

Bildungscontrolling: Weit mehr als nur Kostenbrille



Wien APA - Weiterbildung ist als gern gehörtes Schlagwort in aller Munde. Da aber die wirklich fetten Jahre in vielen Branchen vorbei sind, sehen sich Personalchefs zunehmend unter Druck, Qualifizierungsausgaben für Mitarbeiter zu rechtfertigen. Bildungscontrolling, hierzulande noch eher ein Stiefkind, wird deshalb in den kommenden Jahren verstärkt an Bedeutung gewinnen, ist Bernd Simon, Geschäftsführer von **Knowledge Markets Consulting**, einem Spin-Off und Partnerunternehmen der Wirtschaftsuniversität (WU) Wien, überzeugt. Wie man die Wirksamkeit von Fortbildungsmaßnahmen messen und steuern kann, erfahren Fachleute bei einem Symposium am 10. und 11. Dezember unter dem Titel "Learn to perform - Bildungscontrolling und Performance".

Oft fehle der Zusammenhang zwischen den beiden Komponenten Bildungscontrolling und Performance, so Simon gegenüber APA-ZukunftWissen. Dieser soll beim Symposium, zu dem das europäische Forschungsprojekt PROLIX lädt und das von Knowledge Markets gemeinsam mit der WU Executive Academy veranstaltet wird, deutlicher gemacht werden. Die Veranstaltung will einen Bogen von Qualifizierungs- und Bildungsmanagement über Lerntransfer bis hin zu Performance Monitoring spannen. Dabei steht laut Knowledge Markets der Einfluss auf den Unternehmenserfolg ständig im Fokus.

Die Wahrheit liegt im Budget

"Unternehmen wollen sparen, treibender Faktor für Bildungscontrolling ist die Budgetrechtfertigung", stellt der Wissenschaftler nüchtern fest. Dies gelte besonders für den heimischen Banken- und Finanzdienstleistersektor, der zum Teil mit grundlegenden Umstrukturierungen konfrontiert war und häufig nicht ist.

Chefs wollten bei Bildungsmaßnahmen zuallererst einen ROI (Return on Investment) sehen. Besonders in wissensgetriebenen Unternehmen werde die Unternehmenssteuerung aber auch durch die Bildungsbrille gesehen, erläutert Simon weiter. Grundsätzlich lässt sich Bildungsmanagement von zwei Seiten betrachten: aus der Sicht des Mitarbeiters - wie helfe ich ihm, seine "Employability" zu erhöhen, also seine Wettbewerbsfähigkeit am Arbeitsmarkt und im Unternehmen. Oder eben aus Unternehmenssicht - die Qualifizierung der Mitarbeiter soll zu höherer Rentabilität führen.

Bedarf erheben, umsetzen, auswerten

Bildungsmanagement - das beginnt für Bernd Simon bei der Bedarfsanalyse, setzt sich fort in der Umsetzung und endet mit der Evaluierung. Darin unterscheidet sich seine Definition von jener der zwei angloamerikanischen Keynote-Speaker des Symposiums. Während Jack J. Phillips vom **ROI Institute**, dem Erfinder des Return-on-Training-Investment, harte Fakten misst und rein auf das Ergebnis schaut, setzt Richard Phelps von **PriceWaterhouseCoopers**, Gründer des Saratoga Institute Europe, bei den Bilanzkennzahlen an.

Natürlich rechne sich der Ansatz von Jack Phillips erst bei größeren Trainings, meint Simon, der mit seinem Consultingunternehmen "softe" Kennzahlen misst. Der Vorteil: Diese Methode ist auch für kleinere Workshops oder Seminare geeignet. Doch lassen sich "weiche" Zahlen, wie die Lernkulturmessung, ebenso klar vergleichen wie harte Fakten? Ja, meint Simon, und weist auf die im Rahmen der ersten Knowledge Markets-Studie über die Effektivität von Bildungsmaßnahmen ("Bildungscontrolling-Studie") entwickelten validen Erhebungsinstrumente hin. "Die Einschätzung lässt sich vergleichen, sowohl intern als auch mit anderen Unternehmen. Das ist etwa so, wie die Bekanntheit von Marken zu messen", erläutert der Wissenschaftler. Sein Tipp: Wer sich am Symposium eine Kombination der drei Ansätze "abschaue", habe wahrscheinlich eine nahezu perfekte Lösung.

Einfach, aber effizient: Mitarbeitergespräch

Als wesentliches Instrument des Bildungscontrolling sieht Simon das Mitarbeitergespräch. "Weiterbildung macht oft einen großen Teil des Gesprächs aus", so der Consulter. Gemeinsam mit der Personalentwicklung könnten dann Bildungspläne entwickelt, umgesetzt und evaluiert werden. Einen aufwendigeren Weg bestreiten etwa Banken, um die Wirksamkeit von Seminaren zu messen: Eine Gruppe von Vertriebsmitarbeitern werde zur Weiterbildung geschickt, eine Kontrollgruppe nicht. "Dann wird geschaut, welcher Vertriebsapparat besser performt", erklärt Simon.

Service: Übrigens: Unternehmen, die an der zweiten Bildungscontrolling-Studie Interesse haben, können sich noch bis 13. April anmelden. Informationen dazu und einen Einblick in die Ergebnisse der 1. Studie sowie den wissenschaftlichen Abschlussbericht sind auf der **Knowledge Markets-Homepage** zu finden.

Symposium "Learn to perform" am 10. und 11. Dezember 2007 in der Wirtschaftsuniversität Wien, Großer Sitzungssaal, 2. Stock, Kern D.
Anmeldung: Barbara Huber, Organizing Chair, Tel. 01/31 336-4419, E-Mail: Barbara.huber@km.co.at

(Von Sylvie Maier/APA)

© APA - Austria Presse Agentur reg.GenmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Meldungen dürfen ausschließlich für den privaten Eigenbedarf verwendet werden - d. h. Veröffentlichung, Weitergabe und Abspeicherung ist nur mit Genehmigung der APA möglich. Sollten Sie Interesse an einer weitergehenden Nutzung haben, wenden Sie sich bitte an Tel. ++43-1/36060-5750 oder an zukunftwissen@apa.at.