

PRESSE-INFORMATION

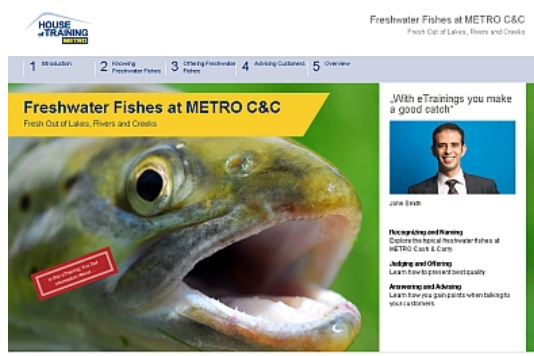
Im Auftrag von chemmedia AG

METRO Cash & Carry nutzt eTrainings der chemmedia AG für neue Lernstrategie Lokal lernen, global handeln: 22.000 Trainingseinheiten online bis Jahresende

Chemnitz, 02.08.2010 – METRO Cash & Carry (MCC) realisiert zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte die systematische Weiterbildung der Mitarbeiter in allen Verkaufsmärkten weltweit. Das Unternehmen verzeichnet dabei wesentliche Fortschritte: Bis zum Jahresende werden MCC-Mitarbeiter aus 14 Ländern 22.000 Trainingseinheiten online absolviert haben. Die Trainingsinhalte entsprechen einheitlichen Standards und sind lokal anpassbar.

„Unsere Wettbewerbssituation hat sich in den letzten Jahren erheblich verschärft. Darauf reagieren wir mit der schnelleren Bereitstellung von Trainingsangeboten, die auf die jeweilige Jobsituation des Lernalers zugeschnitten und von seinem Arbeitsplatz aus zugänglich sind. eTrainings spielen dabei eine herausragende Rolle, und Blended-Learning-Konfigurationen werden in Zukunft die Mehrzahl unserer Programme ausmachen.“, erklärt Karl Knispel, Projektleiter im Corporate House of Training der METRO AG.

Im Fokus stehen die Mitarbeiter der 670 METRO-Märkte unterhalb der Managementebene. Sie sollen ihre Kunden optimal versorgen und beraten können – ob sie in Beijing, Belgrad oder Berlin arbeiten, ob sie Kundenwünsche in der Frischeabteilung erfüllen oder für einen reibungslosen Warenfluss sorgen. Die dafür nötigen Trainingsmaterialien stellt das Corporate House of Training für alle bereit. Bei den einzelnen MCC-Ländern liegt jedoch die Entscheidung darüber, welche Lerninhalte den örtlichen Voraussetzungen entsprechen und welche zu modifizieren bzw. neu zu produzieren sind. Lokale Fachexperten und Personalexperten sind für die Anpassungen verantwortlich.



Lokal lernen, global handeln am Beispiel des eTraining Freshwater Fishes (Screenshot)

Zur Erstellung der Kurse und Wissensbausteine nutzt MCC den KnowledgeWorker der chemmedia AG. Das Tool, das derzeit 50 Autoren in 8 Ländern für MCC verwenden, zeichnet sich durch eine einfache Bedienung aus, bietet praxiserprobte didaktische Vorlagen und lässt eine lokale Inhalteproduktion mit länderübergreifender Wiederverwendung zu. Bisher liegen 40 eTrainings vor, die in bis zu 29 Sprachen verfügbar sind – darunter in Sprachen wie Chinesisch, Arabisch und Urdu, die Zeichen bzw.

linksläufige Schriften verwenden. Die Verteilung der Lerninhalte erfolgt über das ebenfalls von chemmedia entwickelte Lernmanagement-System Content +, dessen Reporting-System sich nahtlos in eine Microsoft-Infrastruktur einfügt.

chemmedia-Projektleiterin Sandra Irmscher meint dazu: „In unserer Zusammenarbeit mit METRO Cash & Carry konnten wir unsere langjährigen Erfahrungen mit komplexen Lernprojekten einbringen. Es ging darum, Lerninhalte schnell, flexibel und kostengünstig in den lokalen Märkten bereitzustellen und gleichzeitig die zentrale Koordinierung der Lernprozesse zu gewährleisten. Diese Aufgabe stellt sich vielen globalen Unternehmen, und wir glauben, mit unserem Kunden MCC eine beispielhafte Lösung für diese Herausforderungen gefunden zu haben.“

Das laufende Projekt wird derzeit nach China, Vietnam und Pakistan ausgeweitet. Bis 2011 sollen alle 31 Länder einbezogen sein, in denen sich METRO-Märkte befinden.

Über die chemmedia AG:

Die in Chemnitz beheimatete chemmedia AG hat zum Ziel, die Wertschöpfung ihrer Kunden durch die erfolgreiche Organisierung von Wissensprozessen zu verbessern. Zu den langjährigen Kunden gehören u. a. Pfizer, METRO, Daimler und Novartis, SAP und Epson. Das Portfolio umfasst Autorentools zur Erstellung interaktiver E-Learning-Kurse, Lernmanagementsysteme zur Verwaltung von Online- und Präsenztrainings sowie Portalsysteme und Suchlösungen. Das inhabergeführte Unternehmen verfügt über ein Team von 36 Mitarbeitern mit internationalen Erfahrungen.

Über METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist weltweit einer der Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel und die umsatzstärkste und internationalste Vertriebslinie der METRO Group. Das Unternehmen, das sich auf den spezifischen Bedarf von gewerblichen Kunden und Großverbrauchern konzentriert, ist in 31 Ländern vertreten. Das Sortiment umfasst bis zu 20.000 Artikel im Food-, sowie 30.000 Artikel im Nonfood-Bereich. Im Geschäftsjahr 2009 wurde ein Umsatz von 30,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, die Anzahl der Mitarbeiter stieg in den letzten Jahren von 67 000 (2001) auf 106 000 (2009).

Mehr Informationen:

chemmedia AG . Jörg Hähnel . Parkstr. 35 . 09120 Chemnitz

Tel.: 0371 - 49 370 – 185 . Joerg.Haehnel@chemmedia.de . www.chemmedia.de

Ansprechpartner für die Presse:

text-ur text- und relations agentur Dr. Gierke . Schanzenstraße 23 . 51063 Köln

Tel.: 0221 – 95 64 90 570 . redaktion@text-ur.de . www.text-ur.de

Druckfähiges Bildmaterial zu dieser Meldung honorarfrei zum Download:

www.text-ur.de/presse-center/download.htm