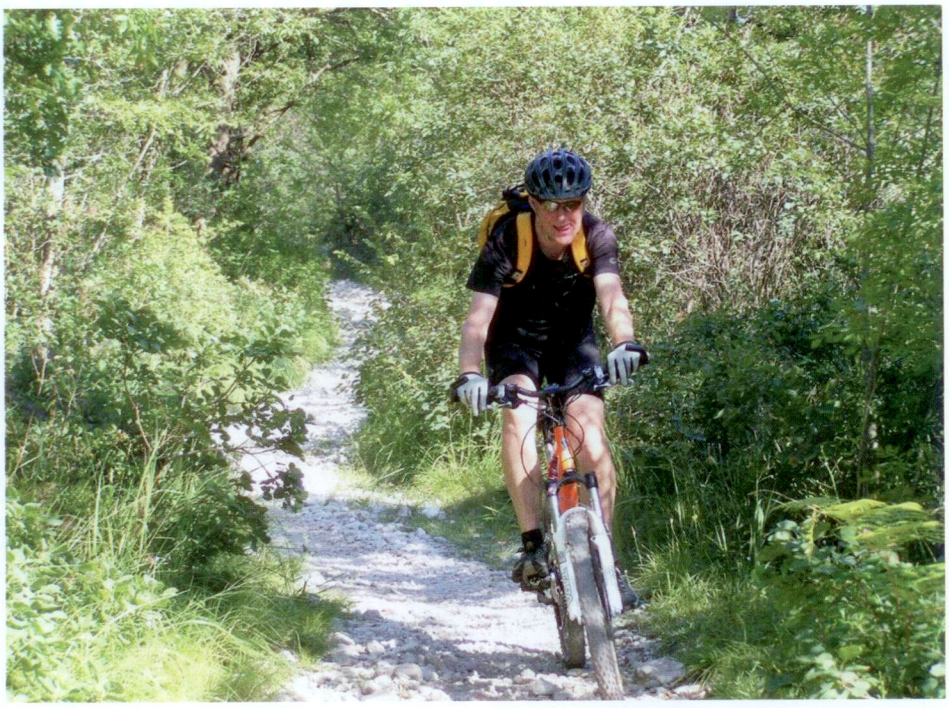
Quo vadis Weiterbildung?

Heinrich Kürzeder: „Vorsicht vor Fortbildungs-Fast Food“

Der Inhaber der Agenturen 5 Sterne Redner und 5 Sterne Trainer Heinrich Kürzeder lebt die Philosophie seiner Redner- und Traineragentur „Wir begeistern Menschen“. Der erfahrene Weiterbildungsexperte verbindet Unternehmen erfolgreich mit den thematisch passenden Rednern, Trainern und Coaches und stellt diesen sein Know-how aus 15 Jahren in der Fortbildungsbranche zur Verfügung. Nun sprach er mit Wissen+Karriere-Herausgeber Bernd Seitz über die Zukunft und Trends der Weiterbildungsbranche.



Heinrich Kürzeder beim Alpencross.

Wissen+Karriere: Herr Kürzeder, wo geht Ihrer Meinung nach die Reise in der Weiterbildung hin?

Heinrich Kürzeder: Es sind sehr komplexe Anforderungen, denen Unternehmen gegenüberstehen. Unsere Arbeitswelt wird immer virtueller, viele Teams arbeiten an unterschiedlichen Standorten, kennen sich oft nur über E-Mail, dazu kommen zahlreiche Homeoffice-Mitarbeiter. Viele Leistungen werden ausgelagert. Persönliche Kontakte gibt es immer seltener. Nur diejenigen Unternehmen, die es schaffen, zwischen all diesen verschiedenen Mitarbeitern echtes Wir-Gefühl, Team-Geist und ein positives Klima herzustellen, werden auf Dauer erfolgreich sein. Künftige Weiterbildungsmaßnahmen müssen diese Entwicklungen berücksichtigen.

W+K: Gibt es in der Weiterbildung auch Entwicklungen, die Sie bedenklich stimmen?

Kürzeder: Eine gewisse Tendenz zum „Fortbildungs-Fast Food“ – wie ich dies gerne nenne. Seminare und Vorträge sollen möglichst kurz und natürlich kostengünstig sein. Die Entscheidung über einen Trainer oder Redner wird oft von den Einkaufsabteilungen getroffen, und zwar unter einem einzigen Aspekt: Wer ist der kostengünstigste? Das ist bedenklich. Renommierte Trainer und Sprecher haben höhere Tarife, bringen jedoch beachtlichen Mehrwert durch ihre Praxiserfahrung, ihr Wissen und die Motivation, die sie verbreiten. Bedenklich finde ich weiter, dass immer nach sofort sichtbaren Effekten gefragt wird. Zufriedene, motivierte Mitarbeiter werden dem Unternehmen treu bleiben, sich anstrengen, um mehr Leistung zu erbringen, das sind jedoch Auswirkungen, die sich nur langfristig zeigen und nicht sofort mit einem bestimmten Seminar in Verbindung gebracht werden können. Eine gewisse Regelmäßigkeit in den Weiterbildungsmaßnahmen ist für Langzeiteffekte einfach erforderlich. Im Sport trainieren wirklich erfolgreiche Mannschaften ja auch andauernd und nicht nur einmal pro Jahr beim Seminar ...

Heinrich Kürzeder bei der DTM.

W+K: Es gibt Tendenzen, die Fortbildung immer mehr in die Hände der Mitarbeiter zu legen, d. h. sie selbstverantwortlich zu Fortbildungsmaßnahmen auf eigene Kosten zu bewegen?

Kürzeder: Diese Bestrebungen sind aus Kostengründen leider heute manchmal vorhanden. Ich kann davon nur eindringlich warnen. Heute schon fehlen in sehr vielen Bereichen Spezialisten und Fachkräfte. Dieser „War of Talents“ kommt in den nächsten Jahren noch massiver auf uns zu. Nur die Unternehmen, die ihren Mitarbeitern attraktive Fortbildungsmaßnahmen, interne Entwicklungs-

Christa Kinshofer mit Heinrich Kürzeder.

möglichkeiten und einen interessanten Karriereplan anbieten, werden unter den Besten wählen, bzw. überhaupt ihren Bedarf an Spezialisten und gut ausgebildeten Mitarbeitern decken können.

W+K: Welche Strategien sollen Unternehmen heute fahren, um Ihren Mitarbeitern optimale Weiterbildungskonzepte zu bieten?

Kürzeder: Auf keinen Fall nur in Fachkompetenzen investieren. Soft-Skills der Mitarbeiter, wie Auftreten, Wirkung, Verkaufs- und Verhandlungstechniken und Teamarbeit, sind von immenser Bedeutung. Durch schlecht gemachte, langweilige Präsentationen entgehen zum Beispiel der Wirtschaft jährlich Unsummen, da Aufträge nicht gewonnen werden oder im Falle von internen Präsentationen die Flamme der Begeisterung für ein Projekt bei den Mitarbeitern nicht entzündet wird. Sehr oft brechen Mitarbeiter bei Verhandlungsführungen viel zu schnell ein und gewähren vorzeitig Preisnachlässe, die nicht notwendig sind. Fortbildungen, die auch intensive „harte" Verhandlungstechniken und -taktiken lehren, sind extrem wichtig. Es muss den Mitarbeitern klargemacht werden, dass sie alle ständig in der „Mission des höchsten zu erzielenden Preises" unterwegs zu sein haben. Diese Denkweise kommt meiner Meinung nach oft zu kurz und Mitarbeiter sind schon zufrieden, überhaupt einen Abschluss gemacht zu haben.

W+K: Wie sehen Sie den vermehrten Einsatz von Webinaren in der Weiterbildung?

Kürzeder: Webinare sind eine zeit- und kostensparende Alternative. Das ist natürlich ein Aspekt, den Unternehmen immer berücksichtigen müssen. Ein Webinar eignet sich nicht für alle Bereiche und muss mitreißen, interaktiv und spannend gemacht sein, damit die Teilnehmer nicht geistig abschalten und nebenbei ihre Mails oder sonstige Arbeiten erledigen. Unsere spezielle Methode ist eine Kombination von Live-Seminaren mit nachfolgender Betreuung der Teilnehmer per Webinar, um die positive Energie der Veranstaltung länger aufrechtzuerhalten. In der Praxis sieht das so aus: Ein Seminar zum Beispiel zum Thema Verhandlungstechniken findet live statt. Der Trainer, der es gehalten hat, und die Teilnehmer versammeln sich nach sechs Wochen in einem Webinar, um das Gelernte aufzufrischen und erste Erfahrungsberichte zu tauschen. Drei Monate nach dem Live-Seminar gibt es dann ein weiteres Webinar. Hier schließt sich auch der Kreis zu dem eingangs von mir erwähnten Wissenstausch der Mitarbeiter.

W+K: Wie sieht es mit Incentives und Events aus? Welche Bedeutung messen Sie diesen bei?

Kürzeder: Eine sehr große. Ich glaube stark an die positive Wirkung von emotionalen, gut durchdachten Events. Im Falle von internen Veranstaltungen sorgen sie für nachhaltiges Teambuilding durch die gemeinsamen Erlebnisse; externe Events sind eine fantastische Möglichkeit der Kundenbindung und Schaffung von emotionaler Nähe zwischen Kunde und Unternehmen.

W+K: Wie wichtig ist Social Media für die Weiterbildungsbranche?

Kürzeder: Sehr wichtig. Social Media leisten einen wertvollen Beitrag zum erfolgreichen „Employer Branding". Durch Kanäle wie Twitter und Facebook können Unternehmen Präsenz zeigen und ihre Vorteile herausstellen. Im „War of Talents" ist es nötig, künftige junge Mitarbeiter schon sehr früh abzuholen, eine emotionale Verbundenheit zu schaffen, und zwar auf den Kanälen, auf denen diese unterwegs sind.

Heinrich Kürzeder

ZUR PERSON

Heinrich Kürzeder ist Inhaber der Redneragentur 5 Sterne Redner. Er lebt die Philosophie der Agentur „Wir begeistern Menschen". Der Weiterbildungsexperte verbindet Unternehmen mit den thematisch passenden Rednern, Trainern und Coaches und stellt diesen sein Know-how aus 15 Jahren in der Event- und Fortbildungsbranche zur Verfügung. Weitere Informationen: www.5-sterne-redner.de

W+K: Herr Kürzeder, was sehen Sie als Ihre persönliche Mission in der Weiterbildung?

Kürzeder: Für alle 5 Sterne Aktivitäten habe ich mir zum Ziel gesetzt, dass wir niemals stehen bleiben, uns immer weiterentwickeln, alle neuen Tendenzen und Ströme auf- und mitnehmen, um den Unternehmen sowie unseren Referenten und Trainern eine innovative, moderne Plattform des Zusammentreffens zu bieten. Ganz wichtig ist mir, dass Unternehmen den wirklich für sie passenden Referenten und Trainer buchen. Manchmal habe ich Anfragen nach Themen, die einfach nicht zum Unternehmensklima oder -gegenstand passen, dann ist es an uns, der Agentur, die Bedürfnisse entsprechend zu kanalisieren und Vorschläge zu machen. Lieber lasse ich einen Auftrag sein, als den in diesem Fall „falschen" Referenten zu buchen. ■