

S.OLIVER GROUP

Lernen für die Zukunft:

In einem herausfordernden Markt wandeln sich auch die Anforderungen an die Mitarbeitenden. Für die Beschäftigten der s.Oliver Group ist deshalb die Entwicklung von Future Skills entscheidend. Mit LinkedIn Learning setzt das internationale Modeunternehmen jetzt auf einen Partner, mit dem es für die Zukunft bestens aufgestellt ist.

Die Erfolgsgeschichte

Mit LinkedIn Learning lernen die Beschäftigten von der s.Oliver Group schon heute die Skills von morgen

Als Unternehmen in einem dynamischen Markt sind Anpassungsfähigkeit und die Bereitschaft zu Lernen für die Zukunftsfähigkeit von s.Oliver entscheidend. Wie aber schafft es das Unternehmen, seine Mitarbeitenden an verschiedenen internationalen Standorten weltweit mit relevanten und topaktuellen Formaten zu versorgen? Auf der Suche nach einem Tool, das nicht nur die geforderte Themenvielfalt abdeckt, sondern die Lerninhalte auch orts- und zeitunabhängig zur Verfügung stellt und vor allem in verschiedenen Sprachen, konnte LinkedIn Learning mit seinem Angebot überzeugen.



Egal wer, egal wo – dank LinkedIn Learning lernen Mitarbeitende so wie sie es brauchen

Seit 2021 nutzt s.Oliver Group die Möglichkeiten der Lernplattform vollumfänglich mit insgesamt rund 1.700 Lizenzen. Mit großem Erfolg: Mitarbeiter:innen in der Zentrale, aber auch in den Stores, Logistikzentren und an internationalen Standorten können jetzt jederzeit genau die Fähigkeiten erwerben, die sie brauchen. Lernen wird so zum selbstverständlichen Bestandteil des Arbeitsalltags.



Die Herausforderung

Die Transformation von Markt und Arbeitswelt stellt Beschäftigte vor neue Anforderungen

s.Oliver Group ist ein internationaler Modekonzern mit Sitz in Rottendorf bei Würzburg. Beschäftigte arbeiten nicht nur in der Zentrale, sondern auch in Logistikstandorten und auch europaweit auf den Verkaufsflächen eigener Stores oder im Vertrieb. Neben dem Wandel der Arbeitswelt ist das Unternehmen wie viele andere auch mit einem volatileren Marktumfeld konfrontiert, das viel Flexibilität erfordert. Für die s.Oliver Group ist klar: Mitarbeiter:innen sind der Schlüssel zur Bewältigung dieser Herausforderungen.

Future Skills – Lernen, was morgen gebraucht wird

Qualitativ hochwertige Weiterbildung ist nicht nur den Beschäftigten wichtig. Für das HR-Team von der s.Oliver Group stellt sich vor allem die Frage: Wer braucht welche Fähigkeiten, um in der sich stetig wandelnden Modewelt am Ball zu bleiben? Dabei sind bereichsspezifische Anforderungen ebenso wichtig wie Future Skills, also jene Fähigkeiten, die künftig von immer größerer Bedeutung sind. Die s.Oliver Group hat diese Skills für sich klar definiert. Eine dieser Kompetenz ist das Lernen selbst. Insbesondere dem Up-skilling, also dem Aneignen von Wissen und Kompetenzen, um ganz neuen Anforderungen gerecht zu werden, kommt dabei eine immer größere Bedeutung zu.

Weiterbildung ist außerdem erfolgskritisch für Recruiting und Retention

Umso wichtiger ist es, die richtigen Talente zu gewinnen, zu halten und auch kontinuierlich weiterzubilden. Dass die s.Oliver Group potenziellen Mitarbeiter:innen auch beim Thema Lernen Angebote machen muss, spiegelt sich auch in den Nachfragen der Kandidati:innen in Bewerbungsgesprächen wider.

Die Lösung

Mehrsprachig, KI-gestützt und flexibel – s.Oliver Group setzt mit LinkedIn Learning auf zeitgemäße Weiterbildung

LinkedIn Learning bietet Zugang zu einer großen Vielfalt an qualitativ hochwertigen Lerninhalten. Mit mehr als 18.400 Kursen in elf Sprachen sticht das Angebot klar aus dem Wettbewerb hervor. Und die s.Oliver Group stellt allen Beschäftigten im Monat bis zu vier Stunden Lernzeit „on-the-job“ zur Verfügung.

Daten nutzen, Trends frühzeitig erkennen

Dazu kommt: Als weltweit größtes Netzwerk für den beruflichen Austausch mit über 900 Millionen Mitgliedern und mehr als 59 Millionen Unternehmen verfügt LinkedIn über die entscheidenden Informationen zu Trends und Bedarfen von Branchen, Unternehmen und Lernenden. Für die s.Oliver Group ist das ein entscheidendes Kriterium, um bereits bei der Auswahl der Themen auf der Höhe der Zeit zu sein. Das HR-Team beobachtet deshalb genau, wie das Tool im Unternehmen genutzt wird – natürlich unter Wahrung der Anonymität einzelner Nutzer:innen. Welche Kurse sind besonders beliebt? Gibt es Lerninhalte, die im Vergleich zu anderen Unternehmen mehr oder weniger gefragt sind? Diese datengestützten Einblicke helfen, das Thema Lernen weiter zu stärken.



„Wir sind davon überzeugt, dass nur ein lernfähiges Unternehmen in unserem dynamischen Markt bestehen kann. Wir setzen deshalb alles daran, kontinuierliches Lernen zu einem festen Bestandteil des Arbeitsalltags für alle Beschäftigten zu machen. So sichern wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.“

Thomas Lurz

Director Human Resources & Corporate Strategy
s.Oliver Group

97%

Aktivierungsquote
verzeichnet die s.Oliver
Group unter allen Lizenzen

4 Stunden

Lernzeit pro Monat stellt die
s.Oliver Group allen
Beschäftigten zur Verfügung.

12K Stunden

haben Mitarbeitende im
vergangenen Jahr konzernweit
genutzt, um sich weiterzubilden.

Passende Angebote dank smarter Technologie

Neben einem ausführlichen Onboarding und der monatlichen Lernzeit, ist es besonders wichtig, dass die Nutzer:innen auch die richtigen Lerninhalte finden. Das können sie bei der s.Oliver Group eigenverantwortlich tun und dabei auf Vorschläge und Lernpfade von LinkedIn Learning zugreifen oder sich von sogenannten Kurator:innen helfen lassen. Diese kennen die Bedürfnisse ihrer Teams und entwickeln weitere passende und aufeinander abgestimmte Pfade. Dabei greifen sie ebenfalls auf Vorschläge des smarten Learningtools zurück und bekommen regelmäßig Hinweise zu neuen Inhalten. Die Lernpfade können zudem mit weiteren externen oder eigenen Inhalten ergänzt werden. Diese Kombination sorgt für die richtige Passgenauigkeit der Angebote.

Die knapp 80 Kurator:innen wirken auch – ebenso wie die Führungskräfte in den Teams – als Multiplikator:innen für das Thema Lernen. Das trägt auch zur Festigung einer gemeinsamen Lernkultur in allen Ebenen des Unternehmens bei. Dass der internationale Modekonzern es damit ernst meint, zeigt auch das aktuelle Leuchtturmformat. Im Herbst 2022 stand gleich eine ganz Woche ganz im Zeichen des Lernens. Damit auch alle Mitarbeiter:innen an dieser Learning Week teilnehmen konnten, wurden die Veranstaltungen hybrid angeboten.

„Das Angebot von LinkedIn Learning entspricht unseren Erwartungen an modernes Lernen. Die Plattform entwickelt sich kontinuierlich weiter und bietet immer aktuelle Lerninhalte – sowohl zu Fachthemen als auch zu übergreifenden Future Skills. Damit sind wir immer auf der Höhe der Zeit.“



Maria Gebhardt

HR Developer Learning
s.Oliver Group



Über s.Oliver Group

Die s.Oliver Group hat sich seit 1969 zu einem Multi-Marken-Konzern entwickelt. Das Markenportfolio umfasst neben den Marken s.Oliver und QS by s.Oliver auch comma, LIEBESKIND BERLIN und COPENHAGEN STUDIOS. Der Konzern beschäftigt international rund 5.100 Mitarbeitende.

Die Marken- und Produktwelten zeichnen sich durch Stil, Qualität, Passform und einem guten PreisLeistungsverhältnis aus – sie bieten immer die genau richtige Lösung für jede Lebenslage an.