

Deloitte.

Globalisierung und das Wachstum in neuen Märkten wie China, Indien, Brasilien und Russland haben die Mitarbeiterzahlen bei Deloitte von weniger als 30.000 im Jahr 2000 auf mehr als 155.000 wachsen lassen.

„Die Wirtschaft läuft in Regionen wie Lateinamerika, das die Rezession überstanden hat, und Mitteleuropa auf Hochtouren. Das zieht Investitionen globaler Unternehmen an“, erläutert Tony Gleeson, Global Director of Learning Programs and Solutions bei Deloitte. „Um Kunden Wettbewerbsvorteile in Märkten mit starkem Wachstum zu verschaffen, muss Deloitte als Erster eine starke Präsenz in diesen Ländern aufbauen.“

Im Interesse der klaren und effektiven weltweiten Kommunikation erklärte das Unternehmen bereits im Jahr 2000 Englisch zur Geschäftssprache.

„Englisch ist für unseren Erfolg entscheidend. Gerade im Geschäft mit multinationalen Großkonzernen ist Englisch einfach unumgänglich. Unsere internationalen Kunden wie Johnson & Johnson, Microsoft und General Motors erwarten zu Recht, dass Deloitte weltweit nahtlos arbeitet. Wir müssen als völlig globales Unternehmen auftreten, damit wir diese Kunden effektiv betreuen können. Daher mussten wir unsere Englischkenntnisse schnell verbessern.“

—Tony Gleeson,
Global Director of Learning Programs and Solutions, Deloitte



Branche

Buchführungsdienste

Übersicht

Als in der Unternehmensgeschichte von Deloitte das Kapitel Globalisierung begann, wurde die wirkungsvolle globale Kommunikation zur Erfolgsvoraussetzung. Im Jahr 2000 erklärte Deloitte daher Englisch zur Geschäftssprache. Die Mängel des Unterrichts im Klassenzimmer veranlassten das Unternehmen zur Einführung des GlobalEnglish Corporate Learning Service™ für mehr als 2.500 Mitarbeiter in 30 Ländern.

Durch die deutlich verbesserten Englischkenntnisse der Mitarbeiter erzielte Deloitte beträchtliche Kosteneinsparungen und Produktivitätssteigerungen.

“ Zeit ist Geld, und unsere Investition hat sich allein schon in Produktivitätssteigerungen ausgezahlt. Durch ihre verbesserten Englischkenntnisse sparen unsere Mitarbeiter im Durchschnitt 3,5 Stunden pro Woche ein. ”

— Tony Gleeson
Global Director of Learning Programs
and Solutions, Deloitte

Der Bedarf war für Deloitte außer Frage, doch der Erwerb der Englischkenntnisse stellte eine enorme Herausforderung dar. „Nachdem wir Englisch zur Geschäftssprache erklärt hatten, mussten wir leider feststellen, dass es große Unterschiede beim Englischniveau der Mitglieder unseres wachsenden globalen Teams gab“, so Gleeson. „Wir brauchten daher ein Lernprogramm, das weltweit eingesetzt werden kann, Mitarbeitern aller Niveaus hilft und Tools umfasst, die sich umgehend im Arbeitsalltag einsetzen lassen. Dieser Herausforderung war nur ein Anbieter gewachsen: GlobalEnglish“.

Strategische Partnerschaft

Vor der Implementierung einer Online-Lösung führte Deloitte für mehrere Tausend Mitarbeiter Englischunterricht im Klassenzimmer durch. Dieser Unterricht war laut Angaben von Gleeson schlecht besucht, weil er sich nicht flexibel auf die Anforderungen der Mitarbeiter abstimmen ließ. Auch eine Verfolgung der Leistungen war in diesem Unterricht von wechselhafter Qualität nicht möglich. Das Unternehmen benötigte eine flexible Lösung für die Vermittlung von Geschäftsendlich, und zwar von einem Partner, der das weltweite Wachstum des Unternehmens langfristig unterstützen kann.

Im Juni 2000 implementierte Deloitte den GlobalEnglish Corporate Learning Service in acht Ländern. Das Unternehmen war beeindruckt von den schnellen Verbesserungen der Englischkenntnisse und den damit einhergehenden Produktivitätssteigerungen.

Das Programm wurde schnell ausgeweitet. Inzwischen wird GlobalEnglish für mehr als 2.500 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern bereitgestellt. „GlobalEnglish ist ideal für ein globales Unternehmen wie Deloitte“, lobt Gleeson. „Es wird komplett online und in 13 Benutzersprachen bereitgestellt. Die Account Manager vor Ort auf fünf Kontinenten leisten hervorragenden Service auf lokaler Ebene. Mit GlobalEnglish erhalten wir das gesamte globale Programm aus einer Hand.“

Deloitte ist für erstklassigen Dienst am Kunden bekannt und erwartet ähnlich hohe Standards von seinen Ausbildungspartnern – leider jedoch oft vergeblich. „Viele Anbieter verstehen unter Support nur die Bereitstellung einer E-Mail-Adresse“, ärgert sich Gleeson. „Das Team von GlobalEnglish hingegen will uns wirklich helfen, und das nicht nur beim Lösen von Benutzerproblemen, sondern auch bei der Erfassung von Optimierungspotenzialen. GlobalEnglish erarbeitet sich ein genaues Verständnis der Anforderungen an unseren verschiedenen Standorten und kann daher wirklich zu unserem Erfolg beitragen.“

Ergebnis

Höchste Zufriedenheit

86 % der Benutzer bei Deloitte sind mit dem GlobalEnglish-Service zufrieden. „In Umfragen zeigt sich, wie beliebt GlobalEnglish ist, weil es sich flexibel in das Arbeits- und Privatleben unserer Mitarbeiter integrieren lässt“, so Gleeson. „Feste Unterrichtszeiten sind einfach nicht mit der Arbeitsweise unserer Mitarbeiter vereinbar. Daher gefällt ihnen die Flexibilität beim GlobalEnglish-Service: Er lässt sich auf das Niveau jedes einzelnen Mitarbeiters abstimmen und muss nicht von Lektion 1 an durchgeackert werden. Mitarbeiter können genau die Lektionen auswählen, die ihnen gerade weiterhelfen.“

Verbesserte Mitarbeiterbindung

Außerhalb der englischsprachigen Länder gelten Englischkurse als besonders begehrte Fortbildungsmaßnahme. Deloitte konnte durch das GlobalEnglish-Programm die Mitarbeiterbindung verbessern. „Durch das umfassende und effektive Programm zur Vermittlung von Englischkenntnissen schneidet Deloitte bei der Bindung der besten Mitarbeiter weitaus besser ab als viele andere Unternehmen in Asien“, freut sich Gleeson.

Kosteneinsparungen

GlobalEnglish trägt maßgeblich zur Kostensenkung bei Deloitte bei. „Online-Schulungen sind ohnehin mit weniger Unkosten verbunden als der Unterricht im Klassenzimmer, aber Deloitte konnte auch anderweitig Kosten sparen. Weil wir bessere Bewerber anziehen, sinken unsere Kosten für die Mitarbeiteranwerbung. Mitarbeiter bleiben länger beim Unternehmen. Wir müssen also weniger Zeit und Geld für die Einarbeitung aufwenden. Und wir sind in unseren neuen Märkten weniger auf kostspielige Auslandsabordnungen angewiesen. Dieses Programm ist für Deloitte wirklich wertvoll“, so Gleeson.

Bessere Teamwork und verbesserter Kundendienst

„Besonders bemerkenswert ist die Verbesserung unserer weltweiten Kommunikation. Unsere Teams arbeiten nun viel effektiver zusammen“, sagt Gleeson. „Meetings sind echte Besprechungen und nicht mehr nur Foren zum Erteilen von Anweisungen. Mitarbeiter, die miteinander kommunizieren können, bauen Beziehungen auf. Auf diese Weise helfen wir einander aus und nehmen Geschäftschancen gezielter wahr.“

Gesteigerte Produktivität

Deloitte-Mitarbeiter erledigen insbesondere die folgenden Aufgaben weitaus effektiver: Lesen und Schreiben von E-Mails, Verfassen von Dokumenten, Beantworten von Fragen und Anfragen auf Englisch. „Diese Produktivitätssteigerung kommt unseren Kunden unmittelbar zugute. Kurz gesagt: Wir leisten mehr Arbeit in weniger Zeit, und unsere Kunden sind zufrieden“, sagt Gleeson abschließend.