

## Die Unternehmensakademie bil(n)det Kunden und Mitarbeiter - ein strategisches Instrument auch für den Mittelstand?

Gustav Kichler, März 2021

Starten wir von der Metaebene: Weiterbildungsangebote gibt es bereits in den meisten Unternehmen. Interessant ist allerdings die Tatsache, daß solche Angebote in größeren Unternehmen auf geringeres Interesse (siehe Abb. 1/ Teilnahmequote!) stoßen, als in kleineren. Der Schluss liegt nahe: Eine Unternehmensakademie in kleineren Unternehmen zu etablieren, würde auf sehr fruchtbaren Boden fallen.

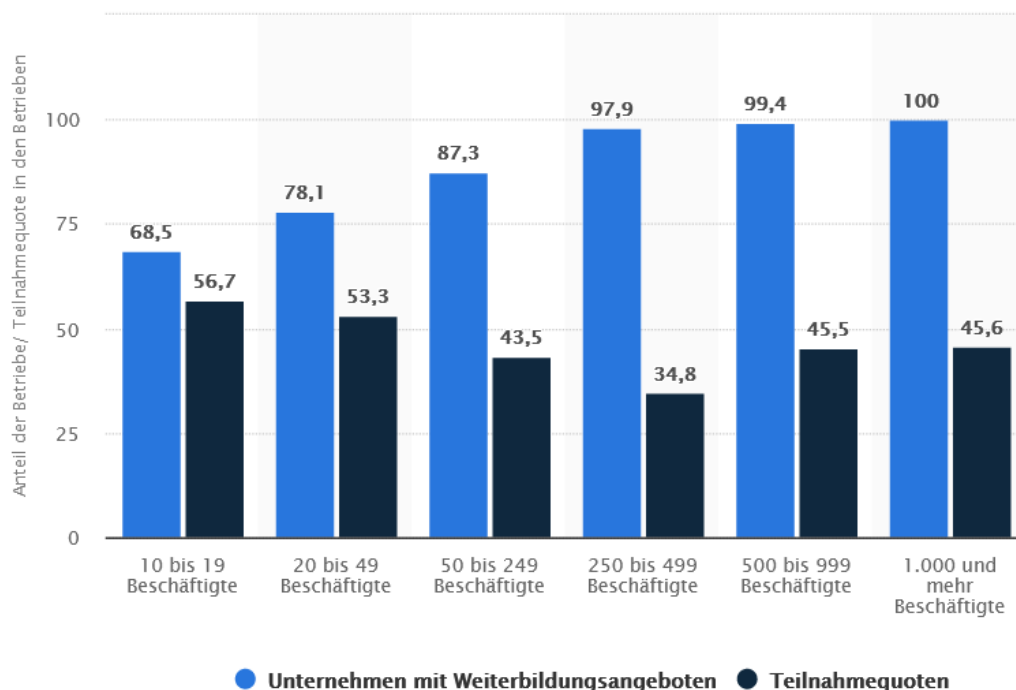


Abb.1: Anteil der Unternehmen in Deutschland mit Fort- und Weiterbildungsangebot und Teilnahmequoten in den Unternehmen im Jahr 2015 nach Unternehmensgröße<sup>1</sup>

### Worum geht es?

Zunächst sollten wir uns einmal von dem Gedanken verabschieden, daß Unternehmensakademien nur etwas für große Unternehmen sind. Starten wir im Kleinen, skalieren können wir später. Es geht grundsätzlich um zwei Zielgruppen, Mitarbeiter und Kunden. Unabhängig von der Zielgruppe ist jedoch das, was man mit seiner Akademie erreichen möchte:

- Kompetenzen entwickeln (bei Kunden und Mitarbeitern)
- Beziehungen aufbauen zu Mitarbeitern (intern) und Kunden (extern)
- Neues Geschäftsmodell: eine Akademie aufbauen, daß einer ganzen Branche zur Verfügung steht

## Was bringt eine Unternehmensakademie?

Eine Unternehmensakademie sichert eine lernende Organisation und ermöglicht den Mitarbeitern sich ständig weiterzubilden. Lernzertifikate, die am Markt anerkannt sind, erhöhen die Mitarbeiteridentifikation und -bindung. In der Außenwirkung wird es leichter, qualifizierte neue Talente für Ihr Unternehmen zu gewinnen. Die Unternehmensakademie ist eine Dienstleistung, die eine Differenzierung zum Wettbewerb ermöglicht. Kunden werden sich schwertun, ein Produkt zu wechseln, wenn sie dann auf eine qualifizierte Weiterbildung, die sie in ihrem Geschäft voranbringen, verzichten müssen. Voraussetzung für eine nutzenstiftende Akademie ist die Qualität, besser ein zertifizierter Qualitätsanspruch an Inhalt, Organisation (Direct-Learning, Blended Learning, Online-Training etc.) und Trainer. Ob Sie die Akademie in Eigenregie oder mit Bildungspartnern aufsetzen, liegt ganz an Ihrer individuellen Situation.

## Ein Beispiel: eine Medizintechnikfirma....

stellt hochwertige Geräte für den OP-Raum her. Die Bedienung allein, SW und HW benötigt intensivste Schulungen für Mitarbeiter und Kunden. Darüber hinaus geht es aber auch um die Prozessabläufe in einem OP-Raum, wo Pfleger, OP-Assistenten, Anästhesisten, Operateure und Techniker aufeinander eingespielt sein müssen. Die Medizintechnik wandelt sich ständig, Technologieeinsatz mit KI verändert ganze Prozessabläufe. Diesem ständig wandelbaren Bedarf an Spezialwissen können sich Unternehmen mit einer Ausbildungsstätte in Form einer Akademie annehmen.

## Wie gehe ich es an?

Zuerst sollte der Plan einer Unternehmensakademie in einem strategischen Konzept verankert werden. Die Frage ist einfach: Was will ich mit einer Akademie erreichen, welche Vorteile bringt sie mir? Danach sollten Sie eine Bestandsaufnahme machen: Welche Wissensressourcen sind bereits im Unternehmen vorhanden? Welches Spezialwissen entspringt den Produkten, der arbeitsumgebenden Umwelt und spezifischen Technologien? Welches Wissen ist bereits bei unserem wertvollsten Kapital, unseren Mitarbeitern, vorhanden? Wer hat ein Trainer-talent? In den nächsten Schritten entwickeln Sie Ihren Akademiefahrplan.

Der Aufbau einer Unternehmensakademie muß wohlbedacht sein. Die **CONSENZUM Managementberatung** unterstützt Sie gerne in der Konzeption und beim Aufbau einer Unternehmensakademie.

Gustav Kichler

## CONSENZUM - Managementberatung

kichler@consenzum.com | [www.consenzum.com](http://www.consenzum.com)

---

## Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge

---

(1) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/227114/umfrage/unternehmen-in-deutschland-mit-fort-und-weiterbildungsangebot-nach-unternehmensgroesse/>