

«Teamcoaching» – gezielt die richtige Weiterbildung angehen

Die Aus- und Weiterbildung im beruflichen Alltag ist von zunehmender Bedeutung, um als Unternehmen nachhaltig Erfolg zu haben. Deshalb hat die Schweizerische Metall-Union gemeinsam mit MCT Consulting & Training GmbH ein auf die kundenspezifischen Bedürfnisse der SMU Mitglieder ausgerichtetes Projekt gestartet und, zusammen mit fünf SMU Betrieben in einer Pilotphase getestet. Über die Hintergründe haben wir im Forum 6/07 ausführlich informiert.

Warum eine kundenspezifische Bedarfsanalyse?

Ziel der Bedarfsanalyse ist es, ein auf die unterschiedlich strukturierten Betriebe effektiv ausgearbeitetes Aus- und Weiterbildungsprogramm zu gestalten. Sie will in Erfahrung bringen, was wir wissen, können und tun müssen, damit wir uns im aktuellen Markt erfolgreich behaupten können? Was hindert uns dabei und was macht uns erfolgreich?

Die Analyse vermittelt ein Bild über den Unternehmensbedarf, über die Bedürfnisse, Veränderungswünsche und die aktuellen Problemstellungen. Die Analyse ist mehr als nur eine Datensammlung über Soll-Werte. Sie ist gleichzeitig auch das Inventar über den aktuellen IST-Stand an Wissen, Können, Erfahrung, Verhalten und gibt Auskunft über die Potentiale der Mitarbeitenden.

Die Auswertung der gesammelten Daten ergibt die Grundlage um die Zielsetzungen und Massnahmenpläne für die Aus- und Weiterbildung aufzubauen.

SMU Pilot

Fünf Betriebe (davon drei aus der deutschen Schweiz und zwei aus der Romandie) haben sich bereit erklärt, im Rahmen einer Pilotaufnahme mitzumachen. Aus Datenschutzgründen bleiben diese Betriebe anonym – wir danken für Ihr Verständnis.

Die Befragung wurde in zwei Teile aufgeteilt:

• Prozessorientierung des Betriebes

Die Befragung erfolgt in 5 Gruppen: Verbesserungen, Führung, Mitarbeitende und Arbeitsgestaltung, Schnittstellen und Kundenorientierung.

Die Schnittstellen und der Grad der Kundenorientierung werden analysiert und es wird abgeklärt, ob das funktionale Denken oder die prozessorientierte Denkweise in einem Betrieb vorherrscht.

• A+W Bedarfsanalyse

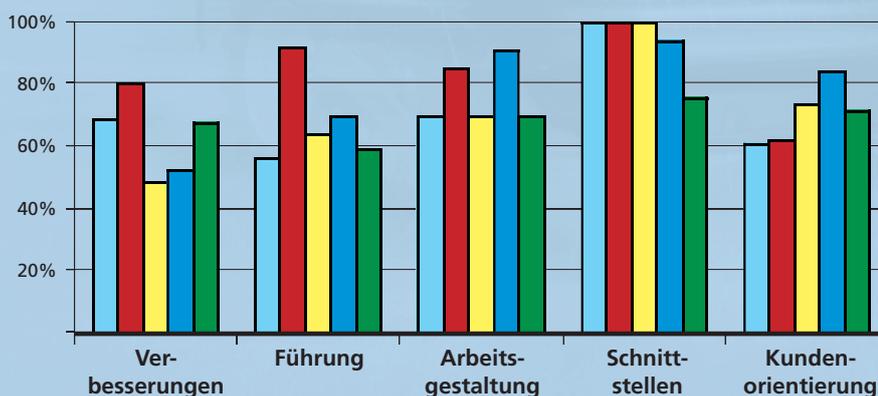
Analyse der effektiven Aus- und Weiterbildungslücken und feststellen der daraus resultierenden Massnahmen.

Befragung «Prozessorientierung»

Im Rahmen der Befragung werden einander jeweils zwei Aussagen gegenüber gestellt, die gewisse Tendenzen beinhalten. Je nachdem, in welche Richtung diese Tendenz führt, können Rückschlüsse auf die Prozessorientierung abgeleitet werden.

Bei der Befragung geht es darum, zu

Zusammenfassung aus der Befragung betreffend die effektive Prozessorientierung der fünf Pilotbetriebe (jede Farbe repräsentiert eine andere Unternehmung)



Wertung:

10 – 40%

Die Unternehmung hat eine stark funktionale Denkweise.

40 – 60%

Stark neutrale Denkweise (weder funktional noch prozessorientiert).

In diesem Falle müsste davon ausgegangen werden, dass sich die Unternehmung in einer Restrukturierungsphase befindet. Im schlimmsten Fall könnte es aber auch sein, dass diese Unternehmung den Führungsstil «laissez aller – laissez faire» anwendet.



unterscheiden, ob das funktionale Denken der Vorgesetzten und Mitarbeitenden vorherrscht oder bereits eine prozessorientierte Denkweise vorhanden ist (siehe Diagramm).

«Bedarfsanalyse» Aus- und Weiterbildungsmassnahmen

Aus der Befragung betreffend die effektiven Aus- und Weiterbildungs-

60 – 100%

Die Unternehmung hat eine stark prozessorientierte Denkweise. Durch gezielte Aus- und Weiterbildungsmassnahmen, sowohl in Fach- wie Sozialkompetenz, könnte der Betrieb seine Effektivität steigern.

Die Analyse der fünf Pilotbetriebe zeigt eine unterschiedliche Haltung. Dies obwohl festgestellt werden kann, dass in allen befragten Unternehmungen heute schon eine stark prozessorientierte Denkweise angewendet wird.

bedürfnisse der fünf Pilotbetriebe können folgende Schlussfolgerungen abgeleitet werden. (Dieser Teil der Befragung basiert auf einer strukturierten Befragung (Interview) von Betriebsinhabern und/oder Vorgesetzten in leitender Position.)

Wie wird der aktuelle Aus- und Weiterbildungsbedarf in Ihrer Unternehmung ermittelt?

Hier wird stark zwischen Fachkompetenz und Sozialkompetenz (weiche Faktoren) unterschieden.

• **Fachkompetenz**

(fachtechnische Weiterbildung)
Vorab darf erwähnt werden, dass das Kursangebot der SMU sehr hohen Anklang findet. Fast alle befragten Betriebe nutzen das breite Angebot und schicken regelmässig Mitarbeitende an die Kurse der SMU (Bremskurse, Kältemittel-Ausbildung, aber auch Kurse betreffend die MWST oder Lohnausweise etc.).

Einzig in der Romandie wird beklagt, dass hinsichtlich Angebot und Nachfrage eine Lücke besteht (insbesondere für die obligatorischen Kurse). Es wird darauf hingewiesen, dass die SMU Kurse in der Romandie ganz allgemein besser «verkauft» werden müssten.

Im Rahmen der Produkteschulung finden die Kursangebote der Lieferfirmen/Importeure starken Anklang.

• **Sozialkompetenz**

Obwohl der Bedarf für A+W Massnahmen im Bereich der Sozialkompetenz unumstritten ist, wird bemängelt, dass seitens der SMU diesbezüglich zuwenig Kurse angeboten werden.

In welchen Bereichen wurde bei den Pilotbetrieben ein Bedarf für Aus- und Weiterbildungsmassnahmen geortet?

• **Im Unternehmen**

– Arbeits- und Zeitmanagement / Umgang mit Stress



- Kommunikation / Kundenmanagement (Verkaufsschulung)
- Telefontraining
- EDV-Schulung
- Produkteschulung

- **Im Team**
 - Gesprächs- und Verhandlungsführung
 - Unternehmerisches Denken und Handeln
 - Persönlichkeitsentwicklung/Teamentwicklung (Stufe Mitarbeitende und Kader)
 - Führungsschulung / Coaching

- **Bei sich selbst** (Betriebsinhaber)
 - Unternehmensführungskurse

- Führungsschulung / Coaching (Stufe oberes Kader)
- Buchhaltungskurs

Alle Pilotbetriebe erhalten eine individuelle Auswertung und die Möglichkeit, je nach Themenbereich, weitere Module zu günstigen Spezialtarifen anzufordern. Jedes SMU Mitglied kann dort ansetzen, wo es direkten Nutzen bringt und ist nicht darauf angewiesen, an langwierigen Schulungsprozessen teilzunehmen. ■

forum Impressum

Fachinformation der Schweizerischen Metall-Union für die Bereiche Metallhandwerk und Landtechnik

Informations professionnelles de l'Union Suisse du Métal pour les domaines artisanat du métal et technique agricole

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben jährlich als Fachbeilage der Zeitschrift METALL
 Made de parution: 6 éditions par année comme tiré à part du journal METALL

Herausgeber/Editeur
 Schweizerische Metall-Union
 Seestrasse 105, Postfach, 8027 Zürich
 im Auftrag des Fachverbandes Metallhandwerk/Landtechnik, Chräjeninsel 2, 3270 Aarberg

Verlagsleitung/Direction de l'édition
 Urs Wiederkehr

Leitung forum/Direction du forum
 Andreas Furgler, bildungszentrum@smu.ch

Anzeigenverkauf/Régie d'annonces
 Schweizerische Metall-Union
 Fachverband Metallhandwerk/Landtechnik
 Monika Beuret, Chräjeninsel 2, 3270 Aarberg
 Tel. 032 391 70 28, Fax 032 391 70 29
 bildungszentrum@smu.ch

Redaktion und Layout/Rédaction, mise en page
 Publiprint AG, Hans Wyder
 Rosenstrasse 14, 2562 Port
 Tel. 032 385 17 91, Fax 032 385 17 92
 info@publiprint.ch

Druck und Versand/Impression et expédition
 Zürichsee-Druckereien AG
 Seestrasse 86, 8712 Stäfa
 Tel. 044 928 53 03, Fax 044 928 53 10, info@zsd.ch

Sind Sie interessiert, eine für Ihren Betrieb spezifische Analyse vorzunehmen?

Unsere Projektleiter, André Eltschinger oder Andreas Furgler, geben Ihnen gerne weitere Informationen zu Vorgehen und Kosten. Die betriebsspezifische Analyse bleibt in jedem Fall anonym. Sie alleine entscheiden über die Umsetzung möglicher Massnahmen.

Kontaktadressen

MCT
 André Eltschinger
 Management Consulting & Training
 Warpelstrasse 3
 3186 Düringen
 E-Mail info@mct-consulting.ch

SMU
 Bildungszentrum
 Andreas Furgler
 Chräjeninsel 2
 3250 Aarberg
 E-Mail a.furgler@smu.ch