

Bedarfsgerechte Weiterbildung

Mit dem Besuch von Einzelseminaren können Kernkompetenzen gezielt und individuell weiterentwickelt werden ohne einen ganzen Lehrgang besuchen zu müssen. Leider geniessen diese Seminare nicht überall einen guten Ruf.

Grundsätzlich eignet sich der Besuch von Weiterbildungsseminaren für alle, die sich in gewissen Themen weiterentwickeln wollen. Mitarbeiter von Garagebetrieben mit Markenvertretung erhalten in vielen Fällen vom Importeur ein entsprechendes Angebot. Auch dieser ist daran interessiert, dass seine Partnerbetriebe professionelle Dienstleistungen erbringen. Dabei wird immer mehr Wert auf die nichttechnischen Kompetenzen gelegt, denn die Dienstleistung macht den Unterschied zwischen den Betrieben. Eine einwandfreie Reparatur- und Servicequalität gilt für den Kunden als selbstverständlich.

Markenfreie Garagen und Vertretungen kleinerer Markenorganisationen müssen sich häufig selbst um ihre Weiterbildung kümmern. Erschwert wird diese Situation dadurch, dass nur wenige Organisationen in der Schweiz ein entsprechendes Angebot anbieten. Vor allem im nichttechnischen Bereich sind nur vereinzelte Seminare für die Automobilbranche zu finden.

Welche Kernkompetenzen sollten vorhanden sein?

Jede Funktion benötigt seine eigenen Kompetenzen. Die Person am Telefonempfang soll neben dem logischen Denkvermögen auch positiv kommunizieren, Lösungen suchen und die technischen Gegebenheiten der Telefonanlage kennen. Ein Werkstattchef soll über Führungsqualitäten verfügen und organisatorische Abläufe gestalten bzw. einhalten können. Der Kundendienstberater muss einen guten Auftritt haben, seine hervorragenden Kommunikationskenntnisse gewandt einsetzen und dadurch überzeugen können – nicht einfach, wenn man bedenkt, dass die meisten Kundendienstberater zuvor Mechaniker in der Werkstatt waren. Die Kernkompetenzen eines Automechanikers und eines Kundendienstberaters unterscheiden sich massiv.



Die aktive Mitarbeit der Seminarteilnehmer erhöht den Lernerfolg. In diesem Beispiel wurden die Eigenschaften von zehn unterschiedlichen Kundentypen bearbeitet.

Die Stellenbeschreibung und das jährliche Qualifikationsgespräch bieten eine gute Grundlage zu bestimmen, welche Kompetenzen in einem Unternehmen vorhanden und welche noch zu erwerben sind. In der Stellenbeschreibung sind die Aufgaben und Anforderungen festgehalten, und während dem Qualifikationsgespräch wird festgelegt, in welchen Bereichen genügend Kompetenzen vorhanden sind und in welchen eine Steigerung erfolgen soll. In einem Betrieb tragen neben den technischen Kenntnissen Kommunikation, Betriebswirtschaft, Personalführung und das Marketing viel zum Erfolg bei. Beispielsweise die positive Kommunikation: Wie kann einem Anrufer positiv mitgeteilt werden, dass der gewünschte Ansprechpartner nicht da ist und dass man trotzdem gerne bereit ist, eine Lösung für sein Anliegen zu finden?



Betriebsinterne Seminare erhöhen den Lernerfolg zusätzlich und steigern die Motivation der Mitarbeiter.

Wie erkennt man gute Anbieter?

Es ist sehr schwierig im voraus zu erkennen, welcher Seminaranbieter der Richtige ist. Vor allem wenn einmal schlechte Erfahrungen gemacht wurden, ist die Hürde für einen erneuten Seminarbesuch sehr hoch, selbst bei einem anderen Anbieter. Bei der Wahl des Anbieters kann auf folgende Punkte geachtet werden:

- Fachkenntnisse: Kennt der Anbieter die Branche, die Arbeitsumstände in einem Garagebetrieb und bringt der Trainer Praxiserfahrungen mit?
- Methodenvielfalt: Welche Lehrmethoden werden eingesetzt und wie wird die teilnehmergegerechte Vermittlung der Seminarinhalte sichergestellt? Wieviel Abwechslung wird im Seminar geboten?
- Referenzen: Über welche Referenzen verfügt der Anbieter?
- Flexibilität: Werden die Erwartungen der Teilnehmer miteinbezogen und die Kursinhalte entsprechend angepasst?
- Teilnehmererfahrungen: Werden die Erfahrungen der Teilnehmer miteinbezogen und gibt es die Gelegenheit, einen Erfahrungsaustausch zu pflegen zu den ausgeschriebenen Themen?
- Praxistransfer: Unterstützt der Anbieter gegebenenfalls auch die Umsetzung im Betrieb?

Ein vorgängiger Einblick in die Seminarunterlagen zeigt, ob es sich dabei um einfache Zusammenfassungen handelt oder ob die Teilnehmer ein Nachschlagewerk erhalten, mit dem sie auch in Zukunft arbeiten und die Seminarinhalte repetieren können. Auch eine klare Kursbeschreibung mit der Angabe des Teilnehmernutzens kann auf einen guten Anbieter hinweisen, und vor allem sollen Fehler erlaubt sein.



Gemeinsam Lösungen finden bei kniffligen Aufgabenstellungen.



Situationen aus der Praxis am Objekt trainieren, hier während der Direktanlage.

Was kostet Weiterbildung?

Weiterbildung ist teuer. Sie ist eine Investition in die Zukunft, die sich nach einer gewissen Zeit auch wieder lohnen soll. Die Seminarkosten von ca. 500 Fr. pro Tag bilden nur den kleineren Teil der Investition. Der Arbeitsausfall ist pro Mitarbeiter mit rund 1500 Fr. pro Tag einzusetzen, der Umsatzausfall bei einem Mechaniker ist sogar noch höher, und Spesen fallen auch noch an. Wenn also mit einer Investition von 2000 Fr. pro Seminartag gerechnet wird, unterstützt dies auch das Interesse an der erfolgreichen Umsetzung. Wenn der Ordner mit den Unterlagen nach dem Seminarbesuch in einem Regal verstaubt, hat sich die Investition bestimmt nicht gelohnt. Erst wenn ein Mitarbeiter die Möglichkeit erhält, das Erlernte umzusetzen, kann mittelfristig auch mit einem finanziellen Nutzen gerechnet werden.

Welchen Nutzen bringen Seminare?

Die Teilnehmer von Seminaren profitieren von einer Portion geballtem Wissen in kurzer Zeit. Es ist nicht notwendig einen ganzen Lehrgang zu besuchen, wenn bereits Kenntnisse in den be-

nötigten Kernkompetenzen vorhanden sind, und die Abwesenheitszeiten im Betrieb sind kalkulierbar. Es liegt jedoch auch am Betrieb und am Teilnehmer, sich aktiv für einen optimalen Nutzen zu engagieren, indem bereits vorab die Erwartungen an eine Weiterbildung definiert und die Seminarinhalte nach dem Besuch intern weitergegeben werden. Dadurch profitiert die Garage doppelt, denn jede Investition muss sich nach einer absehbaren Zeit für das Unternehmen positiv auszahlen. Themenspezifische Seminare können auch als regelmässige Weiterbildung besucht werden, damit der frische Wind im Unternehmen nicht abflaut und das Geschäft innovativ und marktgerecht bleibt.

Beat Baumgartner, Geschäftsführer Eurotraining GmbH

Beat Baumgartner ist Trainer und Coach im Automobilgewerbe.

Er leitet Serviceberaterausbildungen bei BMW (Schweiz) AG und Volvo Automobile (Schweiz) AG. Weitere Partner zur Durchführung von Seminaren sind der AGVS, die Hostettler Autotechnik AG, Goodyear Dunlop Tires Suisse SA, Castrol und der Verband der freiberuflichen Fahrzeugsachverständigen. Am Weiterbildungszentrum Lenzburg leitet er das Modul 7 für Automobil diagnostiker (Bremsen und Fahrwerksysteme) und die Module Kommunikation und Organisation der Führungsausbildung „Chef werden, Chef bleiben“.



**Beat Baumgartner,
Trainer und Coach
Eurotraining GmbH.**

Weitere Informationen unter www.eurotraining.ch, beat.baumgartner@eurotraining.ch oder per Telefon auf 078 881 86 00.