

Wer wagt, gewinnt



Glücklicher Gewinner: Tom Schmitt hält den Internationalen Deutschen Trainings-Preis in Händen.

„Gipfeltreffen der Gewinner“ - unter dieses Motto hatte der Bundesverband der Verkaufsförderer und Trainer (BDVT) seine diesjährige Verbandstagung gestellt. Zwar fand die ProSales am 19. November 2004 nicht wirklich auf einem Gipfel, sondern im Welcome Hotel in Bamberg statt, doch präsentierte sie in den Augen von Manfred Sieg gleich mehrfach Gewinner. Als Gewinner sah der Verbandspräsident nämlich auch den Verband selbst, der mit der Veranstaltung gleichsam sein 40-jähriges Bestehen feierte. „Wir regen Unternehmen an, durch Training und Personalentwicklung mehr in die berufliche Qualifizierung zu investieren“, lobte er die Leistungen des mit 700 Mitgliedern größten Trainerverbandes. Die Unternehmen zu Qualifizierung anregen will der Verband u.a. durch den jährlich verliehenen Internationalen Deutschen Trainings-Preis. Die Gewinner des Preises hatten

ProSales 2004

auf der Verbandstagung erstmals die Gelegenheit, ihre Konzepte einem größeren Publikum vorzustellen: Immerhin 220 Teilnehmer zählte der Jubiläumskongress. Bei der Ausschreibung des Wettbewerbs war der Verband dieses Jahr übrigens anders vorgegangen als in den Jahren zuvor. Mit Kalkül, wie Vizepräsident August Breil erläuterte: „Wir wollten besonderes Augenmerk auf Herausforderungen und Trends legen und haben uns daher von den vorab definierten Kategorien, zu denen Konzepte in den vergangenen Jahren eingereicht werden konnten, verabschiedet.“ Die Rechnung ging auf: Aus den 20 Finalisten konnte die Jury vier derzeit offensichtlich besonders relevante Trainingsfelder ermitteln: Kunden- und Mitarbeiterorientierung, Nachwuchsförderung, Vertrieb, Organisations- und Personalentwicklung. Darüber hinaus wurde die Kategorie „Innovative Zielgruppen und Themen“ gebildet. Die Betonung des Innovationsgedankens war dem Verband nämlich ein Anliegen. Sieg: „Wir brauchen Trainer, die Mut beweisen, indem sie innovative Konzepte anbieten und neue Zielgruppen angehen.“

Innovativ: Busfahrer mit Theater schulen

So machte schließlich auch ein Konzept aus der Kategorie „Innovative Zielgruppen und Themen“ das Rennen um den Gesamtsieg: Goldmedaillen-Gewinner Tom Schmitt vom Hamburger Trainingsinstitut Committ setzte

seinem Projekt „Kundenfreundlichkeit gewinnt“ gegen die anderen zwei Goldgewinner in den Kategorien Vertrieb und Nachwuchsförderung durch. Im Auftrag der Pinneberger Verkehrsgesellschaft entwickelte Schmitt ein eintägiges Seminar, in dem die Busfahrer lernen, mit Konflikten umzugehen, Fahrgästen serviceorientiert zu begegnen, Stress abzubauen und Spaß an der Arbeit zu haben. Clou des Trainings: Schmitt arbeitete mit der so genannten Forum-Methode, einer Theaterform, in der die Trainingsteilnehmer als Regisseure ihr eigenes Verhalten unter die Lupe nehmen. Der Ablauf: Ein Schauspieler und der Trainer imitieren typische Alltagssituationen im Bus. Die zuschauenden Busfahrer können die Szenen unterbrechen, Verbesserungsvorschläge machen und die Szene mit veränderter Dramaturgie erneut durchspielen lassen. Der Ansatz überzeugte die Juroren: „Eine innovative, effiziente Methode, die Teilnehmer einbindet, Schwächen deutlich macht, sensibilisiert und zu persönlichen Veränderungen motiviert, ohne den Einzelnen bloßzustellen.“

Dass gerade wirtschaftliche Themen Gewinner hervorbringen können, bewies das Urteil der Jury über die Qualität der eingereichten Konzepte. Trotz knapper Budgets, weniger Trainingszeit und mehr Erfolgsdruck leisteten die einzelnen Maßnahmen im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren deutlich mehr: „Wir haben dieses Jahr mehr Konzepte gesehen, die wir auch selbst einkaufen würden“, so die Jury, die dreimal Gold, fünfmal Silber und viermal Bronze verlieh.

ahe ■

Die Goldmedaillen-Gewinner

► Kategorie: Nachwuchsförderung

Preisträger: Sparkasse Zollernalb, Balingen

► Projekt: „Fit für Azubi-Management“

Nachwuchskräfte, deren eigene Ausbildung nicht allzu lange zurückliegt, betreuen Azubis auf ihrem Weg zum Kundenberater. Nähe und Austausch zwischen Nachwuchskräften und Azubis sollen helfen, die Lehrlinge zu Beraterpersönlichkeiten auszubilden, die auf die Anforderungen und Bedürfnisse der Sparkassen-Kunden adäquat eingehen.

Jury-Begründung: Die Potenziale der Auszubildenden werden frühzeitig erkannt und Nachwuchskräfte gezielt in die Verantwortung genommen.

► Kategorie: Vertrieb

Preisträger: Noesis, Leonberg

► Projekt: „Kunden noch erfolgreicher machen“. Noesis entwickelte für Villeroy & Boch ein mehrmoduliges Verkaufstraining für Mitarbeiter im Fachhandel Bad, Küche, Fliesen, die Produkte von Villeroy & Boch vertreiben. Geschult werden persönliche, fachliche und methodische Verkäuferkompetenzen.

Jury-Begründung: Trainiert wird die Beratungskompetenz einer Zielgruppe, für die es bislang kaum Ausbildungen gab. Zudem fördert der Fokus auf den Kundennutzen die Kundenbindung und erhöht den Absatz der eigenen Produkte:

► Kategorie: Innovative Zielgruppen und Themen

Preisträger: Committ, Hamburg

► Projekt: „Kundenfreundlichkeit gewinnt!“

Die Busfahrer der Pinneberger Verkehrsgesellschaft werden in einem eintägigen Seminar in Kundenfreundlichkeit trainiert. Die Methode Forum-Theater ermöglicht es den Teilnehmern, ihr Verhalten als Busfahrer zu reflektieren und gegebenenfalls zu korrigieren.

Jury-Begründung: Hervorzuheben ist der Mut, einen anderen, aber gleichsam wirtschaftlich effizienten Weg zu gehen sowie die kreativen, zielorientierten Maßnahmen in Form von Theaterelementen, Gruppenarbeit und Plenumsdiskussion.