

Die Qual der Wahl

Wie erkennt man gute Qualifizierungsangebote?



Fortbildungen sind ein Muss, um sich für die beruflichen Herausforderungen von morgen fit zu machen. Welche Kriterien sollten Fortbildungen erfüllen und woran erkennt man die Qualität eines Bildungsanbieters?

Chef, wir brauchen dringend eine Fortbildung! So könnte das Fazit einer Teambesprechung lauten. Wie finde ich jetzt den richtigen Trainer oder das richtige Beratungsunternehmen, damit mein Team auch den Mehrwert bekommt, den es möchte – und warum ist eine Weiterbildung überhaupt notwendig?

Schulungen sind wichtig für die Begleitung von Veränderungsprozessen. Nicht nur zur Vermittlung neuen Wissens bei der Einführung neuer technischer Tools, sondern auch bei Konflikten im Team, zur Stärkung des Wirgefühls sowie zur Förderung von Führungskräften sind Weiterbildungen unerlässlich.

Warum bringen Qualifikationsangebote oft nichts?

Hat das Unternehmen bereits einen Trainerpool, ist das von großem Vorteil, besonders wenn Referenzen da sind, dass das Training gut war. Wenn nicht, wird neu gesucht, ein Beratungsunternehmen ausgesucht, telefoniert, ein Angebot ausgewählt und die Schulung kann starten. Aber manchmal bringen die Fort- und Weiterbildungen nicht den gewünschten Erfolg. Dafür kann es verschiedene Gründe geben: Vielleicht ist der Anbieter der Falsche und das Beste an der Schulung sind Kaffee und Schnitten. Schwierig wird es auch, wenn Fortbildungen von Beratungsunternehmen aus der Schublade gezogen werden, die nicht auf den Alltag übertragbar sind oder die nicht auf den Bedarf der Teilnehmer eingehen.

Wenn das Team keine Lust auf ein Seminar hat, kann das auch gute Gründe haben, zum Beispiel, dass es die Zeit für „echte Arbeit“ nutzen möchte. Die Mitarbeiter haben vielleicht schlechte Erfahrungen gemacht und sehen nicht, was ihnen eine Weiterbildung bringen soll.

Was können Führungskräfte also anders machen?

Um eine Schulung auszuwählen, ist es als Erstes wichtig, vorab die Frage zu klä-

ren, welche Qualifikationen genau gebraucht werden.

- Wo drückt der Schuh besonders?
- Was ist das Ziel für das Training?
- Mit welchem Gefühl möchte man aus dem Training herausgehen?
- Wann hat sich der Schulungstag für die Mitarbeiter gelohnt?

Diese Fragen stelle ich zum Beispiel vor meinen Trainings in einem festgelegten Fragebogen oder in Interviews. Das Konzept wird dann darauf aufgebaut und ist immer individuell.

Professionalität des Seminarleiters beachten

Die Begriffe „Coach“ und „Trainer“ sind keine geschützten Berufsbezeichnungen. Im Grunde genommen kann sich jeder als Coach ausgeben. Deshalb ist es für die Auswahl einer guten Fort- oder Weiterbildungsmaßnahme wichtig, sich über den Background des Coaches, seine Erfahrungen und auch seine Referenzen genau zu informieren. Ein professioneller Coach passt sein Konzept flexibel an die jeweiligen Ziele der Teilnehmer an. Auch an der Vorbereitung erkennt man einen guten Seminarleiter: Werden dem Unternehmen Vorgespräche angeboten, auf deren Basis das Konzept erstellt wird, oder wird ein fertiges Konzept aus der Schublade gezogen? Letzteres ist oft eine Garantie für mäßige Qualität.

Praxisbezug statt Powerpoint im Übermaß

Das Konzept sollte meiner Erfahrung nach immer individuell erstellt sein. Damit das Gelernte auch in die Praxis übertragen werden kann, sollte die individuelle Praxis der Teilnehmer berücksichtigt werden, wenn Inhalte vermittelt werden. Mit ausgiebigen Powerpoint-Präsentationen ohne Interaktion gelingt das nicht. Zur Orientierung: Gute Workshops kosten am Tag je nach Aufwand, Teilnehmerzahl und Umfang des Angebots zwischen 1.800 und 3.500 Euro.

Heute ist fast alles online möglich. Entsprechend können Fortbildungen

nicht nur in Präsenz, sondern auch online erfolgen. Geht es nur um reine Wissensvermittlung, kann ein Online-Training ausreichen. Stehen Teambuilding und eine gute Übertragung in die Praxis im Vordergrund, dann haben Online-Angebote ihre Grenzen. Ich finde es zum Beispiel schwierig, Teamentwicklungen online abzuhalten. Hier geht es oft um die leisen Töne beim Miteinander, die Stärkung des Wirgefühls oder die Lösung von Konflikten. Die Kaffeepause gehört sozusagen dazu, um das Ganze abzurunden. Auf der anderen Seite habe ich auch schon ein World Café mit 60 Frauen online umgesetzt. Das Format lege ich deshalb mit dem Kunden danach fest, was das Ziel des Trainings und der Mehrwert für die Teilnehmenden sein soll.

Fazit

Im Zentrum guter Qualifizierungsangebote steht immer der Mehrwert für die Teilnehmer, das Team und das Unternehmen. Ist das Ziel der Qualifizierungsmaßnahme vorab klar herausgearbeitet, kann es losgehen. Ein gutes Angebot eines Bildungsanbieters liefert neue, spannende Impulse und einfach umsetzbare Tools für den Arbeits- und Führungsalltag der Mitarbeiter. So entstehen nachhaltige Ergebnisse, die mit Freude und Selbstverantwortung im Anschluss von den Teilnehmern auch umgesetzt werden können. Katja Schäfer



Katja Schäfer ist Coach und Trainerin für Führungskräfte und deren Teams. Unter dem Motto „Leadership Leichtgemacht“ und „Führung geht einfach und macht Spaß“ setzt sie in ihrer Arbeit, ihrem Podcast und ihrem Buch den Fokus auf die Unterstützung von Nachwuchsführungskräften. Als Dipl.-Pädagogin, Kunsttherapeutin und Sozialmanagerin verbindet sie die Welten von Führung mit dem gesunden Umgang mit Stress. www.katja-schaefer.de