



Lernen und Arbeiten werden eins.

Die neue Corporate Academy

Der digitale Wandel hält mit hoher Geschwindigkeit Einzug in die heutige Arbeitswelt und wird sie nachhaltig verändern.

"Die neue Corporate Academy"

LERNEN UND ARBEITEN WERDEN EINS.

Materna TMT GmbH

Nina Moeller (Leitung Learning & Development)

Abstract

Der digitale Wandel hält mit hoher
Geschwindigkeit Einzug in die heutige
Arbeitswelt und wird sie nachhaltig
verändern. Um nicht im Wettbewerb
zurück zu bleiben, müssen Unternehmen zunehmend auf die fortschreitende Digitalisierung reagieren. Wesentlich für die Leistungsfähigkeit eines

Unternehmens wird das Potential der Mitarbeiter sein. Neue Formen der Zusammenarbeit und der Weiterbildung verlangen nach Mitdenken und Motivation. Es sind entscheidende Faktoren im Wettstreit um Innovationen und Nachwuchskräfte.

1. Industrie 4.0 – Wo bleibt der Mitarbeiter?

Im Jahr 2025 werden vermutlich acht Milliarden Menschen online sein. Bereits heute sind geschätzte sechs Milliarden Mobiltelefone im Einsatz, dazu rund zwei Milliarden Internetnutzer, die 789 Millionen Laptops und 743 Millionen Desktop-PCs nutzen.

Die Datenmenge, die durch die weltweiten Datenautobahnen transportiert wird, verdoppelt sich nach jetzigen Berechnungen alle neun Monate. Diese Zahlen zeigen, dass sich die Digitalisierung in den nächsten Jahren stark entwickeln wird. Digitaler Wandel, Ressourcensicherung und Verteilungsgerechtigkeit werden die maßgeblichen Hauptschlagzeilen des Weltgeschehens in den kommenden Jahren sein. Davon sind Gesellschaften, Politik und Wirtschaft gleichermaßen betroffen.

Das Konzept des digitalen
Wandels ist bei Weitem noch keine
Erfolgsgeschichte, denn Deutschland
tut sich schwer mit der Revolution.

Nur sechs von zehn Unternehmen in Deutschland fühlen sich optimal auf das Thema Industrie 4.0 vorbereitet. Doch die Mehrheit der deutschen Unternehmen sieht Industrie 4.0 als Chance, zeigt eine Studie der Unternehmensberatung McKinsey im März 2015. Allerdings fehlt diesen Unternehmen eine digitale Strategie. Andernorts ist der digitale Wandel fortgeschrittener.

Der Wettbewerb passt die Unternehmensstrategie frühzeitig dem digitalen Wandel an und überholt die Konkurrenz. Die Kampfansage der digitalen Revolution lautet: "Alles, was digitalisierbar ist, wird digitalisiert. Alles, was vernetzt werden kann. wird vernetzt". Das ist mehr als nur ein globales Innovationsthema. Es geht um neue Wettbewerber, die traditionelle Geschäftsmodelle angreifen. Die Schlagwörter der digitalen Revolution sind: Schnelligkeit, Vernetzung, digitale Kompetenz. Es geht um Verlust von Branchen, Arbeitsplätzen und auch um die

weltweite Beherrschung von Märkten.
Industrie 4.0 bringt ein Spannungsfeld
zwischen neuen Technologien,
moderner Personalentwicklung und
dynamischen Organisationsformen mit
sich. Wichtig ist, dass der Mensch selbst
in der digitalen Revolution nicht außer
Acht gelassen wird.

Mit der Digitalisierung wird sich die Arbeit in der Industrie verändern. **Durch die Automatisierung** entstehen Verschiebungen, es werden Arbeitsstellen wegfallen und neue entstehen. Die Veränderung bringt einen Strukturwandel mit sich, der auch Folgen auf die jetzige Qualifizierung der Arbeitnehmer hat. Wer heute qualifiziert ist, kann in Zukunft dequalifiziert sein. An dieser Stelle ist neues Wissen gefragt, denn die Industrie arbeitet nicht ohne den Menschen. Doch die Industrie wird nur funktionieren, wenn die Belange der Arbeitnehmer mit einbezogen werden. An dieser Stelle müssen das Unternehmen und der Mitarbeiter zusammen den Weg in die Industrie 4.0 gehen. Mit dem Aufbau fortschreitender Kompetenzen und neuem Wissen der Mitarbeiter wird der Weg zur digitalen Revolution geebnet.

2. Zu überwindende Distanzen

Trotz der Chancen, die der Wandel bietet, verbreiten die gesellschaftlichen Veränderungen in der Aufgabenstruktur mehr Ängste als den Sinn nach Revolution. Die Distanz, die in vielen Unternehmen gegenüber der Digitalisierung herrscht, hat unterschiedliche Gründe:

- Weder Vorgesetzte noch Personalabteilungen wissen, über welche digitalen Fähigkeiten ihre Mitarbeiter verfügen.
- Personalabteilungen liegen heute in der Regel keine effiziente, digitale Datenbasis vor, mit der sie die Qualität der Mitarbeiter in einen strategischen Personalentwicklungsprozess überführen könnten.
- Demzufolge machen sich IT-Abteilungen wenig Mühe, den Menschen die digitalen Arbeitsmöglichkeiten zu geben, die sie tatsächlich brauchen. Statt zu fragen "Was kann und was braucht der Einzelne?" werden vermeintlich kostengünstige Lösungen aus Rahmenverträgen gesucht. Betriebsräte konservieren dieses Verhaltensmuster, weil sie hinter jeder Individualisierung den Verlust von Gleichheit als höchstem Gut des Betriebsfriedens sehen.
- Die Unternehmensberatung McKinsey beklagt im April 2015, dass Vorstände und Führungskräfte oft glauben, die Konzentration auf Renditen und Kennzahlen sei wich-

- tiger als Menschen zu "managen". Sie überließen den Personalabteilungen die administrative Arbeit mit dem Personal ohne strategischen Impact, was ein zentraler Fehler sei. Die betriebliche Weiterbildung wird daher in Unternehmen durch die Personalabteilungen eher verwaltet und ist weit davon entfernt, Teil einer strategischen und kontinuierlichen Personalentwicklung zu sein.
- Die Komplexität des operativen Geschäfts hat nach Ansicht des Organisationswissenschaftlers Heiko Roehl dazu geführt, dass sich in vielen Unternehmen erhebliche organisatorische Zentrifugalkräfte entwickelt haben: Die Verantwortung wurde zunehmend in die einzelnen Wertschöpfungseinheiten übertragen. Außerhalb der Geschäftsführung gibt es allerdings keinen zentralen Ort im Unternehmen mehr, an dem der Überblick über Personal und dessen Qualität gewahrt wird.

3. Die neue Corporate Academy als Instrument zur Gestaltung des digitalen Wandels

Laut einer Studie von McKinsey im März 2015 betrachten Unternehmen das Wissen ihrer Mitarbeiter als größtes Hindernis zur Industrie 4.0.

Doch dem digitalen Wandel können sich die Unternehmen kaum entziehen. Die Arbeitswelt verändert sich so rasant wie nie, Mitarbeiter und Unternehmen müssen sich auf die veränderten Bedingungen einstellen und nachhaltig qualifizieren.

Das bedeutet, es muss ein Zugang zum digitalen Wandel vermittelt werden.
Social Communitys, Wikis, Blogs,
Corporate Intranet und Collaboration
Plattforms sind vielen Unternehmen ein Begriff.

Diese digitalen Plattformen haben schon jetzt die Kommunikation in Unternehmen verändert. Das gilt es nun auch in der Weiterbildung zu übernehmen: Mit der Corporate Academy. In dem neuen Konzept der Corporate Academy findet eine Verbindung von lern- und Arbeitswelten statt. Als zentrale Plattform gibt sie eine Antwort auf den weltweiten Bildungswandel, auf die digitale Revolution mit ihrer Vernetzung und Globalisierung. Es muss ein Umdenken stattfinden in der Art, wie Weiterbildung im Unternehmen vermittelt wird.

3. 1 Das lernende Unternehmen

Digitalisierung erfordert Schnelligkeit, Wandel. Motivation und Mitdenken.

Die Realität verändert sich mit zunehmender Geschwindigkeit: was heute eine richtige Antwort ist, kann sich morgen als falsch herausstellen. Bei diesem Wandel braucht es ein mitdenkendes Unternehmen, zu dem auch der einzelne Mitarbeiter gehört. Wichtig ist eine erfolgreiche Kommunikation und demokratische Teilhabe an den internen Entscheidungsprozessen. In einer fortschrittlichen Unternehmenskultur gehört Mitdenken zum gelebten Alltag. Ein wesentlicher Punkt für den Know-How-Aufbau ist die Motivation. Mitarbeiter lernen Inhalte, die sie im Arbeitsalltag anwenden, das steigert die Motivation sich weiter zu entwickeln. Diese Zufriedenheit ist ein hohes Gut für das Unternehmen um innovativ zu bleiben. Der mitdenkende Mitarbeiter ist eingebunden und motiviert, weil

er zum Mitentscheider wird. Für das Management ist dies eine Bedrohung und Herausforderung. Mit dem digitalen Wandel kommt die Lerner-Revolution, diese fordert das Unternehmen heraus, das selbstständige Denken ihrer Mitarbeiter als Bereicherung für den Unternehmenserfolg zu verstehen. Eine gute Unternehmenskultur kann die Vorbehalte und Ängste der Mitarbeiter ernst nehmen und gleichzeitig Raum für begründeten Optimismus und Zuversicht setzen. Ein lernender Ort, der den Menschen in den Mittelpunkt stellt, ist dafür die richtige Antwort. Der Kulturwandel in einem Unternehmen ist ein Kraftakt. den die Führung initiiert, vorantreibt und begleiten wird. Mit dem digitalen Lernort implementiert sich eine Institution, die für die Notwendigkeit des Wandels steht, diesen einfordert und zur Selbstverständlichkeit macht.

3. 2 Lernen und Arbeiten werden eins

Der digitale Wandel fordert
einen neuen Lernraum. Zwischen
neuen Technologien, moderner
Personalentwicklung und
dynamischen Organisationsformen
sind neue Konzepte und Plattformen
notwendig, um Wissenserwerb und
produktives Arbeiten miteinander
zu verknüpfen und nachhaltig zu
verankern.

In der digitalen Lernwelt erhalten
Mitarbeiter ihren persönlichen
Informationsraum und sind gleichzeitig
im Arbeitsnetzwerk eingebunden.
Lernen und Arbeiten werden eins.
Das ermöglicht die digitale Welt am
Computer oder dem mobilen Endgerät
sowie ein individuell aufbereitetes und
relevantes Lernangebot, zugeschnitten
auf den realen Arbeitsplatz.

Wichtig hierbei ist, dass sich das individuelle Lernkonzept an den Rhythmus, die Wissensbasis des Einzelnen und den Handlungsdruck des Unternehmens anpasst. Es konzipiert sich ein zellulares, wandelbares, bedarfsgerechtes und dezentral organisiertes Netzwerk. Diese neue Art der Corporate Academy dient nicht nur als Weiterbildungsinstitution.

Als zentrale, digitale Plattform verbindet sie Weiterbildung, Wissensmanagement und Kommunikation und verfolgt ein neues Bildungs- und Personalentwicklungsprinzip, bei dem Wissen nachfrageorientiert angeboten wird. Es profitieren Mitarbeiter und Unternehmen.

4. Zum Protagonisten des Wandels werden

Die Entscheidung Lernen, Wissen und Bildung in einem neuen Informationsraum in die Nähe der Unternehmensstrategie zu rücken, kann nur von der Geschäftsführung getroffen werden.

Sie selbst muss von diesem Schritt überzeugt sein und verinnerlichen, dass sie damit Protagonist des digitalen Wandels wird und diesen nicht wie üblich delegieren kann.

Corporate Learning führt nicht nur dazu, Führungsgrundsätze und tradierte Organisationsstrukturen zu überdenken. Vielmehr wird sukzessive ein neues Unternehmen aufgebaut, das perspektivisch den wandelnden Bedingungen der digitalen Zukunft entspricht.

5. Über Materna TMT

Mehr wissen. Mehr bewegen: Das ist das Motto der Materna TMT.

Seit mehr als 30 Jahren bietet

Materna TMT innovative Software und

Services für die Branche Aus- und

Weiterbildung an. Das Produktportfolio
reicht von einer marktführenden

Seminarmanagement-Software
mit zugehörigem Webmodul über
verschiedene optional einsetzbare

Tools bis hin zu der innovativen,
webbasierten Lernplattform MaternaLernwelt.

Gleichzeitig hält das Dortmunder
Unternehmen Wissen für den
strategischen Rohstoff im globalen
Wettbewerb, der entscheidend
für den Unternehmenserfolg ist.
Materna TMT bietet strategische
Weiterbildungsberatung sowie
individuell konzeptionierte Corporate
Academies und Blended LearningProgramme, die mit multimedialen
Lernwelten kombiniert werden.

Als Anbieter von Corporate
Learning unterstützt der
Weiterbildungsdienstleister und
-berater Unternehmen dabei,
relevantes Know-How nachhaltig zu
verankern und sich zukunftssicher
aufzustellen.

Im Bereich Online Enabling Services ist es das Ziel der Materna TMT
Wissen aufzubereiten, über digitale
Vertriebskanäle zu verbreiten und
Geschäftsmodelle für Forschungseinrichtungen, Institutionen,
Beratungen und Verbände zu
entwickeln. Zudem konzipiert das
Unternehmen Standardkurse zu
Trendthemen aus Logistik, Handel und
Industrie.

Literatur-Angaben

Berger, R.:

"Unternehmen Lernen Online. Corporate Learning in Umbruch" in: Think Act, 2014

Christensen, C.:

The Innovator's Dilemma. When New Technologies Cause Great Firms to Trail.

Harvard Bussiness Review Press 1997

Roehl, H.:

Zukunftsfähige Führung. Die Gestaltung von Führungskompetenzen und – systemen. Bertelsmann Stiftung 2015

Gumbert. G.:

Janhaus, R.; Henkel, H.: Der TNH-Ansatz in der Praxis. German
Workshop on Approaches, 1996. S.
55-66.

McKinsey&Company:

"McKinsey-Studie zu Industrie
4.0: Deutsche Unternehmen
trotz wachsender Konkurrenz
zuversichtlich". In: Pressemitteilung
McKinsey&Company. Stand: 16. März
2015

Kontakt: Nina Moeller

tel. +49 231 5599-6014

mail: nina.moeller@materna-tmt.de

Materna TMT GmbH Voßkuhle 37c 44141 Dortmund