

Fortbildung in Führung

Eurobaustoff: Erste Teilnehmer durchlaufen Ausbildung zum Teamleiter

Die Funktion des Teamleiters ist im Bau-Fachhandel nichts Neues. Aber der Weg dorthin lief bisher oft nach dem Prinzip „Learning by doing“. Vielfach tragen Mitarbeiter die Verantwortung für das ganze Team, die darauf nicht professionell vorbereitet wurden. Um hier gegenzusteuern, bietet die Eurobaustoff seit kurzem ein spezielles Ausbildungsangebot.



Das Seminar „Ausbildung zum Teamleiter“ ist Teil des „Laufbahnkonzepts“ der Bad Nauheimer Kooperation und richtet sich an Mitarbeiter mit kaufmännischer Ausbildung und dreijähriger Berufserfahrung im Fachhandel bzw. an Absolventen des „Baustoff-Vertriebsberaters“. Im November 2010 haben die ersten Kandidaten das neue Angebot neben ihrer Berufstätigkeit angetreten, und im März dieses Jahres bestanden alle zwölf Teilnehmer die Prüfung nach der Präsentation einer abschließenden Projektarbeit.

In dem online-gestützten Seminar mit zwei Präsenzphasen lernen die Teilnehmer, Teamfähigkeiten zu entwickeln sowie eigene Projekte zu planen und umzusetzen. Im ersten Baustein ging es vor allem um Themen wie Kommunikation, Führung, Persönlichkeitsentwicklung, Zeitmanagement, Mitarbeitermotivation, Mitarbeitergesprächsführung sowie um Lob als Motivationsbeschleuniger. Anschließend konnten die Teilnehmer das Gelernte in der eigenen Firma überprüfen. Zwischendurch gab es mehrere Online-Zwischenprüfungen. Betreut wurde das Ganze von zwei Pädagogen der Mobile GmbH Consulting und Training aus München, die das Seminar im Auftrag der Eurobaustoff durchführten.

Die ersten Absolventen der neuen Ausbildung legten im März ihre Abschlussprüfung ab.

Baustein 2 war der Teamentwicklung gewidmet. Dabei ging es inhaltlich um Rollen und Aufgaben als Teamleiter, Erfolgsfaktoren effizienter Teams, Moderation sowie Steuerung von Team-Besprechungen und darum, wie man Entwicklungen im Team frühzeitig erkennt und Maßnahmen ent-

wickelt, um Teamprozesse zu steuern und Teamentscheidungen herbeizuführen.

Zu den ersten Absolventen gehört **Björn Waldow**, der im Baustoffhandel Henri Benthack, Hamburg, seit zwei Jahren als Teamleiter arbeitet und der Fortbildung anfangs skeptisch gegenüberstand. Während der ersten Präsenzphase erkannte er aber nach eigenen Angaben, wie hilfreich es sein kann, sich in der Gruppe auszutauschen, gemeinsam Fehler offenzulegen und auch von jungen Kollegen zu lernen. Ähnlich erging es **Günter Göbel**, der nach 25 Berufsjahren zu der Erkenntnis kam: „Nur wenn Aufgaben konkretisiert und spezifisch eingefordert worden sind, werden sie zum Vorteil des Unternehmens gänzlich zu realisieren sein.“

Nach Überzeugung von **Lutz Brinkmann**, Leiter des Eurobaustoff-Bereichs Aus- und Weiterbildung, werden die Unternehmen, aus denen die Absolventen kommen, schnell spüren, wie vorteilhaft es ist, wenn ein kompetent ausgebildeter Mitarbeiter die Teamleitung übernimmt. Nicht nur, weil sich der messbare Umsatz dadurch steigern lasse, sondern auch, weil die Absolventen nun in der Lage seien, künftige Krisen nicht mehr passiv hinzunehmen, sondern vorausschauend zu umschiffen. Die nächste „Ausbildung zum Teamleiter“ startet im Herbst dieses Jahres. ■

STICHWORT „SOCIAL MEDIA RECRUITING“

Der Arbeitsmarkt ist wieder in Bewegung: Die Mitarbeiterzahlen deutscher Unternehmen steigen und Beschäftigte sehen sich vermehrt nach anderen Stellen um. Deshalb sind die Betriebe auf der Suche nach neuen Methoden der Rekrutierung. Nur wenige Unternehmen nutzen Social Media, um neue Mitarbeiter zu finden.

Betriebe ergänzen damit allenfalls herkömmliche Instrumente wie Print- und Online-Stellenanzeigen oder Inserate auf der eigenen Homepage. Dieses Ergebnis einer Befragung von stellenanzeigen.de und dem eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft bestätigt auch die neue monster-Studie „Recruiting Trends 2011“. Erst 12,7 % der Großunternehmen schalten demnach regelmäßig Stellenanzeigen über das Business-Netzwerk Xing. Twitter (7,5 %), Facebook (6,8 %) und Linked-In (6 %) werden hierbei noch seltener genutzt.

Auch weitere Nutzungsmöglichkeiten von Social Media spielen nur in einem Bruchteil der Unternehmen eine Rolle: Personaler könnten damit verstärkt Image-Werbung betreiben und aktiv nach geeigneten Kandidaten suchen, um diese direkt anzusprechen. Lediglich etwas mehr als ein Fünftel der Recruiter recherchiert in Social-Media-Anwendungen nach zusätzlichen Informationen über Bewerber. Kurz: Die Welt tickt crossmedial – auch oder vielleicht gerade bei der Azubi-Suche.