

„Ein Paradigmenwechsel für jeden Trainer!“

Blended Learning ist ein Trend, der sich nachhaltig in der Weiterbildungsszene ausbreitet. Was steckt hinter diesem Schlagwort? GEWINN interviewte Niklas Tripolt, Chef der auf Verkaufstrainings spezialisierten VBC.

VON ERICH BRENNER

GEWINN: Die FH Wien, Fachbereich Human Resources, hat eine Studie veröffentlicht, in der 160 Unternehmen über Ausbildung in der Krise Auskunft gaben. Darin geben 43 Prozent an, derzeit generell bei der Ausbildung der Mitarbeiter zu sparen.

TRIPOLT: Ich kenne die Studie. Sie weist für Führungskräfte sogar eine Ausbildungseinsparung von 54 Prozent aus.

GEWINN: VBC ist führender Anbieter zu allem rund um Verkaufstrainings. Spüren Sie die Krise? Schließlich weist die Studie einen Rückgang von 40 Prozent bei Moderationsausbildung, 38 Prozent bei Teamentwicklung sowie bei Projektmanagement und von 22 Prozent bei Verkaufstrainings aus.

TRIPOLT: Nein, wir hatten 2008 mit 4,3 Millionen Euro Umsatz das beste Geschäftsjahr der VBC-Geschichte und auch 2009 liegen wir mit den vorliegenden April-Zahlen sechs Prozent über dem Budgetplan. Wir bilden pro Jahr rund 20.000 Teilnehmer weiter. Firmen, die Wirkung sehen, investieren antizyklisch, die investieren auch jetzt! Wenn die Ausbildung sich dann noch mit positiven Ergebnissen, also Verkäufen, Einsparungen oder sonstigen Zielen des Unternehmens trägt, ist es auch in Zeiten wie diesen kein Thema, die zahlen das.

GEWINN: Kann man in der Krise mit den bestehenden Verkaufstrainings wettbewerbsfähig bleiben?

TRIPOLT: Gute Frage. Reine Präsenztrainings, wie wir sie in all den Jahren Zigtausend Mal geführt haben, wirken unserer Ansicht nach nicht mehr. Man muss mehr anbieten, wobei wir dem mit dem Umstieg auf und dem Einsatz von Blended Learning Rechnung tragen.



Niklas Tripolt, Geschäftsführer von VBC

GEWINN: Die Praxis zeigt, dass Blended Learning zwar im Trend, aber mittlerweile ein Schlagwort ist, unter dem Weiterbildungsinstitute oft Verschiedenes verstehen. Was verstehen Sie darunter?

TRIPOLT: Blend bedeutet für uns eine Mischung von Präsenztraining mit anderen Lernmedien wie Buch, Hörbuch, E-Learning, Vodcast, Podcast etc., und das alles mit tutorieller Begleitung. Wir haben darin gerade eine Million Euro investiert, da wir überzeugt sind, dass es uns mit Blended Learning noch besser gelingt, im Verkaufstraining neue Inhalte auch in Zeiten der Krise gewinnbringend zu vermitteln.

GEWINN: Wie funktioniert das?

TRIPOLT: Blended Learning by VBC besteht aus mehreren Bauteilen. Etwa aus dem Verkaufskompetenz-Check, den wir gemeinsam mit der Wirtschaftsuniversität Wien entwickelt haben. Ohne ins Detail zu gehen: der Teilnehmer absolviert einen Internet-Selfcheck und sowohl er als auch wir als Trainer erfahren Aufschlussreiches über seine

bisherige Verkaufskompetenz. Dadurch und nicht zuletzt aufgrund der Wünsche des Unternehmens, in dessen Auftrag der Teilnehmer zu uns kommt, können wir die Lerninhalte besser als bisher koordinieren. Wünsche der Unternehmen sind beispielsweise verstärktes Training bei Kosten senken, Deckungsbeiträge erhöhen etc.

GEWINN: Sie matchen die Wünsche und Ziele der Firmen mit der bisherigen Verkaufskompetenz der Teilnehmer und ihrem bereit stehenden Angebot, und zwar alles per Internet?

TRIPOLT: Genau. Wir schaffen es damit, dass unsere Trainer, die natürlich weiterhin persönlich von Angesicht zu Angesicht mit den Teilnehmern arbeiten, auch in einem Kurs von beispielsweise 16 Teilnehmern jedem einzelnen seine individuelle Ausbildung anbieten können. Also z. B. aus 60 Einheiten nur jene fünf oder 27, die für den Teilnehmer wichtig sind bzw. die ihm noch fehlen und die er trainieren sollte, zu offerieren. Er oder sie wird somit im Training tatsächlich mit seinen Vorstellungen, mit seinen Problemen

aus seiner Branche konfrontiert, da er vorher die Inhalte eingefügt hat und diese von VBC direkt in die Trainings eingespeist werden. Nach dem Training, z. B. für die Preisverhandlung, gibt der Trainer dem Teilnehmer individuelle Trainingseinheiten mit.

GEWINN: Sie sprachen von einem Tutor?

TRIPOLT: Ich bin kein Freund davon, Verkauf ausschließlich im Internet zu lernen, das kann nur ein begleitendes Lernen sein. Der Tutor kann übers Web monitoren und greift ein, wenn es notwendig ist. Also ein ganzheitliches System, eine Evolution für jeden Trainer.

GEWINN: Wie viel kosten die Trainings?

TRIPOLT: Das ist unterschiedlich. Die Dauer beträgt zwischen sechs und acht Monate, also zwischen 70 und 330 Euro pro Teilnehmer und Monat, je nach Veränderungs- und Entwicklungswillen. Wir sind überzeugt, dass reine Präsenztrainings ohne Rundum-Maßnahmen zu wenig wirken und keine Verhaltensänderung nach sich ziehen, es also eigentlich schade ums Geld ist.