



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Ein Interview mit Jürgen Graf zur Studie **WeiterbildungsSzene Deutschland 2015 - Themen und Trends in Training, Beratung, Coaching**

von Petra Franke

Wie bewerten Sie als der geistige Vater die Ergebnisse der Studie für die Praxis?

Die Praxisrelevanz – ja, da kommen Sie natürlich gleich zum springenden Punkt. Wen befragen Sie denn eigentlich? Und ist das überhaupt repräsentativ für die Weiterbildungsbranche? Fragen, die in diese Richtung zielen, werden mir natürlich häufig gestellt. Denn das Problem fängt ja bereits damit an, dass keiner genau sagen kann, wie er nun aussieht, der repräsentative und in statistischer Hinsicht durch und durch durchschnittliche Trainer, Berater und Coach. Würde man sich dieser Herausforderung mit wissenschaftlichem Anspruch stellen, vermutlich würden einige Jahre Forschungsarbeit ins Land gehen. Nur: In dieser Zeit haben sich die Anforderungen längst weiterentwickelt, das Berufsbild hat sich schon wieder verändert. Für die aktuelle Praxis relevant wären solche Daten dann auch nur eingeschränkt. Es ginge eher um Vergangenheitsbewältigung. Daher steht bei mir im Vordergrund, mit den jährlichen Studien zur WeiterbildungsSzene Deutschland vor allem aktuell zu sein. Lläuft das Geschäft? Was bewegt die Branche? Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den Auftraggebern? Was funktioniert gut, was weniger gut? Wichtiger, als über die Nachkommastelle von Prozentwerten zu diskutieren, ist mir persönlich, dass die Leserinnen und Leser die Ergebnisse zum Anlass nehmen, um ihre eigenen beruflichen Erfahrungen zu spiegeln und sich auch daran zu reiben: „Ja, das stimmt, das geht mir genauso!“ „Quatsch, bei mir läuft das anders.“ „Herr Graf, warum stellen Sie nicht mal diese Frage: ...?“ Wenn ich ein solches Feedback bekomme, weiß ich, dass die Studien ihren Zweck erfüllen.

Wie verknüpfen sich die Ergebnisse dieser Studie Weiterbildungs-Szene 2015 mit den von Ihnen seit vielen Jahren vorgelegten Ergebnissen zu den Trainer-Honoraren? Welche Rückschlüsse ziehen Sie daraus?

Hierzu ließe sich natürlich unglaublich viel erzählen, aber der zentrale Punkt, um den sich letztlich alles dreht und auf den alles wieder zurückkommt, ist der: Der Wettbewerb in der Weiterbildungsbranche hat sich in den vergangenen Jahren ganz erheblich verschärft, das Platzen der Internetblase und die Finanzkrise waren sehr heftige Einschnitte. Wenn man das positiv interpretieren will: Die Weiterbildungsbranche war durch diese Ereignisse wirklich gezwungen, sich zu professionalisieren. Das Berufsbild des Weiterbildners auf das Veranstellen von Seminaren und Trainings zu reduzieren, war damit endgültig passé.



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Allerdings haben längst nicht alle diesen Absprung geschafft, dies zeigt sich bei der Spreizung von Auslastung und Honoraren. Und hier wird die Schere eher größer als kleiner. Nageln Sie mich nicht auf die Prozentwerte fest, aber um mal eine grobe Größenordnung zu haben: Zehn bis fünfzehn Prozent der Weiterbildner verdienen sehr gut und haben eine so hohe Nachfrage, dass sie gar nicht alle Aufträge persönlich annehmen können. Ein Drittel ist gut etabliert und erzielt mit der Tätigkeit als Trainer, Berater, Coach ein passables Einkommen. Mehr als jeder zweite lebt allerdings mehr oder weniger von der Hand in den Mund, kommt mehr schlecht als recht über die Runden und gibt die freiberufliche Tätigkeit früher oder später wieder auf.

Wenn Sie Trainern, Beratern und Coaches eine Empfehlung geben sollten, welche ist das?

Mit Empfehlungen ist das ja immer so eine Sache, aber eines zeigt sich zumindest aus dem soeben Gesagten: Man braucht Hartnäckigkeit und ein gutes Stück Frustrationstoleranz, wenn das Geschäft mal nicht so läuft. Und davor sind letztlich die wenigsten gefeit. Ein finanzielles Polster, um solche Durststrecken zu überwinden und das eigene Geschäftskonzept zu überdenken und neu aufzustellen, ist dafür unabdingbar. Und natürlich: Ein durch und durch professioneller Anspruch ist das A und O, um in diesem Geschäft am Ball zu bleiben. Der sollte sich durch alle Tätigkeiten und Geschäftsprozesse ziehen – und für den Kunden sichtbar und erlebbar sein: nicht nur in der eigentlichen Trainings- oder Coachingleistung, sondern auch in der Kundenansprache, den Unterlagen, dem Internetauftritt, den Teilnehmer-Handouts etc.

Was ist – basierend auf der Studie Weiterbildungs-Szene 2015 – Ihr wichtigster Tipp für Trainer, Berater und Coaches, differenziert nach der Erfahrung in Starter, Professionals und Senior-Professionals?

Das oberste Gebot für Starter lautet meines Erachtens: Man muss diesen Beruf wirklich wollen und lieben. Wer aus Verlegenheit Trainer wird, weil „man das mal probieren möchte“ oder „weil man da doch immer noch unglaublich hohe Tagessätze erzielen kann“, wird in der Regel eher früher als später auf die Nase fallen. Man braucht den langen Atem gerade in der Startphase. Bevor aus einem ersten Kundenkontakt ein erster Auftrag wird, gehen Monate ins Land. Manchmal auch Jahre.

Für Professionals lautet mein Tipp: Nicht auf den Lorbeeren ausruhen, wenn es gerade richtig gut läuft, denn die Weiterbildungsbranche ist schnelllebig. In der Regel weiß man aufgrund seiner Berufserfahrung, was man besondere gut kann, welche Kompetenzen Kunden und Auftraggeber besonders schätzen. Wer aber nicht der Gefahr erliegen will, auf Dauer im eigenen Saft zu schmoren, sollte sich nicht nur auf sich selbst verlassen. Die Vernetzung mit Kollegen wird immer wichtiger, um bei wirklich großen und spannenden Projekten dabei zu sein. Und die vergebenen Auftraggeber eben nicht an Einzeltrainer.



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Ein Tipp an Senior-Professionals – da überschätzen Sie mich. Aber vielleicht tut es auch eine Bitte: Kümmern Sie sich noch stärker um den Nachwuchs im Sinne eines Mentorings. Bieten Sie Hospitanzen an. Der weiteren Professionalisierung der Branche tut dies gut, denn vielfältige praktische Erfahrung ist nun mal durch nichts zu ersetzen. Nicht zuletzt bleiben in der Auseinandersetzung mit „jungen Wilden“ die eigenen Gehirnzellen in Schwung und vielleicht klärt sich dadurch auch das eine oder andere Nachfolgeproblem von selbst ...

Und schließlich noch eine wichtige Frage: Warum sollten Trainer, Berater und Coaches die Studie wo kaufen?

Wie gesagt: In Stein gemeißelte Antworten möchte ich mit den Studien nicht geben. Ihren zentralen Nutzen haben sie vor allem für das eigene Benchmarking als Weiterbildner: Wie positioniere ich mich? Welche Branchenentwicklungen tangieren mich? In welche Richtung will ich mich und mein Geschäft weiterentwickeln? Neben der aktuellen Themen- und Trendstudie vervollständigen die Honorarstudie sowie die Methodenstudie quasi das inhaltliche Dreigestirn. Das heißt auch: Die jeweiligen Studien erscheinen im Drei-Jahres-Rhythmus. Zu beziehen sind sie direkt über den Verlag managerSeminare für jeweils 99,50 Euro bzw. 198 Euro für die Honorarstudie. Leser unserer Fachzeitschrift Training aktuell erhalten alle Studien übrigens als kostenloses Add-on im Rahmen ihres Abos.