

Pressemitteilung

Hamburg, 21. Januar 2021

Ein Jahr digitale (Weiter-) Bildung: Wie die Otto Group mit TechUcation eine neue Lernkultur etabliert

- **TechUcation Roll-Out: 28 Konzernunternehmen an Bord**
- **20.500 Mitarbeiter*innen der Otto Group nutzen bereits Online-Lernplattform Masterplan**
- **Durchschnittliche Lerndauer liegt bei fast zwölf Stunden**
- **Rund 10.000 Minuten videobasierte digitale Lerninhalte stehen auf Abruf bereit**
- **Internationale Implementierung und Anbindung der Logistikbereiche startet 2021**

Mit der konzernweiten Weiterbildungsinitiative TechUcation kommt die Otto Group zu einem umfassenden und einheitlichen Verständnis von Digitalisierung und öffnet die Themen Lebenslanges Lernen und digitale Bildung für alle Beschäftigten. Erklärtes Ziel: Fachliches Upskilling und selbstorganisiertes Lernen für alle rund 52.000 Mitarbeiter*innen unabhängig von Bereichen, Hierarchien oder Alter zu ermöglichen. Das Lernen geschieht dabei eigenverantwortlich und während der Arbeitszeit.

„In Zeiten sich schnell wandelnder Technologien und Anforderungen wird das lebenslange Lernen zum Erfolgsfaktor für jede*n Einzelne*n, aber auch für die Zukunftsfähigkeit eines ganzen Unternehmens“, sagt Petra Scharner-Wolff, Vorständin für Finanzen, Controlling und Personal bei der Otto Group. „Das Aneignen neuer Kompetenzen ist längst zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur.“

Herzstück von TechUcation ist die digitale Lernplattform Masterplan. Seit dem Start von TechUcation vor rund einem Jahr stehen mittlerweile mehr als 130 Lernmodule auf der Plattform zur Verfügung. Das sind insgesamt fast 10.000 Minuten Lernzeit in Form von Videos, Keynotes, Interviews oder Online-Workshops zur digitalen und beruflichen Weiterbildung. 20.500 Mitarbeiter*innen aus 28 Konzerngesellschaften der Otto Group in der DACH-Region greifen bereits auf Masterplan zu. Der weitere Roll-Out ist für dieses Jahr vorgesehen. Im Durchschnitt haben die Mitarbeiter*innen der Otto Group im ersten Jahr etwa zwölf Stunden über die Plattform gelernt. Der Einstieg ist für alle Kolleg*innen gleich und auch

verbindlich: ein achtstündiger Online-Grundkurs, der ein generelles Verständnis für Digitalisierung schafft und dabei eine Brücke zur eigenen Arbeitsrealität in der Otto Group schlägt. Anschließend steht allen Kolleg*innen ein umfassendes, frei wählbares Angebot an weiterführenden Kursen zur Verfügung, das kontinuierlich erweitert und aktualisiert wird. Inhaltlich besonders hoch im Kurs stehen Soft Skills. Rhetorik, Konfliktlösung und Körpersprache belegen die ersten drei Plätze der meistgesehenen Videos, aber auch Themen wie Blockchain oder Videokonferenz-Tools sind beliebt. Dabei wird das übergreifende Angebot ergänzt durch Otto Group eigene Inhalte – etwa zum Thema “Remote Führen”, zu innovativen Arbeitsmethoden oder Robotic Process Automation.

Wissen gibt Sicherheit: E-Learning und Corona

Einen spürbaren Schub für das Online-Lernen hat die Corona-Pandemie gebracht. Im ersten Lockdown gingen die Zugriffszahlen deutlich nach oben. Mitarbeiter*innen nutzten die videobasierten Lern-Module, um sich mit digitalen Tools und den veränderten Anforderungen durch Remote Work vertraut zu machen. Das mobile Arbeiten unter Corona hat auch das Lernverhalten an sich beeinflusst: Statt Rand- und Pausenzeiten dafür zu nutzen, verteilt sich die Lernzeit und die Nutzung der Lernplattform inzwischen über den ganzen Tag und wird flexibel in den Arbeitsalltag integriert.

TechUcation Implementierung in der Logistik und International

Neben der Anbindung internationaler Konzerngesellschaften wie Venus und Otto Group Russia werden 2021 auch die Mitarbeiter*innen im Bereich Logistik die Möglichkeit bekommen, sich über Masterplan weiterzubilden. Dass es nun auch im gewerblichen Bereich ein solch umfassendes Angebot zur digitalen und beruflichen Fortbildung im Arbeitsalltag gibt, ist ein Meilenstein und eine direkte Auswirkung des Kulturwandel-Prozesses, den die Otto Group seit rund fünf Jahren konsequent lebt. So ist der TechUcation-Grundkurs Logistik auch in einem Co-Creation-Prozess entwickelt worden, an dem Mitarbeiter*innen aus den Logistikbetrieben maßgeblich beteiligt waren. Damit das Lernen in der Logistik starten kann, werden nun die räumlichen und technischen Voraussetzungen geschaffen.

TechUcation: Mehr als E-Learning

Um das Lernen nachhaltig im Arbeitsalltag zu verankern, setzt die Otto Group auf weitere begleitende Formate. So wird das Angebot von Masterplan zum Beispiel durch eine Vielzahl analoger Lernhacks und individueller Formate in den Konzernunternehmen ergänzt und

verbunden. Außerdem geht nach einem erfolgreichen Piloten im vergangenen Jahr eine konzernweite Lern-Coach-Ausbildung an den Start. Die Lern-Coaches sollen ihre Kolleg*innen auf dem Weg zum selbstständigen Lernen begleiten. Auch die [Remote Learning Days](#), bei denen im vergangenen Jahr erstmals Mitarbeiter*innen aus rund 25 Konzerngesellschaften online und selbstorganisiert zusammengekommen sind, um in Vorträgen und Workshops das eigene Wissen zu teilen, werden 2021 eine Neuauflage erfahren.

„Langfristig soll ein transparentes Lern-Ökosystem für die gesamte Otto Group entstehen, das Online- und Offlineformate integriert“, erläutert Petra Scharner-Wolff. „Für uns ist das Lernen elementarer Bestandteil unserer unternehmerischen Verantwortung, gerade im digitalen Zeitalter.“

Über die Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.000 Mitarbeitern in 30 wesentlichen Unternehmensgruppen und mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2019/20 (29. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 14,3 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 8,1 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Die besondere Stärke der Gruppe liegt darin, eine breite Präsenz verschiedener Angebote an diverse Zielgruppen in fast allen relevanten Regionen der Welt zu verwirklichen. Eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten der Otto Group ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an unternehmerischer Verantwortung und Kollaborationswillen der Konzernunternehmen garantieren zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Pressekontakt:

Kathrin-Luise Fiesel, +49 40 6461 5305, kathrin-luise.fiesel@ottogroup.com

Kristina Drews, +49 40 6461 6338, kristina.drews@ottogroup.com