



Vermitteln lassen, ausschreiben oder selber suchen?

TRAINERSUCHE

Die Suche nach qualifizierten Trainern ist für viele Personalentwickler eine große Herausforderung. Angesichts schrumpfender Teams und knapper Budgets ist die Aufgabe neben dem Alltagsgeschäft nur schwer zu bewältigen. Trainersuchmaschinen im Internet liefern einen bequemen Markteinstieg, Arbeitserleichterung versprechen auch Vermittlungsagenturen.

■ Passende Kandidaten ausfindig machen, Angebote vergleichen, Auswahlgespräche führen – eine sorgfältige Trainerauswahl kostet Unternehmen viel Zeit und Mühe. Denn die Suche nach dem geeigneten Trainer wird leicht zum sprichwörtlichen Fischen im Trüben: Rund 40.000 Trainer und einige tausend Weiterbildungsinstitutionen wetteifern in Deutschland um Kundschaft. Zahlen, die den suchenden Personaler oft genug ratlos mit seinen Anliegen zurücklassen. „Das Problem ist: Sie müssen sich entscheiden zwischen Unbekannt und Unbekannt“, bringt es Ute Roehl auf den Punkt.

Roehl ist eine von den Anbietern, die aus dieser Problematik ein Geschäft gemacht haben. Seit 2005 ist die Trainerin aus Lehrte mit einer Trainervermittlungagentur aktiv. Mit dieser sondiert sie den Markt, um für die Personalentwicklungsprojekte ihrer Kunden den jeweils passenden Trainer zu finden. „Als Vermittler haben wir einen umfassenden Überblick über die Branche und zahlreiche Kontakte – meist auch zu Trainern, die sehr spezielle Anforderungen erfüllen beziehungsweise Themen abdecken, die nicht von der breiten Masse angeboten werden“, zeigt sich Roehl von dem Geschäftsmodell überzeugt.

Agenturangebote vom Trainertipp bis zum Rundum-Service

Drei weitere Vorteile, die für die Hinzuziehung von Vermittlungsagenturen sprechen, sind eher praktischer Natur. „Agenturen sind für Personaler besser zu erreichen als ein Trainer, weil gerade selbstständige Trainer zu normalen Bürozeiten häufig in Seminarräumen und Tagungshotels unterwegs sind“, nennt Ute Roehl den ersten. Und zweitens versprechen die meisten Agenturen auch in Notsituationen Hilfe: Wenn etwa ein Trainer wegen Krankheit ausfällt, wird schnell für Ersatz gesorgt. Drittens schließlich sind

die Dienste der Vermittlungsagenturen für die Weiterbildungsnachfrager in der Regel kostenlos. Gängige Praxis ist, dass der vermittelte Trainer die Gebühr trägt.

Das gewichtigste Argument, das für die Hinzuziehung einer Vermittlungsagentur spricht, ist freilich ein anderes – nämlich ihre Unparteilichkeit. „Denn anders als Trainer, die naturgemäß vor allem ihr eigenes Angebot im Blick haben, können Vermittler den Kunden in der Regel die komplette Bandbreite an Trainingsthemen und -ansätzen bieten“, wirbt Roehl. Das kann insbesondere dann von Bedeutung sein, wenn im einleitenden Beratungsgespräch ein anderer als der zunächst deklarierte Bildungsbedarf erhoben wird. „Im Laufe des Gesprächs verschiebt sich oft der Bedarf“, weiß Roehl aus Erfahrung. Dann kann es schon mal sein, dass statt des anfangs gewünschten Rhetorik-Seminars ein Einzelcoaching für den Vertriebsleiter eingekauft wird.

Deshalb gehört für Roehl die Erstellung eines groben Trainingskonzepts zur Beratungsleistung. Noch vor der Trainerauswahl wird darin festgelegt, welche Ziele erreicht werden sollen, wie die Maßnahme in das Weiterbildungskonzept des Unternehmens eingebunden wird und welcher finanzielle Rahmen zur Verfügung steht. Erst dann schlägt Roehl einen oder mehrere Trainer vor, die zum erarbeiteten Anforderungsprofil passen. Bei Bedarf kann es dann aber auch ein ganzes Team sein.

Ähnlich arbeitet Jutta Häuser. Wenn Kunden mit besonders komplexen oder offen formulierten Problemstellungen an sie herantreten, bietet die Geschäftsführerin der Dortmunder Trainervermittlungagentur Ypsilon den Service, ein Team aus ihrem Pool zusammenzustellen. Die Trainer beschäftigen sich dann gemeinsam mit der Fragestellung und entwickeln – ebenfalls gemeinsam – eine Lösung.

„Vermutlich ließen sich viele der Problemstellungen auch von Einzeltrainern bearbeiten, aber ein solcher ‚Think Tank‘ entwickelt eine ganz andere Dynamik“, ist Häuser von ihrem Vorgehen überzeugt.

Ob nun ein einzelner Trainer vermittelt wird oder ein ganzes Team auf die Lösung des Kundenproblems angesetzt wird, die oberste Leitlinie bei der Suche ist immer die gleiche: die Sicherung der Qualität. Auch nur einmal einen unprofessionellen Trainer zu vermitteln, kann für eine Agentur schwerwiegende Folgen haben. Der Grund: Ebenso wie die Trainer selbst leben die Vermittler vor allem von Mund-zu-Mund-Propaganda.

Besondere Wege der Qualitätssicherung

Einen speziellen Weg der Qualitätssicherung, der sich von dem des Gros der Vermittleragenturen abhebt, geht Gerd Kulhavy mit dem Trainerportal Trainers Excellence, das als eigene Marke seiner Stuttgarter Redner-Agentur Speakers Excellence seit 2007 online ist. „Nach dem Motto ‚Klasse statt Masse‘ treffen wir für unseren Kunden eine qualitative Vorauswahl. Für die Anzahl der Trainer in unserem Pool haben wir daher eine Obergrenze festgelegt“, beschreibt Kulhavy sein Vorgehen. Höchstens 100 Trainer listet Kulhavy – bislang haben 78 seinen Ansprüchen genügt und wurden in die Top 100-Liste von Trainers Excellence aufgenommen.

Wer mit seinem Trainer-Profil auf der Homepage des Portals gelistet werden möchte, muss vorab eine Aufnahmeprozedur durchlaufen. „Wir überprüfen nicht nur Methodenkompetenz, Internetauftritt, Trainingserfahrung und Ausbildung der Aufnahmewilligen. Wir erwarten echte Themenführerschaft“, formuliert der Geschäftsführer des Portals die von den Trainern erwarteten Spitzenleistungen

auf einem Spezialgebiet. Und diese Spitzenleistung müssen sie ständig neu unter Beweis stellen. Kulhavy: „Der Vertrag mit den Trainern ist jeweils auf ein Jahr befristet – danach wird erneut geprüft, ob man noch zusammenpasst.“ Heißt: Aus der Top 100-Liste von Trainers Excellence kann man auch wieder herausfallen.

Recherchiert werden kann auf der Homepage von Trainers Excellence nach unterschiedlichen Themenbereichen wie Marketing und Verkauf oder Management und Führung. Wer dort fündig wurde, kann den Trainer direkt kontaktieren. Wer indes Hilfestellung bei der Auswahl benötigt, kann sich von Trainers Excellence beraten lassen. Wie bei den meisten anderen Vermittlungsagenturen werden nach Ermittlung des Trainingsbedarfs des suchenden Unternehmens Trainer vorgeschlagen, zwischen denen dann gewählt werden kann.

Während Gerd Kulhavy mit Trainers Excellence schon am Markt etabliert ist, steckt eine andere Trainersuchhilfe noch in den Kinderschuhen: das Trainer-Ranking der Münchner Haider Training und Management Services (HTMS). Deren Inhaber Siegfried Haider wagt sich auf schwieriges Terrain – will er doch für den Trainermarkt eine Bewertungsplattform für Trainer etablieren, wie man sie à la meinprof.de auch schon für Hochschullehrer kennt. „Ausbildungsnachweise, Internetauftritt und Referenzen können Personalern nur vage Hinweise auf die Qualität eines Trainers liefern, Bewertungen durch Seminarteilnehmer und professionelle Einkäufer hingegen liefern weitaus verlässlichere Aussagen“, erläutert Haider, was Trainersuchende seiner Meinung nach zum Besuch der Homepage seines Trainer-Rankings bewegen sollte.

Unter www.trainerranking.com können Seminarteilnehmer und beim Portal registrierte Profi-Einkäufer seit

dem Jahreswechsel 2008/09 die Leistung von Trainern bewerten – in zehn Kategorien wie Fachwissen, Rhetorik und Methodenkompetenz. Die bewerteten Trainer werden daraufhin nach dem Durchschnitt ihrer Gesamtbewertungen in einem Ranking gelistet, können aber auch aufgeschlüsselt nach Trainingsthemen und Postleitzahl gesucht werden. Die Sorge, Trainer könnten absichtlich schlecht beurteilt werden, wären ungerechtfertigter Kritik schutzlos ausgeliefert und könnten dadurch Nachteile erleiden, teilt Haider indes nicht. „Erstens können bei uns keine anonymen Bewertungen abgegeben werden, zweitens übernehmen wir redaktionelle Aufgaben und drittens haben die Trainer die Möglichkeit, zu jeder Bewertung einen Kommentar abzugeben,“ ist Haider sicher, der missbräuchlichen Nutzung des Bewertungs-Tools einen Riegel vorgeschoben zu haben.

Eins bleibt jedoch klar: Die Aussagekraft der Bewertungen auf Haiders Trainer-Ranking und somit der Nutzen für Trainersuchende wird entscheidend davon abhängen, wie viele User dort ihre Stimme abgeben. Haider freilich ist von seinem Konzept überzeugt: „Ich bin sicher: diese Plattform wird die Trainersuche revolutionieren“. Ein bis zwei Jahre gibt er seinem Trainer-Ranking dafür Zeit.

Trainersuche über Verbandsseiten und Suchmaschinen

Wessen Weiterbildung nicht so lange warten kann bzw. wer nicht unbedingt Trainer aus dem Premiumsegment verpflichten möchte, findet im Internet zahlreiche weitere Anlaufstellen. Trainersuchoptionen, wenn auch meist wenig komfortabel, bieten unter anderem die Internetseiten der Berufsverbände: z.B. www.bdvt.de und www.dvct.de. Auch wenn Trainer mit ganz spezifischen Arbeitsansätzen gefragt sind, lohnt sich ein Klick zu den

jeweiligen Fachverbänden, z.B. der Deutschen Gesellschaft für Supervision (www.dgsv.de), dem Deutschen Verband für Neurolinguistisches Programmieren (www.dvnlp.de) oder der Deutschen Gesellschaft für suggestopädisches Lehren und Lernen (www.dgsl.de).

Spezialisierte Suchmaschinen wie seminar:markt, Seminus und Dozentenscout oder beispielsweise die Online-Version des vorliegenden TrainerGuides (www.managerSeminare.de/trainerguide) bieten Zugriff auf ausführliche Profile zahlreicher Trainer, die sich – in der Regel kostenpflichtig – in die jeweilige Datenbank haben eintragen lassen. Der Vorteil dieser Suchmaschinen: Gesucht werden kann fast immer nach thematischen oder regionalen Kriterien, häufig lassen sich die Ergebnisse auch nach weiteren Punkten wie Honorarvorstellungen, Referenzen oder Berufserfahrung filtern.

Einige dieser Weiterbildungsdatenbanken bieten zudem die Möglichkeit, den aktuell bestehenden Trainingsbedarf aususchreiben. Der Service ist meist kostenlos und anonym und erlaubt es Personalentwicklern, passende Angebote von Trainer zu sammeln, ohne großen Aufwand zu betreiben – und ohne dabei von Werbeangeboten überschwemmt zu werden. Personaler können sich derweil zurücklehnen und die eintrudelnden Angebote abwarten. Geeignet ist solch eine Ausschreibung allerdings nur, wenn der Suchende eine klare Vorstellung von der benötigten Trainingsdienstleistung hat und diese auch präzise beschreiben kann: Nur so kann das Angebot sinnvoll eingegrenzt werden und das Suchergebnis übersichtlich bleiben. Denn bei der Auswahl zwischen den eingehenden Trainerangeboten ist der Weiterbildungsverantwortliche dennoch gefordert: Er muss vergleichen, interviewen, testen ...