

# TRAINING

Magazin für Bildung und Personalwesen

Nummer 5 Juli/August 2006



## Was VBC so erfolgreich macht

**TEAMTRAINING:** Von der Gruppe zum Team

**PERSONALWESEN:** Motivation, Outsourcing, Konflikte

**SPECIAL:** Lebenslanges Lernen

# Meilenstein zum Erfolg: Spezialisierung

## Wie man Trainingsleistung duplizierbar macht und damit Erfolg multipliziert

VBC – VerkaufsberaterInnencollege – ist seit Gründung auf Erfolgskurs.

Wie alles begann, wie das Franchisekonzept funktioniert und wo VBC heute steht erfuhr **Christine Wirl** im Gespräch mit Niklas Tripolt.

Der Beginn einer erfolgreichen Zusammenarbeit war an sich ziemlich unspektakulär: Im Jahre 1988 waren Niklas Tripolt und Heinz Feldmann in Vorarlberg Außendienstverkäufer in medizinischen Handelsunternehmen und besuchten einige Fachschulungen gemeinsam. Zu ihren Aufgabengebieten zählte es, Verkäufer zu rekrutieren und sie fachlich und verkaufstechnisch auszubilden. Sie „sourceten“ damals den Markt und engagierten Verkaufstrainer. Bald stellten sie fest, dass es viele Trainer am Markt gibt, die jedoch oft mit einem sehr theoretischen Ansatz behaftet waren. Schon damals kam den beiden die Idee, irgendwann einmal ein professionelles und vor allem praxisbezogenes Verkaufstrainingsinstitut zu gründen.

### Die Unternehmensgründung

Einige Jahre später war es dann soweit. Aber lassen wir nun Niklas Tripolt selbst erzählen: „Die Ressourcen zur Unternehmensgründung waren verkäuferisches Know-how, einige unternehmerische Erfahrung und einiges an Geld, das wir bis dahin als angestellte Geschäftsführer in der Medizintechnik verdient und angespart hatten. Was uns damals fehlte war eine Person, die uns erklären sollte, wie Erwachsene lernen. Auf der Suche nach dieser ‚Ressource‘ stießen wir auf Prof. Dr. Emil Hierhold, Gründer von HPS. Wir waren von seinem Zugang und seinen Ansätzen begeistert und wollten Emil Hierhold als Gesellschafter gewinnen. Obwohl wir uns akribisch an seine Verkaufspräsentationsvorlage gehalten hatten, biss er nicht gleich an und zierte sich. Da half uns ein strategischer Schachzug: Wir luden seine

Prokuristin, Mag. Elisabeth Preihs, zum Mittagessen ein und holten sie als ‚Subvertreterin unserer Idee‘ ins Boot. Wir waren erfolgreich: Nach einem Jahr hatten wir die Zusage, Emil Hierhold als Mitgesellschafter und Gründungsmitglied von VBC dabei zu haben. Am 24.12.1997 (!) war es soweit: Wir unterschrieben die Verträge, danach folgte die Eintragung ins Handelsregister in Wien. Die Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung mit ihrem Produkt VBC (VerkaufsberaterInnencollege) war gegründet. Wenn man in der Ausbildungsbranche neu beginnt, hört man spätestens als zweite Frage aller neuer Kunden: ‚Welche Referenzen haben sie?‘ Wir hatten daher Emil Hierhold mit seinem Institut an den Beginn unserer Verkaufspräsentation gesetzt. Es gelang uns schon 1998 große und namhafte Kunden zu akquirieren wie z.B. Mobilkom Austria oder Palmers.

Vom ersten Tag an war die VBC-Strategie ganz klar definiert: Wir sind Verkaufspraktiker und Experten auf genau diesem Gebiet, alle anderen Kundenanfragen (die recht schnell und zahlreich kamen) zu anderen Wissensgebieten in der Erwachsenenbildung wie Moderationstechnik, Präsentation etc. lehnten wir ab mit dem Verweis auf unsere Spezialisierung. Das war anfangs gar nicht einfach, denn die Umsätze hätten wir gut brauchen können. Später wurde diese Spezialisierung zu einem maßgeblichen Baustein für den VBC-Erfolg.“

### Success is a lousy teacher

Wie sich das Unternehmen weiterentwickelt hat schildert Niklas Tripolt: „Success is a lousy teacher – das mussten wir am eigenen Leib erfahren. Die guten Trainings-

umsätze aus dem ersten operativen Geschäftsjahr 1998 konnten wir 1999 noch nicht übertreffen, auch die Umsatzentwicklung 2000 war eher mäßig. 2001 war es dann soweit: Erstmals bilanzierten wir ein Geschäftsjahr mit einer schwarzen Null. Schon in der Gründungsphase war Expansion unser Ziel.“

Im Weihnachtsurlaub 1997 las Niklas Tripolt ein für ihn bahnbrechendes Buch: „Die Anatomie eines Welterfolges“ von Ray Kroc, dem legendären Gründer von McDonald's. Er sagt dazu: „Dieses Franchisekonzept hat mich so fasziniert, dass mir klar war, wenn man weltweit Hamburger braten kann, die in Wien, Moskau oder Paris nahezu gleich schmecken, dann muss es auch möglich sein, qualitativ hochwertige Ausbildung im Verkaufstraining in Franchising – und damit duplizierbar – anzubieten. Gesagt, getan. In einer Arbeitsgruppe von sieben Personen entwickelten wir in 24 Monaten VBC Franchise. Dieses Franchisepaket beinhaltet drei wesentliche Bausteine: ein schlüsselfertiges Unternehmenskonzept, ein ausgeklügeltes Vermarktungskonzept und eine fundierte Trainerausbildung. Bereits 2002 entschloss sich Christian Obermüller, einer unserer Kadertrainer, der erste Franchisenehmer zu werden. Ab diesem Zeitpunkt hat VBC jedes Jahr ein bis zwei Franchiseunternehmer evaluiert. 2006 halten wir neun Franchiselizenzen in Österreich, eine ist noch frei. Entsprechende Bewerber werden ständig evaluiert.“

### Ein funktionierendes Franchisesystem

Wie dieses Franchisesystem genau funktioniert beschreibt Niklas Tripolt: „VBC hat zwei Arten von internen Partnern. Einerseits die erwähnten Franchiseunternehmer, die drei Aufgaben haben (Unternehmer, Verkäufer und im kleinsten Maße auch Trainer). Die eigene Trainerkompetenz ist wichtig, da dieses Know-how notwendig ist, um die VBC-Pooltrainer

professionell für Aufträge vorzubereiten und zu briefen. VBC-Pooltrainer sind die zweite Art interner Partner. Davon gibt es derzeit 29 Damen und Herren, die wir seit 1997 rekrutiert, ausgebildet und auf VBC-Trainingsmodule zertifiziert haben. Das Zusammenspiel funktioniert folgendermaßen: Wenn ein VBC-Franchiseunternehmer einen Kundenauftrag zu einem der VBC-Trainingsthemen annimmt, sieht er nach, welcher der 29 VBC-Trainer dafür zertifiziert ist. In der Mindestausprägung sind das 3-4 Personen, in der maximalen Ausprägung knapp 20. Nun wählt er jene Person aus, die in der Branche des Auftraggebers ‚zu Hause ist‘ – es zählt die eigene erfolgreiche praktische Erfahrung. Dieser Trainer wird dann vom Franchiseunternehmer entsprechend gebrieft, macht Factfinding beim Kunden, individualisiert das Training auf die Bedürfnisse des Auftraggebers und führt das Training durch. VBC ist es dadurch gelungen, Trainingsdienstleistung duplizierbar zu machen. Die große Problematik vieler am Markt tätigen Trainer ist es ja, dass sie quasi selbst ihr ‚eigener Flaschenhals‘ sind. Für den Trainer ist ein verkaufter Trainingstag ein Tag, an dem sonst nichts gemacht werden kann. VBC-Franchiseunternehmer wiederum schaffen es mit diesem Konzept an einem einzigen Tag oft fünf, sechs oder mehr Trainings laufen zu haben, ohne selbst aktiv im Seminarraum zu stehen.“

Vorerst liegt der Fokus für das VBC-Franchisesystem im deutschsprachigen Europa. VBC Deutschland mit Sitz in München ist bereits gegründet. Für die Schweiz werden bereits Geschäftsführer evaluiert. Die erfolgreiche Expansion eines Franchiseunternehmens hängt zu einem Großteil – wenn nicht ausschließlich – davon ab, wie erfolgreich die bestehenden Partner sind. Tripolt: „Insofern sind wir stolz, dass es allen VBC Franchiseunternehmen bisher gelungen ist, bereits in ihrem ersten operativen Wirtschaftsjahr Gewinne zu erwirtschaften. Noch nie hat ein bestehender Senior-Franchiseunternehmer VBC verlassen.“

**Marktführer seit 2002 mit deutscher Auslandstochter**

VBC ist seit 2002 absoluter Marktführer in Österreich. Anlässlich der letzten Erhebung unter Personalchefs im größten Wirtschaftsmagazin Österreichs „Gewinn“ wurde VBC nicht nur als Nummer 1 im Verkaufstraining, sondern als „unerreichter Anbieter“ recherchiert. In Zahlen: VBC



**Die Erfolgsformel**

wird 2006 über 1000 Verkaufstrainings abwickeln und einen Netto-Trainingsumsatz in Österreich von 2,6 Mio Euro (ohne MwSt. und Spesen, Hotel, Kilometer-Geld, Diäten etc.) erwirtschaften. Mit Jahreswechsel 2005/2006 gründete VBC die erste Auslandstochter in Oberhaching bei München. Geschäftsführer in Deutschland ist einer der erfolgreichsten österreichischen Franchiseunternehmer, Mag. Roman Kmenta, der für diese Aufgabe seinen Wohnsitz nach München verlegt hat. Die Ziele in Deutschland sind ambitioniert: VBC wird in den nächsten acht Jahren über 80 Franchiseunternehmer und ca. 150 Profitrainer an Bord holen und absoluter Marktführer im professionellen Verkaufstrainingsgeschäft im deutschsprachigen Europa werden.

**Die Geld-zurück-Garantie**

„Die wichtigste Aufgabe im System ist die ständige Entwicklung und Sicherung der Qualität“, betont Niklas Tripolt. „Dazu zählen Monitoring-Instrumente wie tägliches Teilnehmer-Feed-back, Feed-back vom Co-Trainer an den Haupttrainer und Feed-back vom Haupttrainer an den Co-Trainer, verbal und schriftlich (alle VBC-Trainings werden zu zweit abgewickelt), eine strukturierte Ausbildung und ein Zertifizierungsprozess aller Trainer plus kontrollierte und definierte Weiterbildung der Trainer und Systempartner. Qualität steht also absolut im Mittelpunkt. Nur so kann es sich VBC leisten, seinen Kunden Geld-zurück-Garantie anzubieten, wenn diese mit der Trainingsleistung von VBC nicht zufrieden wären. Gott sei Dank liegen diese Fälle im Promillebereich.“

Worauf führt nun letztendlich Niklas Tripolt die Erfolge von VBC zurück?

„Das Wichtigste sind begeisterte Teilnehmer. Ein gutes Verkaufstraining ‚allein‘ genügt heute nicht. Wenn Verkäufer aus dem Training kommen und ihr Chef, der Verkaufsleiter, fragt, wie denn das Training gewesen sei und er antwortet: ‚Naja, ganz toll!‘, dann war es das Geld wahrscheinlich schon nicht wert. VBC geht es darum, Teilnehmer zu begeistern, sie mitzureißen, ihnen das Handwerkszeug zu geben, das für Erfolg im Verkauf steht. Verkaufen ist eine Form von Verhalten, Verhalten kann verändert werden. VBC bietet die entsprechenden Impulse im Training und die Umsetzungsbegleitung in der Praxis. Beides zusammen führt zu Verhaltensoptimierungen im Verkauf, zu mehr Umsatz mit der gleichen Kundenanzahl und dadurch zu besseren Ergebnissen. Deshalb rechnet sich das VBC-Verkaufstraining für unsere Kunden sehr schnell“, bringt Tripolt die VBC-Erfolge auf den Punkt. **T**

**Who is who bei VBC**

Die Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung GmbH – sozusagen das Vehikel fürs Produkt VBC – gehört folgenden Gesellschaftern:

10% Prof. Dr. Emil Hierhold, 15% Robert Klemensich, 37,5% Heinz Feldmann, 37,5% Niklas Tripolt, alle schon seit der Gründung dabei. Die Ideengeber und Geschäftsführer sind Heinz Feldmann und Niklas Tripolt.

www.vbc.at