

# pet

Fachmagazin für  
die Heimtier- und  
Gartenbranche

www.PETonline.de

November 11/2004



▶ Handel

▶ Messen

▶ Industrie

▶ Aktuell

Neuer Zoo & Co.-Welke-Markt  
in Dortmund

Besucherplus auf den Fachmessen  
Zooevent/Gartenevent

Zahlreiche Attraktionen auf den  
Gimborn-Herbstmessen

Spannung vor der Eröffnung  
des neuen Zajac-Marktes

Zooevent 2004:  
Aussteller  
im Bild

# Neuen Schwung für den Arbeitsalltag

Die Firma Beitraining bietet Weiterbildungsprogramme an, die sich an den Zielen kleiner und mittelgroßer Unternehmen orientieren. Ziel ist es, wichtige Fertigkeiten der Mitarbeiter wie guten Kundenservice und effektiven Verkauf zu fördern

In unserer schnelllebigen Arbeitswelt ändern sich Märkte und Produkte und technische Voraussetzungen so rasch, dass sich der Einzelne nur durch ständige Fortbildung auf dem Laufenden halten kann. Viele Arbeitnehmer haben das bereits erkannt und sind bereit, Zeit und Geld in die eigene Weiterbildung zu investieren. Nach Angaben des Bundesinstituts für Berufsbildung nahmen 68 Prozent der erwerbsnahen Personen in 2002 an einer beruflichen Weiterbildung teil. Pro Teilnehmer lag die durchschnittliche Kostenbelastung pro Jahr bei 502 €, der Zeitaufwand betrug pro Teilnehmer 133 Stunden.

Dieser Trend wird in den Führungssetzen der Unternehmen mit großer Zufriedenheit aufgenommen werden, denn dort hat man viel Interesse daran, die Mitarbeiter zu regelmäßiger Fortbildung zu motivieren. Während in den letzten Jahren oftmals der Wettbewerb über einen gnadenlosen Preiskampf vorherrschte, begreift man jetzt allmählich, dass man mit dieser Strategie in eine Sackgasse gelaufen ist. Service und gute Beratung rücken zur Abgrenzung gegen die Konkurrenz wieder



Fachberater  
Stefan Geukes.

in den Mittelpunkt. Doch nur die Unternehmen, die motivierte und gute Mitarbeiter haben, können in diesen Punkten besser sein als ihre Wettbewerber. Das wiederum bedeutet, dass die Mitarbeiter Schulung und Training brauchen.

Kleine und mittelständische Unternehmen haben dies ebenfalls erkannt, wenigstens gerade hier noch eine Lücke zwischen Wunsch und Wirklichkeit klafft. Bislang stand die Entwicklung von Weiterbildungsmaßnahmen unter 17 möglichen Tätigkeitsfeldern einer Studie der Haufe Akademie/HR

Blue zufolge noch an letzter Stelle. Bei der Frage, welche Tätigkeiten zukünftig an Bedeutung gewinnen werden, rückt diese Aufgabe allerdings an Nummer zwei auf. Die mittelständischen Unternehmen würden also gerne mehr im Bereich Weiterbildung tun, häufig fehlen jedoch die zeitlichen und auch die finanziellen Möglichkeiten. Eigene Trainingsabteilungen sind aufgrund der geringen Mitarbeiterzahlen und der verschiedenartigen Bedürfnisse der Mitarbeiter nicht rentabel. Die Personalverantwortlichen kleinerer Unternehmen werden

häufig durch das Tagesgeschäft so stark eingebunden, dass für eine Weiterbildungsplanung keine Zeit bleibt. Wenn Schulungen angeboten werden, so konzentrieren sich diese meist auf fachbezogene Themen, also Produktschulung, Branchenkenntnisse und Organisation. Die Weiterbildung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die im Arbeitsalltag zunehmend gefordert werden, in Schule, Studium oder Ausbildung aber so gut wie nie auf dem Lehrplan stehen, wird vernachlässigt.

Doch genau diese Fähigkeiten sind es häufig, die den kleinen Unterschied zur Konkurrenz ausmachen. Wo man freundlich und kompetent bedient und beraten wird, kauft man im Zweifelsfall eben lieber ein. Das Unternehmen, das bekannt dafür ist, dass die Mitarbeiter zuverlässig, pünktlich und an den Bedürfnissen der Kunden orientiert arbeiten, wird einen Auftrag leichter erhalten.

Wer die Lücke erkannt hat und seine Mitarbeiter fit machen will in Fähigkeiten wie effektiver Verkauf, guter Kundenservice und dergleichen, muss sich nun durch einen verwirrenden Dschungel von Weiterbildungsangeboten kämpfen. Inhalte, Preise und Qualitätsstandards sind oft nur schwer zu vergleichen. Speziell auf das Unternehmen abgestimmte Weiterbildungsangebote, so genannte firmeninterne Trainings, sind meist teuer. Sie werden zu festen Tagessätzen angeboten, was dazu führt, dass die gesamte Be-



Die Schulungen, die Beitraining anbietet, sind im Bereich Management, Verkauf, Service und Persönlichkeitsentwicklung angesiedelt.

legschaft zum Training arücken muss, denn das Tageshonorar soll sich ja lohnen. Dabei wird nicht bedacht, dass jeder Arbeitnehmer in regelmäßigen Abständen Leistungszyklen durchläuft, und dass nur an bestimmten Punkten dieser Leistungszyklen die Bereitschaft besteht, Veränderungen im eigenen Verhalten vorzunehmen. Effiziente Schulung sollte zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Inhalte umfassen. Wann der richtige Zeitpunkt ist und was für einen Schulungsbedarf der Mitarbeiter hat, weiß er am besten selbst.

Beitraining, ein internationales Trainingsunternehmen mit Hauptsitz in Nürnberg, ist der Meinung, dass nur Mitarbeiter, die freiwillig am Training teilnehmen, die richtige Motivation mitbringen, neue Ideen aufzunehmen und anschließend auch in die Praxis umzusetzen. Deshalb bietet das Unternehmen, das sich gerade auf kleinere und mittlere Unternehmen spezialisiert hat, ausschließlich offene Schulungen an und besteht darauf, dass nur freiwillige Teilnehmer am Seminar teil-

nehmen. Doch wie kann man sich sicher sein, dass sich nur motivierte Mitarbeiter zum Seminar anmelden und nicht auch solche, die einfach für ein paar Tage dem Arbeitsalltag entkommen wollen, ohne wirklich an einer Weiterbildung und Änderung eigener Verhaltensweisen interessiert zu sein?

Hier schließt sich die zweite Frage an. Wer soll die Kosten für die Weiterbildung übernehmen? Stefan Geukes, der seit kurzem dem Netzwerk von Beitraining angehört und bereits auf langjährige Erfahrung als Trainer zurückblicken kann, vertritt hierzu eine klare Meinung: Wenn es um fachkompetente Schulungen geht und um Wissen, das der Arbeitnehmer nur in diesem Unternehmen verwenden kann, so sollte der Arbeitgeber auch die Kosten dieser Schulung

übernehmen. Handelt es sich jedoch um Wissen, das auch in anderen Unternehmen verwendet werden könnte, so sollte sich der Arbeitnehmer in jedem Fall an den Kosten beteiligen. Hierzu gehören, neben IT-Schulungen, insbesondere auch die Fähigkeiten und Fertigkeit-



ten. Die Schulungen, die Beitraining anbietet, sind im Bereich Management, Verkauf, Service und Persönlichkeitsentwicklung angesiedelt. Eheres Prinzip ist, dass die Mitarbeiter einen persönlichen Beitrag zu den Schulungsmaßnahmen leisten müssen, eine Kombination aus einer Kostenübernahme und dem Einsatz von Urlaubstagen. „Nur wer in die eigene Tasche greifen muss, kommt wirklich freiwillig und ist auch wirklich motiviert, etwas zu lernen und sich selbst weiterzuentwickeln“, so Stefan Geukes.

Wichtig ist auch eine entsprechende Betreuung von Unternehmer und Mitarbeitern vor, während und nach den Schulungsmaßnahmen. Zu Beginn einer Zusammenarbeit steht bei Beitraining zunächst eine Analysephase gemeinsam mit dem Unterneh-

mer. Anhand der Unternehmensstrategie wird ein Weiterbildungsprogramm ausgearbeitet, das an die Ziele des Unternehmens angepasst ist. Aus diesem Programm kann der einzelne Mitarbeiter dann die Bausteine auswählen, die er für sich persönlich als wichtig erachtet.

Die Seminare erfolgen auch nie am Stück, sondern in mehreren ein- bis dreitägigen Einheiten über mehrere Wochen hinweg. So kann das Erlernte zwischen den Einheiten geübt und vertieft werden, und die gesammelten Erfahrungen können in die nächste Schulung mitgebracht werden. Etwa drei Wochen nach Seminarabschluss findet mit jedem Teilnehmer eine Nachbesprechung an seinem Arbeitsplatz statt. Die Umsetzung der Inhalte wird dabei erfragt, über Schwierigkeiten kann nochmals gesprochen werden, weitere Schritte werden erarbeitet. Wer übrigens ein bereits besuchtes Seminar nach einiger Zeit noch einmal besuchen möchte, kann es jederzeit kostenlos tun. Die Erfahrungen der Firma Beitraining zeigen, dass diese Möglichkeit auch genutzt wird, denn mit zunehmender Berufserfahrung ändern sich auch die Schwerpunkte der Mitarbeiter, und manche Ideen können in anderer Form verwertet werden.

Vom lebenslangen Lernen der Mitarbeiter profitieren somit beide Seiten: Der Unternehmenserfolg kann langfristig gesteigert werden, da bei jedem einzelnen Mitarbeiter Veränderungsprozesse in Gang kommen, die seine Leistungsfähigkeit und Kompetenz nachhaltig verbessern. Auf der anderen Seite kann der Mitarbeiter Erfolge auf seinem Konto verbuchen, die ihm Zufriedenheit, Sicherheit und Selbstvertrauen vermitteln werden. Davon profitiert wiederum der Kunde und der Erfolgskreislauf schließt sich.

## **Motivation for everyday work**

**BEITRAINING® offers training seminars for small to medium size businesses. Their aim is to improve important people skills such as good service and effective sales.**

It is the rapidly developing business world with its ever-changing markets, products and technical devices that demands ongoing training for every employee. Many employees have already grasped the fact that standards are changing and are ready to invest both time and money in their own training. In fact, according to a study of the Federal Institute for Vocational Training, almost seven in ten employees took part in a training programme in 2002. Each participant spent an average of € 500 and 133 hours training.

Managers are very pleased with this trend, because they have realized the benefits from permanent personal growth measures such as training. Recent years have seen much competition in the marketplace with price being the determining factor, but now more and more people come to realize that this strategy will not continue to produce the desired results. Service and Support have again become a company's distinguishing feature. However, only those companies that employ motivated and well-trained staff stand a chance to be successful in these areas. This means training and education for their staff members.

Small to medium sized businesses know their needs, but however aspiring they are, reality tells them a different story. Until recently, personal growth finished last among 17 possible fields of activity, according to a survey of Haufe Akademie/HR Blue. However, when asked which of these will gain in importance, personal growth was listed second. Small to medium sized businesses are indeed interested, yet both time and money are not readily available. To entertain the idea of having their own training centres rarely pays off, as staff numbers are low and differences in needs significant. Furthermore, managers are usually too involved in daily business to allow for personal training. The training programmes offered generally concentrate on product related training, market expertise and organisational issues. They do not provide training in the people skills area – an area that is not part of the educational curriculum at school or university. However, these are the skills that are needed in the day-to-day workplace.

It is these that make the difference, because every customer will go where he or she is served in a friendly and competent manner. The company that is known for prompt and reliable service and whose staff services the customers as they want them to will get the business.

However, as soon as you realize that there is a constant need to train your staff for effective sales and high-quality customer service you will have to fight your way through a plethora of training offers; and topics, prices and quality standards are often not easy to compare. Training offers customised for your company are available; however, they will be expensive. They are offered on a per diem rate basis, so many managers decide that all their staff should participate to make the most of their investment. This decision does not take into account that each employee has regular cycles of performance output and that only at particular points in time, he will be ready to change his behaviour. In order to be effective training must include the right topics at the right time. Obviously, it is the employee who knows best what he wants to learn and when he wants to do it.

**BEITRAINING**<sup>®</sup>, an international training company with headquarters in Nuremberg, believes that only employees who participate voluntarily will be motivated enough to acquire new ideas and use them in practice. This is why the company, primarily focussed on small to medium sized businesses, offers only open seminars and insists on voluntary participants. But how can one be sure that only motivated employees sign up for seminars? What about those that only plan to escape everyday work and are not interested in training and changing their habits at all.

And related to that question: who should pay for it? Stefan Geukes, an experienced trainer and one of the newer associates of **BEITRAINING**<sup>®</sup>, is quite clear on this issue: if it is professional competence training and if knowledge is gained that the employee can use in this particular company only, then the employer should pay the training. If, however, knowledge is communicated that can be used in other companies as well, the employee should participate in the costs. This includes IT training and people skills training. **BEITRAINING**<sup>®</sup> seminars cover management, sales, service and personal growth. It is their policy to have employees contribute to the training, usually a combination of money and holidays. "Only if you pay yourself, you will really come voluntarily and only then will you be really motivated to learn and grow," says Stefan Geukes.

It is also important to involve managers and associates before, during and after the training. **BEITRAINING**<sup>®</sup> starts all relationships analysing together with the manager the current situation, the company's strategy and the training programme that suits their needs and goals best. The associate then may select those parts that he considers important for himself.

Seminars are never taken all at one time, but are always held in several units (one to three days) in several weeks. This will allow trainees to apply and reinforce the input and share their experience during the next training. Three weeks after the final session there will be an individual follow-up meeting with every participant. Trainers will come to their workplace and talk to the trainees about putting the topics into practice, about problems that have arisen and steps to be taken. It is a policy of **BEITRAINING**<sup>®</sup> that every trainee can repeat the seminar for free whenever he wants. Experience shows that trainees will use this opportunity as the employee's focus changes with his or her job experience, and some ideas can be used in different situations.

Both sides will profit from the associates' life-long learning. The profit of the company will be increased in the long run since every employee will undergo a sustainable change towards more efficiency and competence. On the other hand, the associate experiences personal success that will result in satisfaction, self-confidence and security from which the customer will benefit, and so everyone will be happy.