

Berichte aus dem FORCE-Programm IV

Angela Paul-Kohlhoff
Gisela Thiele
Susanne Wellmann

WEITERBILDUNG IN DER NAHRUNGSMITTEL- UND GETRÄNKEINDUSTRIE

NATIONALE SEKTORSTUDIE
BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND



Herausgeber: Bundesinstitut für Berufsbildung · Der Generalsekretär

Inhalt

Nationaler Report Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie

Vorwort

Inhalt

Vorbemerkung: Zur Reichweite des nationalen Reports	11
1 Einleitung	14
1.1 Aktuelle Entwicklung der Branche	16
2 Definition und Abgrenzung der Branche	17
3 Charakteristik der Branche	20
3.1 Geschichtliche Entwicklung	20
3.2 Struktur	21
3.2.1 Umsatzentwicklung	21
3.2.2 Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten	22
3.2.3 Anzahl der Unternehmen	24
3.2.4 Konzentration im Ernährungsgewerbe	25
4 Zu organisatorischen und rechtlichen Voraussetzungen der schulischen und beruflichen Qualifizierung in Deutschland	31
5 Zur Rolle der Sozialpartner	36
5.1 Zur Mitwirkung bei den Ausbildungsordnungen	38
5.2 Einflußnahme auf der betrieblichen Ebene	38
6 Berufsausbildung und Weiterbildung in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	40
6.1 Berufsausbildung	40
6.2 Weiterbildung in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	43
6.3 Weiterbildung in Betriebsvereinbarungen	44
7 Zusammenfassung	45
Literatur	47

Fallstudien

Fallstudie Bitburger Brauerei Th. Simon

1	Beschreibung des Unternehmens	53
2	Organisationsstruktur des Unternehmens	56
3	Die Beschäftigtenstruktur	57
4	Arbeitszeit und Entlohnungssituation	60
5	Stand der Technologie	61
6	Ausbildung bei der Bitburger Brauerei	64
7	Zur Weiterbildung	65
8	Kosten der Weiterbildung	68
9	Zusammenfassung	68

Fallstudie Rotkäppchensektkellerei

0	Vorbemerkung	71
1	Vorgeschichte und Umstrukturierung der Sektkellerei	71
2	Charakteristika des Sanierungskonzepts: Vom Verteilen zum Verkaufen	74
3	Die neue Belegschaftsstruktur	76
4	Weiterbildung in der Rotkäppchensektkellerei	77
5	Perspektive: Europäischer Binnenmarkt	79

Fallstudie "Sachsenmilch AG" Dresden

1	Charakteristik der Firma "Sachsenmilch AG" Dresden	80
1.1	Vorbemerkung	80
1.2	Geschichtlicher Überblick und Firmenstruktur	80
1.2.1	Die "Südmilch AG"	82
1.2.2	Intermilch	84
1.2.3	Struktur der Südmilch-Unternehmens-Gruppe	85
1.3	Umsatzentwicklung der "Sachsenmilch AG" in Dresden	86
1.4	Tarifvertragliche Entwicklungen	86
1.5	Mitarbeiterentwicklung	87
1.6	Leistungsmotivation und Arbeitseinstellung der Mitarbeiter	88
1.7	Investitionstätigkeit	89
2	Weiterbildungskonzept der "Sachsenmilch AG" Dresden	89
2.1	Struktur des Personalwesens	89
2.2	Ausbildungs- und Weiterbildungsaktivitäten in der "Sachsenmilch AG"	90
3	Zusammenfassende Bemerkungen	93

Fallstudie Südzucker AG

1	Charakteristik des Unternehmens	94
2	Die Gemeinsame Marktordnung der EG für den Zuckermarkt	97
3	Die Beschäftigtenstruktur	98
4	Organisatorische Anbindung der betrieblichen Bildung	103
5	Erstausbildung bei der Südzucker AG	104
6	Die Weiterbildung bei der Südzucker AG	105
6.1	Das Weiterbildungskonzept der Südzucker AG für die zentral gesteuerte Weiterbildung	105
6.2	Fortbildung im technischen Bereich	107
6.3	Sonstige Weiterbildung	108
6.4	Weiterbildung für die Beschäftigten der Werke in den neuen Bundesländern	108
6.5	Betriebsvereinbarung zur Weiterbildung	109
6.6	Kosten der Weiterbildung	111
7	Zusammenfassung	112

Fallstudie Unilever

1	Charakteristik der Firma Unilever	113
1.1	Vorbemerkung	113
1.2	Geschichtlicher Überblick	113
1.3	Firmenstruktur	115
1.3.1	Unternehmensführung Konzern	115
1.3.2	Unternehmensführung Deutsche Unilever GmbH	117
2	Weiterbildungskonzept Deutsche Unilever GmbH	126
2.1	Struktur der Weiterbildung	126
2.1.2	Weiterbildung als Business Unit	128
2.2	Schwerpunkte des Weiterbildungsprogramms	132
2.3	Quantität und Kosten der Weiterbildung bei der Deutschen Unilever	133
2.4	Die Sicht des Betriebsrats zur Weiterbildung	134
3	Zusammenfassung	135

Fallstudie X

1	Charakteristik der Firma X	139
1.1	Vorbemerkung	139
1.2	Geschichtlicher Überblick	139

2	Firmenstruktur	141
2.1	Unternehmensleitbild	141
2.2	Neue Führungsstruktur	142
2.3	Umsatzentwicklung	143
2.4	Finanzielles Ergebnis	144
2.5	Absatzentwicklung	144
2.6	Investitionen	145
2.7	Entwicklung der Marktanteile	145
2.8	Entwicklung der Mitarbeiter	146
2.9	Arbeitszeitregelungen	147
3	Weiterbildung in der Firma X	147
3.1	Organisation der Weiterbildung	147
3.2	Die Bedarfsermittlung im Bereich Weiterbildung	148
3.3	Weiterbildungsstrategie des Unternehmens	150
3.4	Quantität der Weiterbildung in der X-Gruppe	151
3.5	Aufgewandte Kosten für die Weiterbildung	153
3.6	Die Sicht des Betriebsrates zur Weiterbildung	153
4	Zusammenfassung	154

Resümee

1	Zur Auswahl der Fallstudien	155
2	Planung und Konzeption der Weiterbildung	157
3	Einfluß der betrieblichen Interessenvertretung auf die Weiterbildung	158
4	Organisation der Weiterbildung	159
5	Zur Weiterbildungsbeteiligung unterschiedlicher Beschäf- tigtengruppen	161
6	Kosten der betrieblichen Weiterbildung	162
7	Zusammenfassung	163

ANHANG