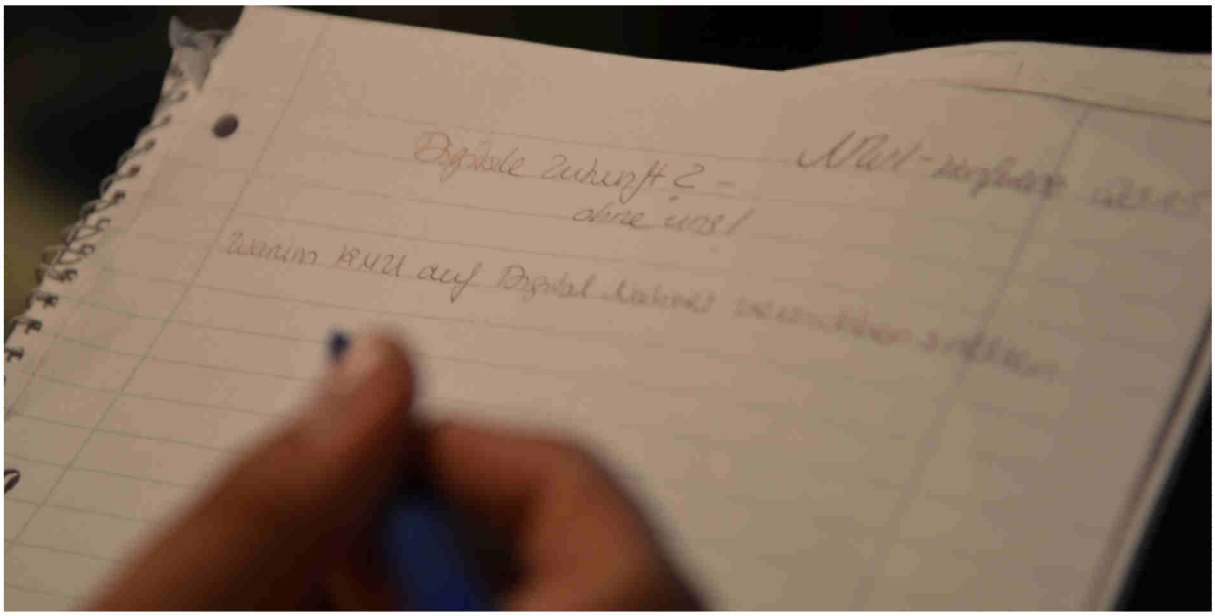
BVMM Bundesverband Medien und Marketing

NWI Netzwerk regionaler Wirtschaftsvereinigungen und Institutionen Metropolregion Rhein-Neckar



Auch bei der Digital-Konferenz analog: die Mitschriften …

NWI-Konferenz 2015

Digitale Zukunft? Ohne uns!
Warum kleine und mittlere Unternehmen auf Digital Natives verzichten sollten

Mythen & Konzepte gegen den IT-Fachkräftemangel

6. Mai 2015, 19 – 21.30 Uhr
SWR-Studio Mannheim, Wilhelm-Varnholt-Allee 5

Veranstalter: Netzwerk regionaler Wirtschaftsvereinigungen (NWI) mit vier Partnerverbänden, Bundesverband Medien und Marketing (BVMM)

U.FO. Unternehmerforum Rhein-Neckar e.V.

GfA® Gesellschaft für Arbeitsmethodik e.V.

StrategieForum e.V. BUNDESVERBAND

Heidelberger Unternehmerinnen e.V. HDU

Reicht eine Digitale Grundausbildung heute aus?

Der Bundesverband Medien und Marketing (BVMM) und das Netzwerk für Wirtschaftsverbände in der Metropolregion (NWI) haben zusammen mit vier Partnerverbänden des NWI und mit etwa 70 Gästen bei der NWI-Konferenz „Digital Natives“ Chancen und Risiken für kleine und mittlere Unternehmen beim IT-Fachkräfte-Recruiting ausgelotet. Im Mittelpunkt der Betrachtung standen die sogenannten „Digital Natives“, also die Jahrgänge ab 1995 aufwärts, die mit dem Internet und seinen Anwendungen aufgewachsen sind. Sie haben eine digitale Grundausbildung, verlassen die Ausbildung meist schon mit dem Bachelor und erhalten recht hoch dotierte Stellen – was aber machen sie, ausgebrannt, nach zehn Jahren?

Digital Natives suchen sich heute das arbeitgebende Unternehmen aus – und nicht mehr umgekehrt. Dabei rankt sich ein Mythos um die Digital Natives: Sind sie wirklich so IT-kompetent, kommunikationsstark in sozialen Netzwerken und Internet-affin, wie sie vielfach etikettiert werden? Worauf sollten Unternehmen achten, wenn sie diese jungen Leute einstellen? Und wie bekommen Unternehmen heute die benötigten Fachkräfte?

Viele Unternehmen schwören auf diese so Internet-affinen Jahrgänge und sind dann überrascht, dass Einstellungen und Werte dieser Generation ein wenig anders gelagert sind als die der Vorgänger-Generation – und dass hergebrachte Strukturen und Hierarchien nur bedingt mit den Vorstellungen von Digital Natives überein gehen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der NWI-Konferenz aus der unternehmerischen Praxis, aus Verbänden und Wissenschaft und Absolventen gingen an diesem Abend der Frage nach, wie Wirtschaft und Gesellschaft mit den unterschiedlichen Vorstellungen und Einstellungen umgehen können. Schließlich grüßt auch der demografische Wandel und das Potenzial an Nachwuchskräften schmilzt langsam aber sicher.

Das Podium der NWI-Konferenz (v.l.n.r.): Carsten Bode (Prognosis AG, Schweiz), Prof. Gerald Lembke, Winfried Rothermel (abc druck, Heidelberg), Jana Kitzinger (Digital native und "Der junge BVMM), Dagmar Straub (IHK Rhein-Neckar), Moderation: Ingo Leipner (EcoWords, Lorsch)

„Alles sofort und zugleich“

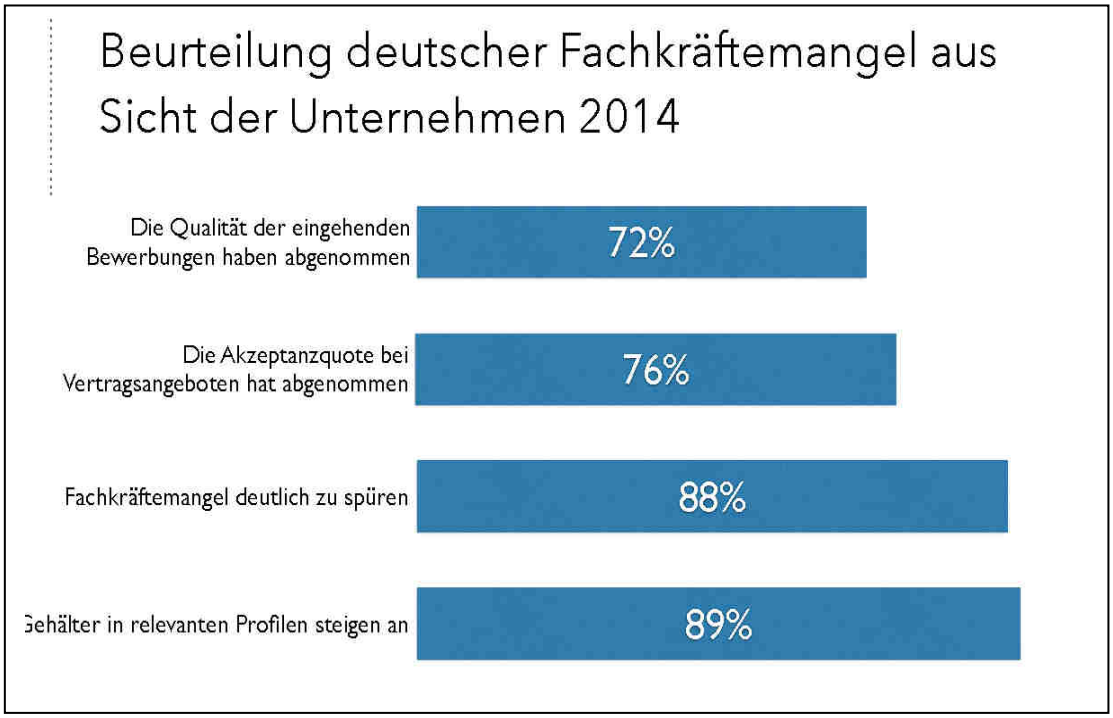
Impulsvortrag von Professor Dr. Lembke

Glaubt man Professor Lembke, so gerieren sich die Digital Natives zuweilen wie die Könige auf dem Arbeitsmarkt. Sie sind nachgefragt und bestimmen Verhandlungen in Unternehmen. Sie können zwar mobile Computer für Chats und Mails sicher bedienen. Fehlanzeige jedoch bei Fähigkeiten, die für Beruf und Leben Erfolg versprechen. Verglichen mit anderen Generationen fehlt bei ihnen zunehmend das soziale Verhalten, die Handlungskompetenz, strukturiertes und logisches Denken in erschreckendem Maße.

Dabei, so Lembke, sei die „Generation Y“ oder die Digital Natives nicht anders, als ältere Generationen. Nur hätten sich eben zwischenzeitlich die Werte neu positioniert, ein anderes Verständnis von Karriere und Freizeit habe Einzug gehalten. Auf der Seite der Unternehmen hingegen herrsche vielfach noch ein Denken in „alten Generationsmustern“.

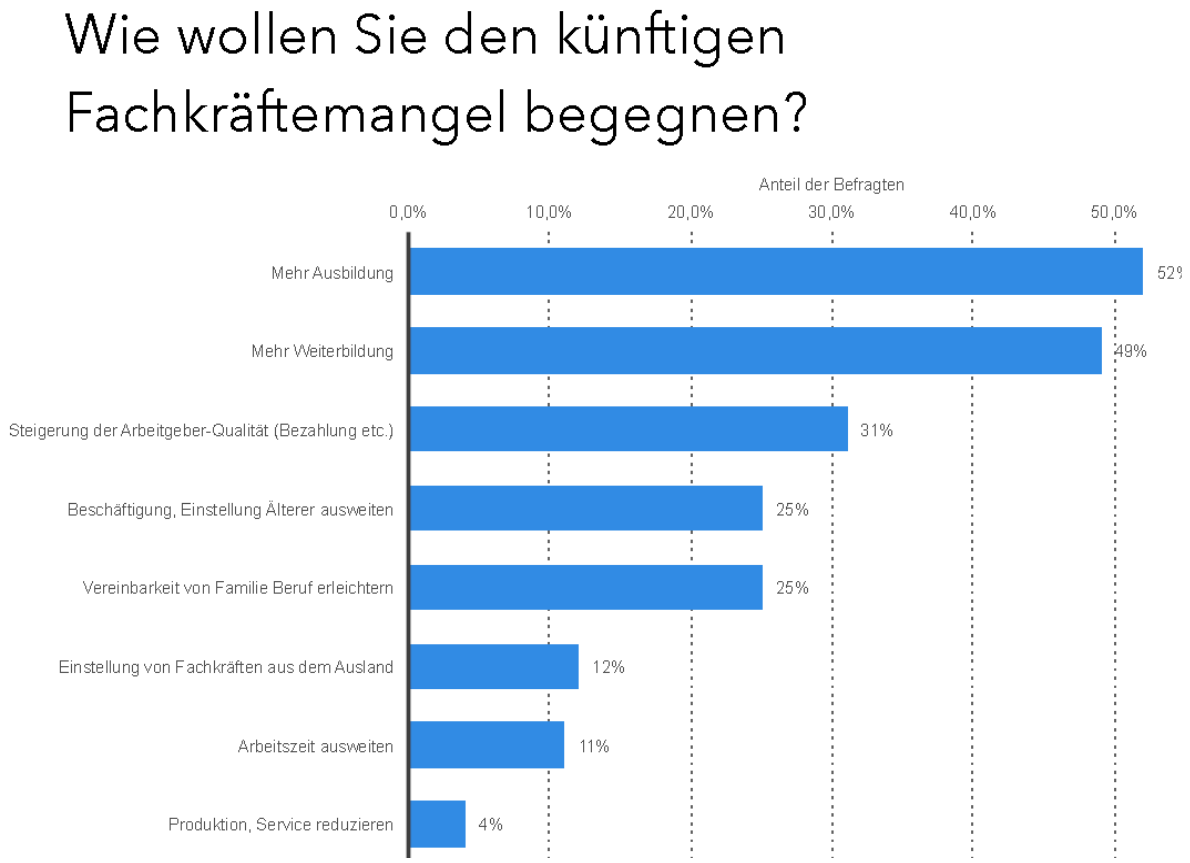
In den Unternehmen hingegen gebe es einen Informationswandel: Ein Drittel der Unternehmen haben ein zu geringes digitales Wissen und für die Hälfte der Unternehmen spielten digitale Technologien keine Rolle.

Andererseits wieder konstatierten die Unternehmen, dass die Qualität der Bewerbungen abnehme, Vertragsangebote auf wenig Akzeptanz bei Bewerber_innen stieße, der Fachkräftemangel dränge und die Gehaltsforderungen anstiegen.



Quelle: Kienbaum, 2014, Deutschland, 190 Personalverantwortliche

Soviel zum Befund der Lage aus der Sicht von Personalverantwortlichen. Wie sich Unternehmen jedoch auf den künftigen Fachkräftemangel einstellen wollen, das haben sie in einer Umfrage der DIHK im Jahr 2011 verraten. Laut dieser Umfrage setzen die Unternehmen auf mehr Aus- und Weiterbildung, auf mehr Bezahlung und auf mehr ältere Arbeitnehmer_innen. Ist das aber die richtig Einstellung?



Quelle: DIHK 2011

Ist eine Gesellschaftsrevolution im Gange?

Die junge Generation argumentiert, dass durch das Internet auch eine Gesellschaftsrevolution im Gange ist, die alles Dagewesene auf den Prüfstand stellt. So hätten sie es gerne: eine basale Revolution der Gesellschaftsverhältnisse mit Internet-Hilfe. Doch schaltet man den Natives den Strom ab, wird es nicht nur dunkel, sondern tragisch.

Die häufig beschworene Medienkompetenz verkümmert zu einer "Klick- und Bedienkompetenz" (ICILS 2013), praktiziert von der Copy-und-Paste-Generation. Das wachsende Selbstbewusstsein basiert nicht auf Fähigkeiten, sondern entpuppt sich als antrainierte Fähigkeit des "ICH-Marketing" (JIM-Studie 2014). Erwartungen an die Umwelt, besonders an Arbeitgeber (und selten auch an sich selber) sind von der realen Welt häufig weit entfernt.

Digital Natives glauben tatsächlich, etwas Besonderes zu sein, bei so viel öffentlicher Beachtung. Der Arbeitsmarkt für digitale Kompetenzen befindet sich seit Langem im Ungleichgewicht. Doch die wachsende Erwartungen auf beiden Seiten werden leider zu selten erfüllt. Die Gründe formuliert Gerald Lembke in vier Erklärungsansätzen.

Auf den Knien bittende Arbeitgeber

Unternehmen zahlen überdurchschnittlich hohe Gehälter und Vergütungen an die "Natives", von denen ihre Eltern nur träumen durften und andere Berufe (z. B. die so wichtigen Pflegedienste) neidisch werden müssen. Sie suchen junge Nachwuchsmitarbeiter zur Bewältigung der

anwachsenden digitalen Herausforderungen in den Unternehmen. Doch die Lücke zwischen "Können" und der willentlichen Gestaltung von beruflichen Lebenswelten ist riesig. Nur wagt niemand, das zu sagen. Der "Native" könnte ja den Arbeitgeber wechseln.

Eltern in Hubschraubern und Privattaxis

Eltern haben seit Geburt ihrer "Native-Sprösslinge" das Besondere ihrer Kinder hofiert, ausgebildet und kommuniziert. Dabei mutieren Eltern zu Taxidienstleistern ihrer Kinder und substituieren ihre originäre Aufgabe: das Setzen von Rahmenbedingungen, Grenzen und einer zwischenmenschlichen Vertrauensbasis. Das nennt man in der Wirtschaft unter anderem Sozialkompetenz.

Dilemma der Bedürfnisse

Wettbewerbsattribute	Generation Y	Personalmanager
Herausfordernde Arbeit	1	4
Vergütung	2	6
Kollegiales Arbeitsumfeld	3	7
Standort	4	14
Karrieremöglichkeiten	5	1
Work-Life Balance	6	3
Weiterbildung & Entwicklung	7	2
Anerkennung der eigenen Arbeit	9	5

Quelle: Kienbaum, 2010, Studie Generation Y 2009_2010; Das Auseinanderdriften unterschiedlicher Vorstellungen wird in dieser Übersicht besonders deutlich. Digital Natives wollen nicht mehr so, wie die Personalmanager wollen …

Soziale Netzwerke sind das Öl im Neidfeuer

Soziale Netzwerke sind eine feine Sache, sofern man mit ihnen gezielt und gesteuert umzugehen vermag. Die Natives können dies nicht, wie die aktuelle ICILS-Studie wieder belegt hat. Die Natives können zwar weltmeisterlich Klicken und Chatten – viel mehr aber nicht. Das Denken über Jahre hinweg verlernt oder verdrängt, unterliegen sie dem Diktat der Informationsanbieter im Internet. Es spielt keine Rolle, ob die Beiträge unlogisch, unsinnig, vermeintlich zielführend sind. Selbstreflexion? Fehlanzeige! Logisches Denken? Unnötig. Willkommen in der Google-Apple-Amazon-Facebook-Informations-und-Shopping-Welt.

Jeder Generation ihre eigenen Regeln

Das soll um Gottes Willen so bleiben. Ältere sollten die Jungen nicht nachahmen bei Musikgeschmack und zeitgeistigen Beschäftigungen. Sie sollte der Generation ihre Selbstbestimmung

belassen. Doch die Herausforderung heute ist nicht das Ausloten und Überschreiten von Grenzen. Vielmehr leiden sie unter der Qual der Wahl, eine der tausend offenen Türen zu durchschreiten. Die "Alles-überall-für-jeden-verfügbar-" Mentalität, gestützt durch häufig finanziell abgesicherten Bürgerfamilien, lässt das innere Feuer und Leidenschaften für Themen und Motivationen im Keim ersticken. Handlungskompetenzen werden sich nicht entwickeln. Dabei sind sie der Motor, die Motivation, mit ausgeprägtem Willen das Leben aktiv zu gestalten und so glücksfördernde Rahmenbedingungen dauerhaft zu entwickeln. Leider gehen diese Anforderungen im Nirwana hoher Erwartungen unter.

Auch in den nächsten 50 Arbeitsjahren wird der "Native-Generation" nichts zufliegen, wie es heute den Anschein haben mag. Die "Digital Natives" sind daher nicht eine glücklichere Generation, sondern eine von Ängsten und Unsicherheiten geprägte Gruppe. Mut, Unternehmertum, Innovatives (ver-)suchen? Für viele bleibt das unerreichbar. Zum Glück leben sie aber in einer Gesellschaft, die das weder fördert noch fordert und somit in schützender Runde. Sie sind weder etwas Besonderes noch gehören sie zu den Auserwählten.

Das Ziel beruflicher Bildung im digitalen Zeitalter

Gerald Lembke begreift das Ziel beruflicher Bildung vor allem in der Vermittlung und Entwicklung von Handlungskompetenzen. „Handlungskompetenz" ist in dieser Hinsicht die Fähigkeit des Einzelnen sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht, reflektiert, sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten.

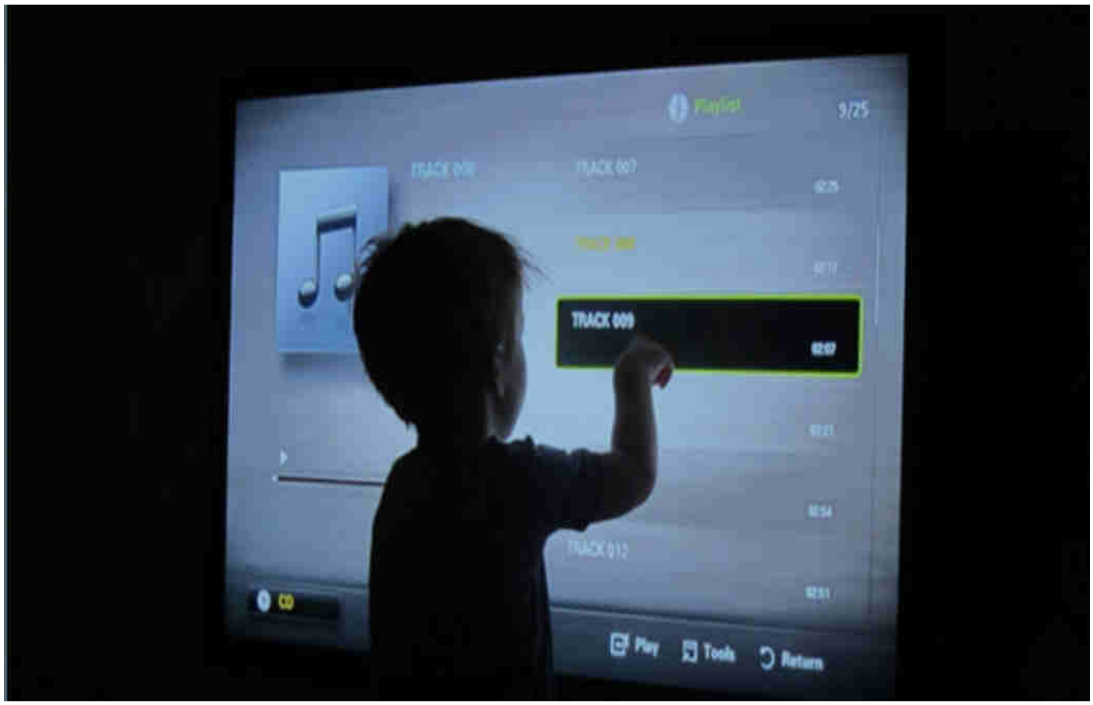
Bezogen auf die heutige Zeit bedeutet dies, dass Absolventen eine Digitale Souveränität erlangen sollten. Digitale Souveränität bedeutet nichts anders als Medienkompetenz. Sie schließt folgende Fähigkeiten mit ein:

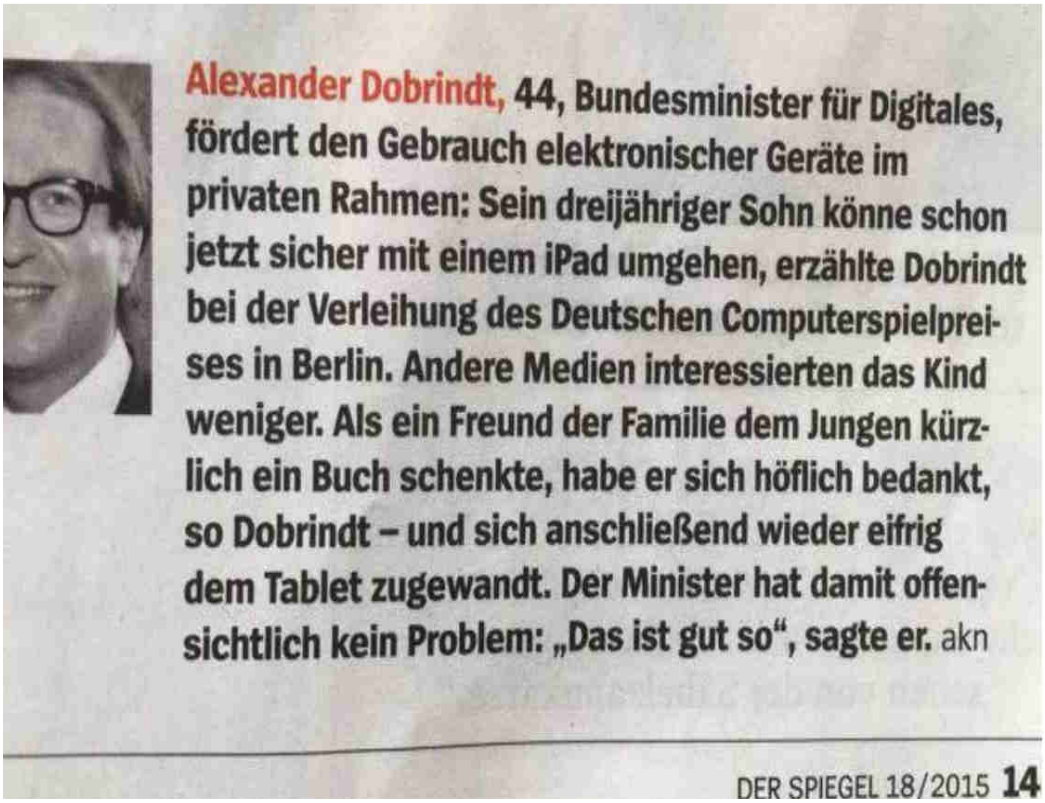
- Kritikfähigkeit von Medieninhalten
- Konzentrationsfähigkeit (Ablenkungen vermeiden können)
- Produktions-Kompetenz bei der Produktion digitaler Medien
- Autonomiefähigkeit (das Internet ist lediglich Mittel zum Zweck, aber kein Lebensraum)

Gerald Lembke formuliert noch keine abschließenden Lösungen für das Dilemma zwischen den Wünschen der Digital Natives und der vorherrschenden Befindlichkeit vieler herkömmlicher Betriebe, doch **fünf Thesen** helfen, miteinander im Gespräch zu bleiben;

1. Die Generation Y ist NICHT das Vorbild digitaler Souveränität
2. Die viel beschworene Medienkompetenz verkümmert zu einer „Wischkompetenz" einer wachsenden Copy-und-Paste-Generation
3. Das Selbstbewusstsein der Generation Y ist ambivalent und basiert auf einem unkritische kommunizierten Selbstbild der Medien und der Politik
4. Arbeitgeber und Digital Natives verstehen sich nicht
5. Unternehmen denken in alten Mustern und werden für die Generation Y immer unattraktiver

Vorbilder in der Politik? – Eher nicht …





Alexander Dobrindt, 44, Bundesminister für Digitales, fördert den Gebrauch elektronischer Geräte im privaten Rahmen: Sein dreijähriger Sohn könne schon jetzt sicher mit einem iPad umgehen, erzählte Dobrindt bei der Verleihung des Deutschen Computerspielpreises in Berlin. Andere Medien interessierten das Kind weniger. Als ein Freund der Familie dem Jungen kürzlich ein Buch schenkte, habe er sich höflich bedankt, so Dobrindt – und sich anschließend wieder eifrig dem Tablet zugewandt. Der Minister hat damit offensichtlich kein Problem: „Das ist gut so", sagte er. akn

DER SPIEGEL 18/2015 **14**

Aufruhr im Arbeitsmarkt – „ausgeprägte Oberflächenkompetenz“

Auch die Agentur für Arbeit kennt beide Seiten der Medaille, die Seite der Betriebe und die Seite der jungen Arbeitssuchenden, der Absolventen – und hadert mit den Digital Natives. Ellen Finke, Bereichsleiterin der Agentur für Arbeit in Mannheim sieht aufseiten der Betriebe nicht selten „unattraktive Stellen“, die den Vorstellungen der Natives kaum entsprechen. Auf der anderen Seite, so Finke, treffe sie so manches Mal auf eine „ausgeprägte Oberflächen-kompetenz“ bei den jungen Leuten. So komme eine gute Zusammenarbeit – schon in der Frühphase des gegenseitigen Kennenlernens von Arbeitgeber und Arbeitnehmer kaum zustande: „Die Ansprüche unterscheiden sich zu sehr“, sagt Finke. Bei der jüngeren Generation herrsche eine gewisse Konsumhaltung vor, „Wissen“ dürfe „nicht mehr schwer zu erwerben sein“, so Finke. „Die Akademiker glauben vielfach, sie gehörten per se zur Elite“. Sie glaubt, dass Digital Natives ihre Haltung vornehmlich aus einer Zeit des Überflusses beziehen, in der sie selbst keine echten Krisen erlebt hätten. So sei dann auch das Interesse, „in die Tiefe“ zu gehen, wenig ausgeprägt. Und einen weiteren Trend sieht sie: Es ist der Trend zu einer höheren Bildung, der letztlich zu einem „Überschuss“ an Akademikern führe.

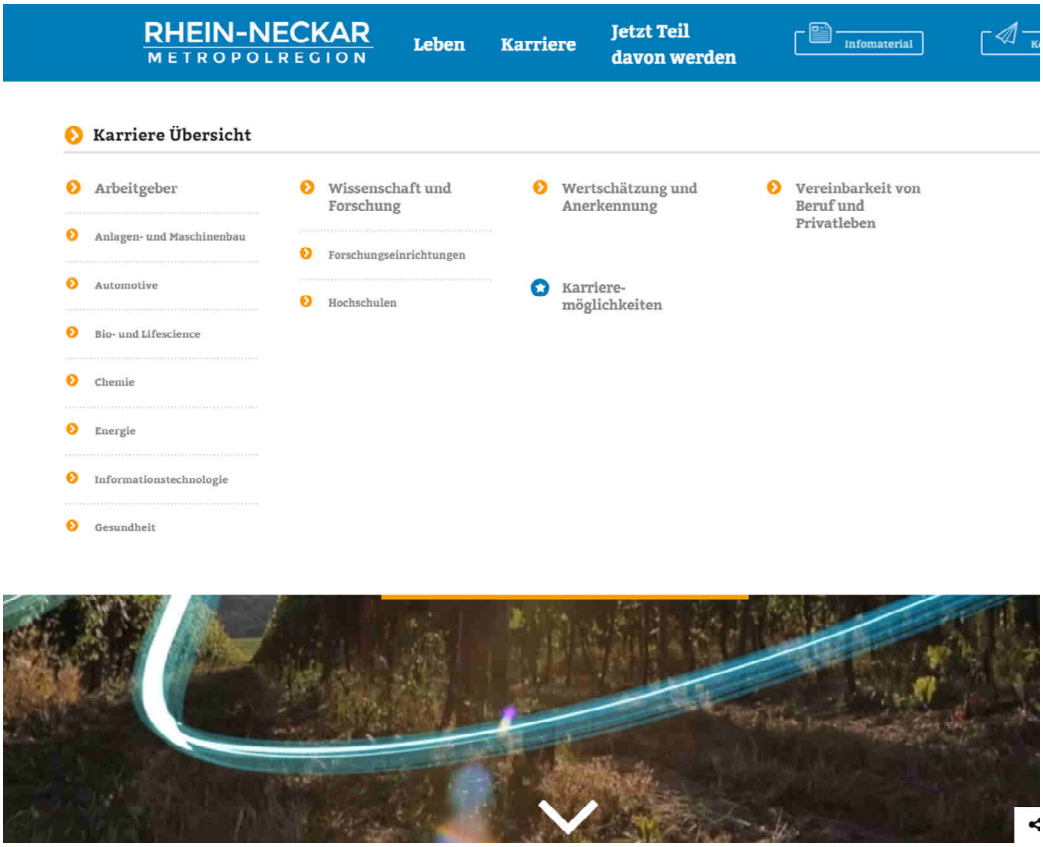
Bereichsleiterin Ellen Finke von der Agentur für Arbeit, Mannheim: "Ausgeprägte Oberflächenkompetenz"

„Upgrade your life“ – Arbeitsmarktinitiativen der Metropolregion Rhein-Neckar

Neuer Fachkräfte-Service für Unternehmen aus der Rhein-Neckar-Region

Seit dem Frühjahr 2014 arbeitet die Bundesagentur für Arbeit mit der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH enger zusammen, um dem drohenden Fachkräftemangel mit vereinten Kräften zu begegnen. Gemeinsame Aktivitäten in den Bereichen „Dual Career“ und am Übergang von der Schule in den Beruf wurden beschlossen. Firmen steht dabei ein direkter Ansprechpartner bei der zuständigen Arbeitsagentur zur Verfügung, der sich um solche sogenannten Doppelkarriere-Fälle kümmert. Hierunter fallen häufig gut ausgebildete Paare, die aufgrund des Jobwechsels eines Partners in die Region kommen. Durch einen Umzug wird es oft notwendig, auch für den Partner oder die Partnerin eine neue Arbeitsstelle zu suchen. Damit beide in der neuen Heimat ihrem Beruf nachgehen können, unterstützt der zentrale Ansprechpartner die begleitende Fachkraft bei der Stellensuche oder vermittelt Maßnahmen, die den Einstieg in den deutschen Arbeitsmarkt erleichtern (z.B. Sprachkurse). Ein kontinuierlicher Erfahrungs-austausch zwischen Unternehmen und Arbeitsagenturen soll das Angebot stetig verbessern.

Zudem wurde der Aufbau des „Netzwerks Übergang Schule-Beruf“ beschlossen. Es soll alle Akteure in den Dialog bringen, die Jugendliche beim Schritt von der Schule ins Berufsleben unterstützen – angefangen bei den Kammern über Unternehmen, Schulen und Arbeitsagenturen bis hin zu lokalen Beschäftigungsinitiativen. Hauptaufgabe des Netzwerkes, das von der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH und dem Kompetenz Center der Arbeitsagenturen in der Region koordiniert wird, ist es zunächst, die Aktivitäten und Maßnahmen zu erfassen, die am Übergang Schule/Beruf in der Region bereits durchgeführt werden. Aufgabe des Netzwerks ist es, die strategische Zusammenarbeit aller Akteure zu verbessern, um vorhandene Maßnahmen aufeinander abzustimmen und Synergien zu nutzen.



Internetseite aus der MRN-Initiative "**upgrade your life**" (http://www.rhein-neckar-upgrade.de/), mit der die Metropolregion Fachkräfte in die Region holen und sie dort halten möchte. Unternehmen können hier zielgenau nach Fachkräften suchen, Fachkräfte finden hier potenzielle Arbeitgeber. Stefan Orschiedt, Leiter Standortmarketing/ Wirtschaftsförderung der MRN hat die Initiative bei der NWI-Konferenz vorgestellt.

Kontakt für „Dual Career“ und das „Netzwerk Übergang Schule-Beruf“:

KompetenzCenter für Demografie und Beschäftigung der Agenturen für Arbeit in der Metropolregion:
Jürgen Dillmann
Juergen.Dillmann@arbeitsagentur.de
Telefon: 0621-5993-402

Metropolregion Rhein-Neckar GmbH
Maria Lauxen-Ulbrich
Telefon: 0621-12987-14
maria.lauxen-ulbrich@m-r-n.com

„Meine `Wischkompetenz` reicht für die meisten Anforderungen aus“

Jana Kitzinger, DHBW-Studentin in Mannheim, gehört zur Gruppe der Digital Natives. Im Großen und Ganzen bestätigt sie die Befunde aus Praxis und Forschung. „Meine Wischkompetenz reicht für die meisten Anforderungen von Unternehmen aus“, sagt sie ironisch. Ihr jedoch komme es beim Job mehr auf das „Drumherum“ an, weniger auf das Gehalt. Sorgen um einen gut dotierten Arbeitsplatz müssten sich die Digital-Studenten der DHBW nicht machen. Es kommt durchaus vor, dass nervöse mittelgroße Unternehmen Interesse an ganzen Jahrgangsstufen dieser „Digitalen Elite“ zeigen – und entsprechende Angebote unterbreiten.

Jana Kitzinger vom "Jungen BVMM" und Dagmar Straub von der IHK-Rhein-Neckar auf dem Podium: "Es kommt immer wieder zu unkonstruktiven Konflikten zwischen den Generationen, leider gibt es da im Moment noch zu wenig Entwicklung"

Winfried Rothermel, Geschäftsführer von abc druck in Heidelberg, sieht das Arbeitsumfeld in seinem Betrieb entspannt. Schon länger hat sich seine Druckerei auf das digitale Arbeiten eingestellt und ist offenbar auf diese Weise mit den digitalen Anforderungen auch bei seinen Mitarbeitern gut zurechtgekommen, hat sich und seinen Betrieb weiterentwickelt. „Aus meiner Sicht gibt es keinen Unterschied zu früher. Überstunden interessieren denjenigen nicht, der sich wirklich für etwas interessiert“, gibt sich der Geschäftsführer überzeugt. Auch seine Tochter ist mittlerweile in der Geschäftsführung der Druckerei, möglich, dass auch sie dafür gesorgt hat, Verständnis für die Bedürfnisse der jüngeren Generation zu wecken.

Winfried Rothermel, Geschäftsführer von abc druck in Heidelberg ist entspannt: "Es gibt keinen Unterschied zu früher.“

„Youtube ist out“

Carsten Bode von der Personalberatung Prognosis AG in der Schweiz ist da deutlich skeptischer. „Youtube ist out – die direkte Ansprache der Kandidaten bei der Ansprache ist wichtig“, sagt er und empfiehlt in den Betrieben eine Art Vermittler-Person, die zwischen Alt und Jung moderiert. „Der Kandidat muss 90 Prozent mitbringen. Es braucht aber eine Person, die die Sprache der Zielgruppe, also der Mitarbeiter, spricht.“

Damit bekräftigt er indirekt das Modell, das auch Rothermel in seiner Druckerei seit Jahren erfolgreich praktiziert. Neu Eingestellte erhalten einen Mentor, der sie in der Eingewöhnungsphase betreut – und zwar so lange, wie es der jeweilige Arbeitsplatz erfordert. Das könne bis zu einem Jahr dauern, bis die Neuen richtig eingearbeitet sind, so Rothermel. Dagmar Straub von der IHK Rhein-Neckar weiß aus ihrer Erfahrung mit den

Unternehmen und Bewerberinnen und Bewerbern, dass der Generation der Digital Natives die Individualität sehr wichtig ist – Unternehmen müssten sich auf diese Einstellung besser einstellen als früher. Andererseits könnten Unternehmen auch von den Ideen der jungen Leute profitieren.
Diese Haltung teilt auch Dr. Christian Kugelmeier vom Unternehmen „Vorsprungatwork". Er halte nicht viel davon, eine ganze Generation von vorneherein zu disqualifizieren. Vielmehr hätten die Unternehmen davon, sich an den Visionen der jungen Generation zu orientieren und mit ihnen Neuerungen im Betrieb zu testen.

Wichtig für Digital Natives: „Sinn und Transparenz"

Die Vertreterinnen und Vertreter der unterstützenden NWI-Verbände, von GfA, Heidelberger Unternehmerinnen (HdU), StrategieForum und dem Unternehmerforum U.FO. sprachen unter anderem die steigende Arbeitsbelastung (Burn-out), die erforderlichen Führungsqualitäten gegenüber Digital Natives und die Gründungsbereitschaft von Digital Natives an. Letztere sei eher wenig ausgeprägt, denn die Generation der Digital Natives befürworte die sicheren Arbeitsverhältnisse. Gerald Lembke bekräftigt diesen Trend für seine Hochschule (DHBW). Von rund 1500 Absolventen innerhalb von acht Jahren hätten sich gerade einmal vier Absolventen selbständig gemacht. Zunehmende Arbeitsbelastungen bis hin zum Burn-out müssen nach Ansicht von Gerald Lembke ebenfalls stärker berücksichtigt werden. Derzeit gebe es in Deutschland ca. fünf Millionen Menschen mit einem pathologischen Verhalten – vor fünf Jahren noch lag diese Zahl bei etwa 400.000.

Einen Tipp gab es dann noch zum Schluss auf die Frage, wie sich Führungskräfte auf die Digital Natives einstellen sollten. Da wusste die Jüngste auf dem Podium, Jana Kitzinger, Rat: „Arbeit macht Spaß, wenn sie mir sinnvoll erscheint. Wenn ich ein Video produziere, dann möchte ich dessen Sinn und den Verwendungszweck verstehen. Deshalb ist mir Transparenz so wichtig: ich will wissen, wann etwas passiert."

Durchaus skeptische Blicke bei der NWI-Konferenz zu den „Digital Natives" im SWR-Fernsehstudio Mannheim-Ludwigshafen …

… aber auch freudige Zustimmung zum Verlauf der Diskussion **…**

Die an der Konferenz beteiligten Verbände:

BVMM
Bundesverband
Medien und Marketing

Der **Bundesverband Medien und Marketing** (BVMM) verbindet Akteure aus Digital und Analog, aus Digitalen Medien und Marketing sowie aus Wirtschaft und Wissenschaft. Neben der Interessenvertretung auf Bundesebene und gegenüber Dritten setzt sich der BVMM auch für die Businessentwicklung der Mitglieder ein. Ob kostenfreie Beratungen für Mitgliedsunternehmen, Vermittlung von Aufträgen und Projekten oder die Vermittlung von High Potentials für die digitale Welt von morgen – der BVMM versteht sich als Partner, Begleiter, Mentor und Berater.
www.bvmm.org/

Die Mitglieder und Freunde des **Bundesverbands StrategieForum** kommen aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie treffen sich monatlich in den regionalen StrategieForen, seit mehr als 30 Jahren auch in der Regionalgruppe Rhein-Neckar. Strategie-Vorträge, kollegiale Beratung sowie Umsetzungs-Workshops zur „Engpass-Konzentrierten Strategie“ (EKS) gehören zum Programm für Unternehmer und leitende Führungskräfte. Das regionale StrategieForum Rhein-Neckar vergibt jährlich den „Regionalen Strategiepreis“ für nachhaltig erfolgreiche und strategisch agierende Unternehmen. www.strategie.net/rhein-neckar

StrategieForum
Metropolregion Rhein-Neckar

NWI
Netzwerk regionaler Wirtschaftsvereinigungen
und Institutionen Metropolregion Rhein-Neckar

Das NWI arbeitet als lockeres Netzwerk von 15 Wirtschafts- verbänden in der Metropolregion.
www.nwi-rn.de

GfA®
Gesellschaft für Arbeitsmethodik e.V.

Die **Gesellschaft für Arbeitsmethodik** (GfA) widmet sich der Entwicklung und Verbreitung von Kenntnissen und Methoden für die berufliche Chancenmehrung und eine aktive Lebensgestaltung. Wir vermitteln Know-how für den privaten und beruflichen Erfolg an unterschiedliche Berufs- und Altersgruppen. Hauptthemen sind Arbeitsmethodik, Führung, Kommunikation, Persönlichkeitsentwicklung und Lebensgestaltung. Dazu führen wir regionale Gruppenabende in ca. fünfzehn Regionen, Falkenstein-Seminare und andere überregionale Veranstaltungen durch.
www.gfa-forum.de

Das **Unternehmerforum Rhein-Neckar** (U.FO. e.V.) versammelt branchenübergreifend mehr als 30 Unternehmer der Region, die sich überragender Qualität, absoluter Zuverlässigkeit, einem gewachsenen Vertrauen und wirtschaftspolitischem Engagement verschrieben haben. Unter anderem treffen sich die Unternehmer zweiwöchentlich in „ungeraden" Wochen frühmorgens um 7 Uhr zum Unternehmerfrühstück in FOODY's Fährhaus in Ladenburg. www.ufo-rn.de

Heidelberger Unternehmerinnen e.V.

Seit 2002 treffen sich **Unternehmerinnen aus Heidelberg** und der Region regelmäßig einmal im Monat, um Erfahrungen und Ideen auszutauschen. Jedes Mitglied verfügt über fundiertes Fachwissen und reichlich Erfahrungen. Neben der gemeinsamen Präsentation in der Öffentlichkeit gibt es im Netzwerk zahlreiche Möglichkeiten, geschäftliche und freundschaftliche Kontakte zu pflegen. Interessentinnen der Heidelberger Unternehmerinnen sind zu den regelmäßigen Veranstaltungen immer herzlich willkommen!

www.heidelberger-unternehmerinnen.de

Mit freundlicher kulinarischer Unterstützung:

Vegetarisches Restaurant & Café