

# **Bettzeit University**

## **Bettzeit startet Bildungsoffensive**

Montag, 01.04.2019

*Zum Start des Sommersemesters 2019 pilgern wieder zahlreiche Studierende in die Hörsäle der Universitäten und Fachhochschulen. Viele wollen sich mit dem Studium optimal auf das Berufsleben vorbereiten, andere haben bereits Erfahrung in der Berufswelt gesammelt und wollen diese durch theoretische Kenntnisse untermauern. Dass sich Fortbildung und Berufsleben jedoch nicht ausschließen müssen, beweist die Bettzeit GmbH. Das Frankfurter Unternehmen startet ab sofort eine eigene Bildungsoffensive für alle Mitarbeiter – die Bettzeit University.*

Lebenslanges Lernen und die Aussicht, sich weiterentwickeln zu können, hat für Erwerbstätige aller Altersgruppen eine hohe Bedeutung und spielt bei der Wahl des Arbeitgebers eine entscheidende Rolle. Beim Frankfurter Sleep-Tech-Unternehmen Bettzeit hat Weiterbildung Tradition, eine Vielzahl an Sprachkursen wird seit Jahren intern angeboten. Dr. Dennis Schmoltzi, Gründer und Geschäftsführer, hat nun die unternehmenseigene Bettzeit University ins Leben gerufen. „Sich kontinuierlich weiterbilden zu können, wird sehr hochgeschätzt und nach konkreten Möglichkeiten werden wir in nahezu jedem Vorstellungsgespräch gefragt. Als Arbeitgeber möchte ich allen Team-Mitgliedern ein optimales Umfeld bieten, ihre Fähigkeiten zu fördern und sie kontinuierlich auszubauen“, erklärt Schmoltzi, der selbst gelegentlich als Dozent an der European Business School tätig ist. Alle Mitarbeiter von Bettzeit können sich an der Bettzeit University einschreiben. Die Kurse werden einmal in der Woche während der Arbeitszeit in Englisch angeboten.

Das Angebot umfasst knapp 20 Module zu Themen wie Kundenkommunikation, Finanzen, Marktforschung oder Marketing-Grundlagen. Auch Kurse für grundlegende Excel-Techniken oder besondere Präsentationsfähigkeiten stehen auf dem Lehrplan. Durchgeführt werden die Kurse von Experten der jeweiligen Abteilung, teilnehmen sollen bewusst auch Kollegen aus anderen Fachbereichen des Unternehmens. Sie sollen ihre eigenen Fähigkeiten erweitern und über den Tellerrand blicken, um das Unternehmen mit seinen zahlreichen unterschiedlichen Bereichen besser kennenzulernen. „Wir haben gemerkt, dass ein Verständnis für die Aufgaben anderer wichtig ist, um Innovationen zu entwickeln und auch langfristig ein agiles Unternehmen zu sein“, so Schmoltzi.

Von Beginn an wird das Angebot von den rund 200 Mitarbeitern aus über 30 Nationen sehr gut angenommen. Alle Kurse sind voll besetzt, neue Module sind bereits in Planung. Katrin Nieke, Head of Brand Performance Marketing, hält einerseits als Tutorin Kurse in den Bereichen Marketing und Marktforschung und nimmt andererseits an Kursen teil. „Durch meine Position bin ich mit allen Teams in ständigem Kontakt. Zu verstehen, was für andere Bereiche wie beispielsweise Forschung und Entwicklung, IT oder Produktion wichtig ist, gibt mir neue Impulse“, erklärt Nieke.

**Bettzeit startet Bildungsoffensive**

## Links

- [Bettzeit Gruppe](#)