

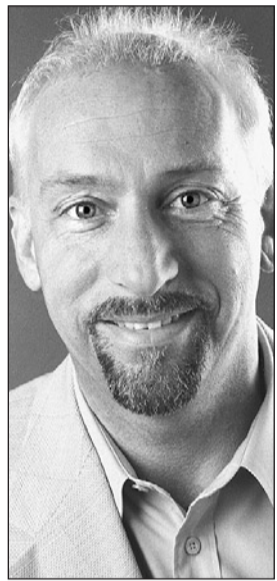
In drei Tagen ein neuer Mensch?

Workshops: Sie machen nur Sinn bei persönlicher, intensiver und konsequenter Vorbereitung und Auswahl.

Marcus A. Schildknecht

Gemäss der Studie «Weiterbildung in der Schweiz 2001» des Bundesamts für Statistik bilden sich schweizweit jährlich 1,9 Mio Erwachsene in 123 Mio Stunden fachlich weiter. Das ist beeindruckend. Und das Resultat der Bemühungen? CS, Swiss(air), Rentenanstalt und Co. lassen berechnete Zweifel daran aufkommen, ob die Unsummen, die in Weiterbildung investiert werden, Früchte tragen. Fachliche Inkompetenz führt zu einem ganz geringen Prozentsatz zu Problemen am Arbeitsplatz.

Marcus A. Schildknecht ist Inhaber der EQ Gruppe (Schweiz), Zürich



Die entscheidenden Anteile der Schwierigkeiten sind auf menschliche Unzulänglichkeiten zurückzuführen. Dies spricht für einen Bedarf an persönlichkeitsfördernder Weiterbildung. Diese fällt, aufgrund der Resultate der angebotenen, häufig undifferenzierten «Stangenware», in vielen Fällen als Erste den Sparmassnahmen zum Opfer. Das ist nachvollziehbar, stellt aber nicht die Lösung des Problems dar. Um was geht es bei der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden, die in einem

Arbeitsumfeld leben, das fachlich und menschlich immer mehr fordert, das höhere Flexibilität, Veränderungsbereitschaft und -fähigkeit verlangt? Wenn Sie Zeit und Geld in die Entwicklung Ihrer Mitarbeitenden investieren wollen, dann setzen Sie sich mit Ihren Beweggründen dafür auseinander. Beantworten Sie dazu folgende Fragen:

- Was ist der Auslöser, sich und Ihre Mitarbeitenden weiterzubilden?
- Wollen Sie aktuellen, künftigen, fachlichen und/oder menschlichen Problemen begegnen?
- Welches Ziel verfolgen Sie?
- Gibt es ein Ziel, das wahrnehmbar, messbar, attraktiv, realisierbar und terminiert ist? Ist es ein persönliches oder ein übergeordnetes Ziel?
- Passen die geplanten Themen zur Kultur Ihrer Firma?
- Welche Veränderung darf oder muss die Weiterbildung in den betrieblichen Alltag bringen?
- Wollen Sie, wollen vor allem aber auch Ihre Mitarbeitenden eine Veränderung?
- Wie bereiten Sie sich und Ihre Firma auf eine Entwicklung vor?
- Ist Ausbildung für Sie und Ihre Beschäftigten ein «Muss», ein «Darf», ein «Wollen» oder ein «Nice to have?»
- Sind Sie bereit, Zeit und Geld für einen Prozess zu investieren?
- Wollen Sie sich in das geplante Geschehen aktiv involvieren?
- Nach welchen persönlichen und fachlichen Kriterien suchen Sie die Trainer aus?
- Kennen Sie die Trainer (zum Beispiel durch die Teilnahme an einem Seminar)? Welche Wertvorstellungen und welches

Menschenbild bringen sie mit? Welche Verantwortung für die Auswirkungen (Spätfolgen) ihres Tuns und Lassens können und wollen sie übernehmen?

- Welches fachliche Verständnis haben die Trainer?
- Wie wird die Zusammenarbeit vertraglich geregelt (Contracting)? Gibt es ein Prozesscontrolling und rasche sowie flexible -anpassung, konsequente Budgetkontrolle wie auch eine Begleitung der am Prozess Teilnehmenden?
- Wie wird die Zielerreichung überprüft?

Betriebliche Aus- und Weiterbildung hat konkrete Auswirkungen auf die gesamte Organisation und muss entsprechend sorgfältig behandelt werden. Ein paar Seminartage zum Thema «Kommunikation für alle» werden nichts am Kern Ihrer aktuellen Situation verändern; wahrscheinlich genauso wenig wie der «Gang über glühende Kohlen».

Entscheidend ist, ob Sie die für Sie und Ihre Unternehmung richtigen Veranstaltungen mit den für Sie richtigen Ausbildern besucht haben. Um dies sicherzustellen, ist es nötig, dass Sie die Ausbildungsbedürfnisse genau definieren, sich der allseitigen Bereitschaft versichern, etwas verändern zu wollen und den Prozess dann starten, wenn Sie die entscheidenden Fragen beantwortet haben. Das wird Ihre Zeit in Anspruch nehmen. Doch die höhere und nachhaltige Erfolgsquote der ausgewählten Massnahmen wird Sie und Ihre Unternehmung langfristig mit Erfolg belohnen.

SHORTCUT

Gute Noten für die Post

Das Personal der Schweizerischen Post gibt seinem Unternehmen als Arbeitgeberin in der Umfrage 2002 gute Noten: Mit einem Zufriedenheitsindex von 66 Punkten (Vorjahr 65) auf einer Skala von 100 Punkten liegt die Post mit diesem Ergebnis im vorderen Feld der Unternehmen mit vergleichbaren Personalumfragen. Mit 78 Punkten (Vorjahr 77 Punkten) ist die bereits hohe Verbundenheit des Personals mit dem Unternehmen weiter gestiegen. In einer Zeit des Umbruchs mit vielen Veränderungen erachtet die Konzernleitung die jüngsten Ergebnisse der Personalumfrage als bemerkenswerte Resultate.

27 266 Personen oder knapp 60% der Mitarbeitenden hatten sich an der Mitte Juni abgeschlossenen Personalumfrage beteiligt, das sind 10% mehr als im Vorjahr. Um ein bis zwei Indexwerte gestiegen sind die Zufriedenheitswerte bei den vom Wandel stark betroffenen Bereichen. Poststellen und Verkauf (Umbau Poststellennetz), Briefpost (Reorganisation Briefzentren) und Paketpost (Schliessung Paketzentrum Bern und Mülligen) befinden sich im Streubereich des Gesamtwertes der Post. Höhere Werte erzielte auch die bereits starke Verbundenheit des Personals mit dem Unternehmen: Mit 78 Punkten (Vorjahr 77) stellt dieses Resultat im Vergleich zu anderen schweizerischen Grossunternehmen einen Spitzenwert dar.