zu erreichen, benötigt das Unternehmen Mitarbeiter mit bestimmten Kompetenzen und Qualifikationen. Genau an dieser Stelle setzt die Bildungsstrategie an, die aus den Unternehmenszielen Bildungsaufgaben ableitet. Diese werden dann in der Bildungsplanung für das ganze Unternehmen und für jeden einzelnen Mitarbeiter konkretisiert und operationalisiert.

2.2 Einbeziehung aller Mitarbeiter

Zahlreichen Untersuchungen zufolge gewinnen berufliche Bildungsprozesse über alle Altersklassen hinweg an Bedeutung. Aber: Das Berichtssystem Weiterbildung zeigt, dass über 50-Jährige im Vergleich zu jüngeren Personen deutlich seltener an beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen. Im Jahr 2003 waren dies zum Beispiel nur 17 Prozent im Vergleich zu 31 Prozent in der Altersgruppe der 35- bis 49-Jährigen. Das wird sich ändern müssen. Das Potenzial der älteren Arbeitnehmer muss besser genutzt werden. Diese Personengruppe bringt einen unbezahlbaren Erfahrungsschatz in das Unternehmen ein.

Darüber hinaus zeigte sich, dass auch die Stellung im Unternehmen einen Einfluss auf die Teilnahme an betrieblichen Weiterbildungskursen hat: Die Teilnahmequote von Führungskräften war sechsmal höher als die von un- oder angelernten Arbeitskräften (*Quelle: CVTS2 - 1999*). Auch das wird sich in Zukunft ändern müssen, um möglichst viel qualifiziertes Arbeitskräftepotenzial zu heben. Bildungsmanagement muss die Fähigkeiten aller Mitarbeiter analysieren und entwickeln, auch und gerade das Potenzial der technischen und gewerblichen Beschäftigten.

2.3 Weiterbildungscontrolling

Nach der jüngsten Erhebung, die im Sommer 2005 erfolgte, wurden im Jahr 2004 für alle Beschäftigten in Deutschland insgesamt 26,8 Milliarden Euro für die berufliche Weiterbildung aufgewandt. Davon entfielen zwei Drittel auf indirekte Kosten, das heißt die Weiterzahlung von Löhnen und Gehältern, Reisekosten et cetera. Ein Drittel des Betrags wurde für direkte Kosten aufgewandt, das heißt für die Honorare externer Trainer und für externe Lehrveranstaltungen. Daraus errechnet sich für die Weiterbildungsanbieter ein relevantes Marktvolumen von insgesamt rund 9 Milliarden Euro für das Jahr 2004 (*Quelle: Lünendonk Marktstichprobe 2005*).

Vier Prozent der deutschen Unternehmen verfügen über ein internes Weiterbildungszentrum. 44 Prozent der Unternehmen führen eine systematische Überprüfung des Weiterbildungserfolgs durch (*Quelle: europäische Erhebung zur Weiterbildung in Unternehmen CVTS2 - 1999*).

Das Weiterbildungscontrolling ist extrem wichtig, nicht nur um die quantitativen Einheiten Weiterbildungsbedarf, Frequentierung und Budgetierung zu überprüfen, sondern vor allem auch um die qualitativen Effekte nachzuhalten. Mit Hilfe von Arbeitsproduktivitätskennziffern, Arbeitsqualität und weiteren Indikatoren wie Mitarbeiterzufriedenheit und Fluktuation werden Rückschlüsse auf die Rentabilität gezogen. Bildungscontrolling schafft Transparenz in der betrieblichen Bildungsarbeit und somit die Grundlage für ein strategisches Bildungsmanagement.

Zwischenfazit

Den vielfältigen Anforderungen, die sich aus den demographischen, wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen für die Personalpolitik eines Unternehmens ergeben, kann nur mit einem systematischen Vorgehen begegnet werden. Ein ganzheitlicher Ansatz eines Bildungsmanagementsystems hilft, alle relevanten Positionen zu berücksichtigen, um entsprechend reagieren und vor allem auch vorausschauend aktiv werden zu können.

3 Betriebliches Bildungsmanagement

In Wissenschaft und Praxis ist der Begriff Bildungsmanagement häufig mit dem Management von Bildungseinrichtungen, Schulen, Universitäten und Volkshochschulen verknüpft. Immer stärker tritt jedoch der Aspekt der betrieblichen Bildung hinzu und findet seit einigen Jahren auch in der Wissenschaft verstärkt Beachtung. Diese Entwicklung ist in jedem Fall sinnvoll und logisch.

3.1 Definition

Wenn das Wissen und die Fähigkeiten der Mitarbeiter zum entscheidenden Gut eines Unternehmens werden, muss der Umgang mit diesen Aspekten im Management besonders betrachtet werden. Spezielle Aufmerksamkeit verdient der Begriff Management. Dabei geht es um das Gestalten, Lenken und Weiterentwickeln einer Organisation, um strukturierte Herangehensweise, vorgegebene Prozesse und um Zielerreichung bei einem vorgegebenen Mitteleinsatz. Der klassische Managementgedanke wird also auf den Bildungsbereich eines Unternehmens übertragen.

Betriebliches Bildungsmanagement betrachtet den unternehmensweiten Erwerb und die Sicherung von Wissen und Kompetenzen im Sinne einer systematischen und erfolgskontrollierten Förderung der Fähigkeiten der Mitarbeiter. Dabei müssen die beruflichen Erwartungen und Wünsche der Einzelnen mit den Erfordernissen der Arbeitsaufgaben und mit den Geschäftszielen des Unternehmens in Einklang gebracht werden. Das Bildungsmanagement umfasst alles, was mit betrieblichen Lernprozessen zusammenhängt, berücksichtigt ökonomische Gestaltbarkeit, den Zusammenhang mit anderen Managementsystemen und die Erfolgsbedeutsamkeit. Es ist eine integrative Teilmenge des allgemeinen Managements.

3.2 Aufgaben des Bildungsmanagements

Heute lassen sich drei Tätigkeitsschwerpunkte im Bildungsmanagement beobachten: Lehren, Planen/Leiten und Beraten. Allerdings wurden die drei Bereiche in der wissenschaftlichen Reflexion sowie in den gängigen Konzepten zur Qualität im Unternehmen bislang noch sehr unterschiedlich beleuchtet. Der Lehr-/Lernprozess wurde in der Andragogik, sowie in zahlreichen Prozess- und Interaktionsmodellen intensiv analysiert. Der Aspekt Planung wurde gut beschrieben, wenn es um die konkrete Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen geht. Strategische Betrachtungen und umfassende Ansätze im Sinne einer Erstellung von Lernkontexten sind jedoch bislang noch zu wenig eingeflossen. Hauptsächlich geht es in der Praxis um die konkrete Umsetzung von Maßnahmen. Beratung schließlich tauchte bislang in der Auseinandersetzung noch wenig auf.

3.3 Bereiche des betrieblichen Bildungsmanagements

Die Leitlinien des Unternehmens und die Bildungsstrategie bilden die Grundlagen für das Handeln im Bildungsmanagement. Sie fließen in die Bildungsplanung und die unternehmensbezogene Bedarfsanalyse ein. Daraus ergibt sich die Programmplanung der anzubietenden Bildungsmaßnahmen. Die Management- und Führungskultur bestimmt Motivation und Verhalten der Mitarbeiter.

Um die strategischen Anforderungen erfüllen zu können, muss das Bildungsmanagement in der Unternehmensstruktur hierarchisch möglichst hoch angesiedelt und organisatorisch sinnvoll aufgebaut und vernetzt sein. Das Personal im Bildungsmanagement muss mit qualifizierten Ressourcen ausgestattet werden, sodass es die avisierten Aufgaben zuverlässig und in hoher Qualität erfüllen kann. Für jede Bildungsmaßnahme muss eine entsprechend professionelle Infrastruktur bereitgestellt werden.

Die Durchführung beschreibt die konkrete Erbringung der Bildungsleistung. Das Personal im Bildungsmanagement organisiert die verschiedenen Maßnahmen, koordiniert die verbundenen Parteien und Dienstleister und berät die lernenden Mitarbeiter.

In der Kontrollphase stehen Transfersicherung, Evaluation und Bildungscontrolling im Vordergrund. Da diese direkt auf die Planung der weiteren Maßnahmen und gegebenenfalls die Ausrichtung des Bildungsmanagements insgesamt einwirken, sind sie gleichzeitig dem Punkt Strategie zuzuordnen. Das Bildungsmarketing unterstützt das Bildungsmanagement bei der Kommunikation ins Unternehmen und hat deshalb ebenfalls strategischen Charakter.

Aus dieser Herangehensweise ergeben sich drei übergeordnete Hauptbereiche des betrieblichen Bildungsmanagements, die das Qualitätsmodell des Deutschen Bildungspreises abbildet:

- Strategie: Der Bereich umfasst übergreifende, unternehmensweite Themen, also die Bedarfsanalyse, die Bildungsplanung und das Bildungscontrolling. Dabei sind langfristige Entwicklungen wie ein zu erwartender Personalbedarf und -wechsel ebenso zu berücksichtigen wie demographische Entwicklungen, die Praxistransfersicherung und die Budgetierung.

- **Struktur:** Das Bildungsmanagement benötigt feste Strukturen, um nachhaltig wirksam sein zu können. Sowohl bei der Unternehmensführung als auch bei den Mitarbeitern muss es fest verankert sein. Das heißt konkret, dass dafür feste personelle Zuständigkeiten und alle benötigten Ressourcen bereitgestellt werden. Mitarbeiter aller Funktionsstufen werden einbezogen und auch die Infrastruktur muss aktuellen Lernanforderungen entsprechen.
- **Operationalisierung:** Dieser Bereich umfasst die Umsetzung von Weiterbildungsmaßnahmen und konkretisiert diese. Flexible lerntypengerechte Wissensvermittlung nach verschiedenen Zeitmodellen und Medienformen, interne oder externe Leistungserbringung und Beratung gehören zu den grundlegenden Themen der Operationalisierung.

Fazit

Ein optimales und systematisches Bildungs- und Talentmanagement kann Unternehmen helfen, die aktuellen und künftigen Herausforderungen professionell anzugehen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Mit einem ganzheitlich orientierten Bildungsmanagement werden Lehr- und Lernprozesse initiiert, geplant, durchgeführt und ausgewertet. Nachhaltige strategische Vorgaben definieren den Rahmen für die Struktur des Bildungsmanagements. Eine systematische Bildungsbedarfsanalyse, effektives Controlling und ein starker Fokus auf Transfer und Praxisbezug ermöglichen eine optimale Bereitstellung der Bildungsmaßnahmen. Das Unternehmen wird so zu einem „lernenden System“ beziehungsweise zu einer „lernenden Organisation“.

Der fachliche Austausch mit großer Praxisnähe kann bei diesem Thema Hilfe und Bereicherung gleichzeitig sein. Die Unternehmen der ZIP können mit ihren Erfahrungen, Best Practices und Dienstleistungen helfen, den optimalen Weg für die komplexe Herausforderung Betriebliches Bildungsmanagement zu finden.

Deutscher Bildungspreis

Unternehmen, die die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter professionell vorantreiben und über ein systematisches Talentmanagement verfügen, können sich in diesem Jahr erstmalig um den Deutschen Bildungspreis bewerben. EuPD Research und die TÜV SÜD Akademie initiieren den Deutschen Bildungspreis für Unternehmen.

Der Preis wird in fünf Kategorien vergeben. Ganz gezielt werden auch mittelständische und kleinere Unternehmen zur Teilnahme aufgefordert. Sie sind der Motor der deutschen Wirtschaft und für ihre Innovationskraft und kreativen Lösungen bekannt. Interessenten können sich ab sofort bewerben unter www.deutscher-bildungspreis.de.

Kurzprofil Zukunftsinitiative Personal:

HR-Lösungen und Methoden, die heute schon existieren und ihren Nutzen täglich belegen, können als Erfolgsfaktoren eine Arbeitswelt im Wandel unterstützen. Das ist die Kernthese, die die „Zukunftsinitiative Personal (ZIP)“ durch Veranstaltungen, Informationen, Best-Practice-Lösungen und Kampagnen vermitteln möchte. Ziel der Initiative ist es, Unternehmen für die Chancen zu sensibilisieren, die ein strategisches Management und eine effektiv eingesetzte Software-Lösung im Bereich Human Resources bieten.

Initiatoren sind (alphabetisch):

ATOSS Software AG, Dr. Scherf Schütt & Zander GmbH, GFOS mbH, HANSALOG GmbH & Co. KG, NetSkill AG, perbit Software GmbH, SAP AG, sovanta® AG, SP_Data GmbH & Co. KG, spring Messe Management GmbH & Co. KG, TÜV SÜD Akademie GmbH, VEDA GmbH

Weitere Veröffentlichungen:

■ HR-Lösungen für den demographischen Wandel - ein Überblick!

www.competence-site.de/zukunftsinitiative-personal/HR-Loesungen-fuer-den-demographischen-Wandel-ein-Ueberblick

Wolfgang Witte

Januar 2011

■ Die Kosten des demografischen Wandels

www.competence-site.de/personalmanagement/Die-Kosten-des-demografischen-Wandels

Guido Zander

Februar 2011

■ Strategisches Personalmanagement: Ein zentrales HR-Instrument für Unternehmen

www.competence-site.de/zukunftsinitiative-personal/Strategisches-Personalmanagement-Ein-zentrales-HR-Instrument-fuer-Unternehmen

Manuel Egger

März 2011

■ „Zukunft gestalten“: Talentmanagement im personalpolitischen Handlungsmix

www.competence-site.de/zukunftsinitiative-personal/Zukunft-gestalten-Talentmanagement-personalpolitischen-Handlungsmix

Dr. Ralf Gräßler

Oktober 2011

■ Betriebliches Gesundheitsmanagement: Psychische Gesundheit

www.competence-site.de/zukunftsinitiative-personal/Betriebliches-Gesundheitsmanagement-Psychische-Gesundheit

Kerstin Reviol

Februar 2012

Kontakt:

Zukunftsinitiative Personal (ZIP)

Dr. Winfried Felser (Sprecher)

NetSkill AG

Salierring 43

50677 Köln

Tel. +49 (0) 221 – 719 48 95

Fax +49 (0) 221 – 719 48 97

Mobil: +49 (0) 178 - 55 66 312

E-Mail: kontakt@zukunftsinitiative-personal.de

URL: <http://www.zukunftsinitiative-personal.de>



ZUKUNFTSINITIATIVE PERSONAL