Fallstudie Dometic

Dometic nutzt Schulungen durch Videospiele im Kampf um die besten Talente

Das Unternehmen setzt auf Serious Games, um eine moderne, flexible und interaktive Art der Weiterbildung für alle Generationen an Mitarbeitern anzubieten.

DOMETIC

- **Unternehmen:** Dometic.
- **Industriebereich:** Freizeitfahrzeuge.
- **Ziele:**

  Talente durch Weiterbildungsmöglichkeiten anziehen und im Unternehmen halten.

  Eine Lernumgebung zu kreieren, die alle Profile und Generationen innerhalb des Unternehmens erreicht.

  Pädagogische Erfahrungen anzubieten, die einen positiven Eindruck hinterlassen.

  Das Engagement und die Motivation der Mitarbeiter zu erhöhen.

- **Lösung:**

  Die Lernplattform für Videospiele (Game-based Learning) von Gamelearn.

- **Ergebnisse:**

  80 % Abschlussrate.
  87,5 % Empfehlungsrate.

Dometic: die Herausforderung Talente zu gewinnen und zu binden

Das schwedische Unternehmen Dometic Group ist weltweit einer der Marktführer in der Produktion von Klima-, Hygiene- und Sicherheitssystemen und Kühlschränken für jegliche Art von Fahrzeugen (Reisemobile, Autos, LKWs, Boote). Unter dem Motto „Mobile living made easy", hat Dometic mit 6.500 Mitarbeitern weltweit im Jahr 2016 rund 1,25 Mrd. Euro umgesetzt.

Wie viele andere Unternehmen sieht Dometic sich mit der schwierigen Situation konfrontiert, die richtigen Talente anzuziehen und zu halten. In der globalisierten Wirtschaft, die immer mehr auf Digitalisierung und Wissen setzt, ist es wichtig, die Besten der Besten für sein Unternehmen zu gewinnen, um sich der Konkurrenz gegenüber beweisen zu können. Das ist vor allem im kompetitiven deutschen Arbeitsmarkt der Fall, in dem starkes Wirtschaftswachstum und Vollbeschäftigung es für HR-Abteilungen immer schwieriger machen, Talente zu gewinnen und zu binden.

„Eine unserer größten Herausforderungen ist es, Talente über ein attraktives Lernangebot zu finden und zu binden. Ich glaube, das kann heute nicht mehr nur durch Themenkomplexität sondern auch durch Methodenkomplexität erreicht werden. Die PDF als einzige Lernunterlage muss überdacht werden."

Kerstin Klockenbrink | *Leiterin Dometic Academy*

Ein Schulungssystem für alle Mitarbeiter

Mitten in diesem „Kampf um Talente" hat sich die Dometic Academy das Ziel gesetzt, das Weiterbildungsangebot auch als Werkzeug für die Gewinnung und Bindung von Talenten zu nutzen. Das Unternehmen möchte seinen Mitarbeitern die Möglichkeit geben, durch neue Formate und Kurse sowohl persönlich, als auch beruflich zu wachsen. So versucht Dometic das Engagement innerhalb der Organisation zu erhöhen, die besten Kandidaten anzuwerben und aktuelle Mitarbeiter zu halten.

Außerdem möchte das Unternehmen eine Art Ökosystem unterschiedlicher Weiterbildungsmöglichkeiten höchster Qualität schaffen, das allen Mitarbeitern zur Verfügung steht. Das Ziel ist es, mit einem breit gefächerten Angebot an Fortbildungsmöglichkeiten und Themen alle Generationen der Mitarbeiter (Millennials, Baby Boomers, Generation X...) anzusprechen. Die Herausforderung ist besonders groß in Hinblick auf die jüngere Generation, die mit Internet und Smartphone aufgewachsen und daran gewöhnt ist, mit diesen zu arbeiten.

„Ich glaube an Lernen durch Videospiele, weil es eine unterhaltsame Herausforderung ist. Spaß sollte eine viel größere Rolle beim Lernen spielen. Man erinnert sich automatisch besser an die Dinge. So einfach ist das."

Kerstin Klockenbrink | *Leiterin Dometic Academy*

Die Lösung: Videospiele von Gamelearn

Um sich diesen Herausforderungen zu stellen, hat sich Dometic dazu entschlossen Serious Games von Gamelearn und dessen Lernplattform mit Videospielen (Game-based Learning) zu nutzen. Diese Lösung hat 3 wesentliche Vorteile für Dometic:

• **Totale Flexibilität.** Um die Schulungen von Gamelearn durchzuführen ist nur eine E-Mailadresse und ein Internetzugang notwendig. Die Mitarbeiter von Dometic können von Ihrem Computer, Tablet oder Smartphone aus auf die Videospiele zugreifen. Das bedeutet nicht nur eine Kostenersparnis für das Unternehmen (Reise-, Hotelkosten usw.), sondern vor allem eine höhere Attraktivität für die Angestellten, die die Schulung überall und jederzeit durchführen können.

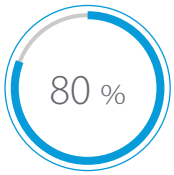
• **Emotionales Lernen.** Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass einer der Schlüssel für erfolgreiches Lernen, Emotionen sind. Videospiele können dank ihrer Hintergrundgeschichte und Figuren, genau das erreichen. Durch diese setzen sich die Schulungsteilnehmer besser mit dem Inhalt auseinander und werden emotional in das Spiel verwickelt.

• **Learning by doing.** Neben dem emotionalen Engagement in diese Lernerfahrung, haben die Mitarbeiter von Dometic auch die Möglichkeit einen Simulator zu nutzen, der die direkte Anwendung des Erlernten garantiert. Es geht nicht nur darum lange Texte zu lesen und Testfragen zu beantworten, sondern vor allem darum, dass Serious Games dazu anhalten, das gelernte in die Praxis umzusetzen. Das erlaubt auf der Basis von „Versuch & Irrtum" zu lernen, eine der effizientesten Methoden um Lernen zu garantieren. Andere bekannte Begriffe dafür sind „learning by doing" oder „experimentelles Lernen".

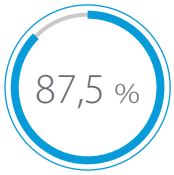
„Wir haben die Erfahrung gemacht, dass das Lernen durch Videospiele oft freiwillig in der Freizeit gemacht wird, weil es Spaß macht und weniger als Arbeit betrachtet wird. Es entstand ein WOLLEN anstatt eines MÜSSEN."

Kerstin Klockenbrink | *Leiterin Dometic Academy*

Abschlussrate:



Empfehlungsrate:



Ergebnis: engagierte Mitarbeiter

Das Konzept hat großen Erfolg bei Dometic. Die Mitarbeiter wissen vor allem die Flexibilität der Plattform (24 Stunden täglich, 7 Tage die Woche), und die Möglichkeit in ihrem persönlichen Rhythmus zu lernen, zu schätzen. Außerdem sind die Schulungsteilnehmer vom modernen und innovativen Format der Weiterbildung, die es ihnen erlaubt zu lernen und dabei Spaß zu haben, überrascht. Das hat dazu geführt, dass die Videospiele von Gamelearn eine Abschlussrate von 80 % und eine Empfehlungsrate von 87,5 % erreichten. Bedeutend höher als bei alternativen E-Learning Angeboten am Markt.

Das Ziel für die Dometic Academy ist die Involvierung und Motivation der Mitarbeiter. Mit einem breiten Angebot an Schulungen hat Dometic erreicht, dass sich das Engagement in allen Abteilungen und über alle Altersgruppen der Mitarbeiter hinweg steigert und sich die Angestellten mit dem Unternehmen verbundener fühlen.

All das hat eine höhere Zufriedenheit der bestehenden Mitarbeiter und ein hohes Interesse bei Jobanwärtern zur Folge, was wiederum sehr positiv für das Employer Branding auswirkt.

„Aus Sicht der Weiterbildung gesehen, müssen wir einen guten Angebotsmix finden; wir brauchen eine Pralinenschachtel mit guter und passender Auswahl. Und ein Teil dieser Mischung ist ohne Zweifel die Schulung durch Videospiele."

Kerstin Klockenbrink | *Leiterin Dometic Academy*