



Über Stella McCartney

Das Luxus-Lifestyle-Label Stella McCartney wurde 2001 unter dem Namen der Designerin gegründet und bis zum 31. März 2018 als Partnerschaft zu gleichen Teilen mit Kering geführt. Das Design setzt auf elegante, selbstbewusste Schnitte und natürlichen Sex-Appeal. Die Marke vertritt ethische Werte und ist davon überzeugt, dass Unternehmen mit Ressourcen und der Umwelt verantwortungsvoll umgehen sollten. Stella McCartney bietet Konfektionskleidung für Damen und Herren sowie Handtaschen, Schuhe und eine Kinderkollektion an. Außerdem entwickelt das Unternehmen unter Lizenz Brillen, Dessous, Schwimmbekleidung und Parfüms und unterhält eine langfristige Partnerschaft mit Adidas.

► www.stellamccartney.com

Ein Modelabel setzt auf Sprachtraining

Das Luxus-Lifestyle-Label Stella McCartney versteht sich als verantwortungsbewusstes, faires und modernes Unternehmen und legt schon seit Langem Wert auf Nachhaltigkeit. Die Kollektionen von Stella McCartney sind in über 100 Ländern in Kaufhäusern sowie in 53 eigenständigen Geschäften erhältlich, u. a. in London, Los Angeles, Tokio, Hongkong, Dubai, Mailand und Shanghai. Neue Filialen wurden zuletzt in Florenz, Paris und New York eröffnet.

Als international renommierte Marke für Bekleidung und Accessoires versteht sich Stella McCartney als ein großes, globales Team. Jedoch erschwerten Sprachbarrieren die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen.

„Da unsere Mitarbeiter über die ganze Welt verteilt sind, war es für uns sinnvoll, Sprachkurse zu unserem Kernkompetenzprogramm hinzuzufügen“, erklärt Jill Furzey, Leiterin der Personalentwicklung. Stella McCartney brauchte eine Lösung, die allen Mitarbeitern ein maßgeschneidertes Sprachtraining bietet.

Lernangebote sind ein fester Bestandteil der Personalentwicklungsstrategie von Stella McCartney. Mitarbeitern soll so die Chance gegeben werden, Fähigkeiten und Kenntnisse zu verbessern, die für ihre Funktion wichtig sind. Aus diesem Grund – aber auch, um dem eigenen Anspruch als vielfältiges, inklusives Unternehmen gerecht zu werden – musste das Modelabel eine hochwertige und flexible Sprachlernlösung finden. „Vielfalt und Inklusion sind das Fundament unserer zentralen Unternehmenswerte. Unser globales Team setzt sich aus Mitarbeitern aus der ganzen Welt zusammen – und diese Internationalität möchten wir fördern.“


Auf der Suche nach der besten Lösung

Anfangs erhielten die Mitarbeiter konventionellen Präsenzunterricht, der an feste Zeiten gebunden war. Angesichts der Vielzahl an Partnern lies sich dieses Konzept international jedoch schwer konsistent gestalten und skalieren. Es konnte nicht gewährleistet werden, dass der Unterricht überall auf gleichem Niveau erfolgte. „Unsere Lernlösung sollte für alle Mitarbeiter geeignet sein – ob sie nun in einer Filiale oder in einem unserer Zentralbüros arbeiten“, erklärt Jacqui Mathias, Schulungsleiter für den weltweiten Einzel- und Großhandel.

Im Jahr 2017 entschied sich das Unternehmen für das digitale Sprachtraining von Rosetta Stone und implementierte somit eine Lösung, die für jeden Mitarbeiter weltweit zu nutzen war.

Laut Jill Furzey ist dieser Aspekt besonders wichtig. Denn das Unternehmen möchte „Mitarbeitern mehr Gelegenheiten bieten, international und abteilungsübergreifend besser kommunizieren zu können – und Sprache ist ein Weg, um das zu erreichen.“

Jacqui Mathias fügt hinzu: „Wir wissen, dass viele unserer Mitarbeiter sich dafür entscheiden, in englischsprachigen Ländern zu arbeiten, weil sie ihre Englischkenntnisse verbessern wollen. Diesen Mitarbeitern möchten wir ein weiterführendes Sprachtraining bieten. Wir sind der Überzeugung, dass uns dieses Angebot auch als Arbeitgeber attraktiver macht.“



„Das Training hat mir einen guten Einblick in die Grundlagen der neuen Sprache gegeben und die Lektionen mit dem Tutor waren wirklich sehr hilfreich. Ich traue mich jetzt eher, auf Geschäftsreisen Französisch zu sprechen.“

– Teilnehmer eines Französisch-Sprachtrainings für Anfänger



Effektiver lernen

Bei Stella McCartney haben die Verantwortlichen erkannt, dass Mitarbeiter unterschiedliche Anforderungen an Sprachtrainings, Kurstermine und Lernformate haben. Mit der Sprachlernlösung für Unternehmen von Rosetta Stone können alle Mitarbeiter in ihrem eigenen Tempo lernen – und so, wie es für sie am besten ist. Egal, ob der Filialleiter in Italien oder der Einkäufer in den USA: Die Online-Kurse, das Live-Tutoring und die mobilen Apps motivierten alle Lerner stärker, als es der Präsenzunterricht zuvor getan hatte.

„Viele unserer Mitarbeiter arbeiten im Homeoffice oder in Filialen, andere reisen viel. Daher brauchten wir einen flexibleren Ansatz. Jetzt können sie überall und jederzeit lernen – und deshalb ist dieses Programm eine sehr gute Investition“, so Furzey.

Jeder Mitarbeiter wählt die Sprache aus, die ihm in seinem Aufgabenbereich am meisten weiterhilft. Anfänglich wurden Englisch, Italienisch und Französisch bereitgestellt. Um künftigen Anforderungen gerecht zu werden, wird das Angebot von Rosetta Stone 21 weitere Sprachen umfassen.

Zur Erfolgsmessung wurde zuerst beobachtet, ob die Mitarbeiter die Sprachlernlösung aktiv nutzen. Schnell wurde deutlich, dass es einen Zusammenhang zwischen der Unterstützung durch die Administratoren und der Mitarbeiternutzung gab. Daher will das Unternehmen die Verfügbarkeit und Vorteile des Sprachtrainings mit Rosetta Stone in Zukunft standortübergreifend besser kommunizieren.

Blick in die Zukunft

Folgende Ziele wollte Stella McCartney durch die Aufnahme des Online-Sprachtrainings von Rosetta Stone in das Schulungsangebot für Mitarbeiter erreichen:

- Verbesserung der Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterloyalität
- Unterstützung der funktionsübergreifenden und internationalen Kommunikation
- Verbesserung interner und externer Geschäftsbeziehungen
- Förderung der beruflichen und persönlichen Entwicklung

Für die Zukunft erwägt das Unternehmen zudem, mit Sprachtrainings den Kundenservice in den Ladengeschäften zu verbessern.

Ein wichtiger Faktor für den zukünftigen Erfolg ist dabei der ausgezeichnete Kundensupport von Rosetta Stone. „Die Kundenbetreuung war aus meiner Sicht von Anfang an herausragend“, meint Jill Furzey. „Rosetta Stone konnte uns als einziger Anbieter zusichern, dass wir die unterschiedlichsten Standorte einbinden können. Aus unserer Sicht war es die Option, die uns am meisten Flexibilität bot.“



RosettaStone.de/Unternehmen

©2020 Rosetta Stone Ltd. Alle Rechte vorbehalten. Rosetta Stone, die zugehörigen Marken und in diesem Dokument verwendete Logos sind Eigentum von Rosetta Stone Ltd. und in den USA sowie in anderen Ländern in Gebrauch und/oder registriert. 5344 -Stella-McCartney-CS-DEU-0520



„Ich habe viel gelernt und mein Englisch hat sich deutlich verbessert – sowohl schriftlich als auch mündlich. Die Live-Kurse sind wirklich gut und hilfreich.“

– Teilnehmerin eines Englisch-Sprachtrainings für Fortgeschrittene



Über Rosetta Stone

Rosetta Stone ist ein weltweit führender Anbieter skalierbarer Lösungen für Sprachenlernen und Sprachkompetenz. Unsere Online-Programme wurden bisher von über 12.000 Unternehmen, 9.000 öffentlichen Einrichtungen und Millionen von Lernenden in über 150 Ländern genutzt.