

Berater versus Trainer - ein Gegensatz, der keiner ist

15.12.2014, 18:44 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Martin Wiesend Die Kundendienst-Trainer GmbH*



Bernd Grossmann: Trainings sind geeignet für alles, was der Teilnehmer später für sich üben kann

„Wer selbst gut ist, holt sich Berater ins Haus“, ist die Erfahrung von Werner Petschke. „Doch Berater und Trainer haben völlig unterschiedliche Einsatzgebiete.“ Der langjährige Kommunikationstrainer bei Martin Wiesend & Partner – Die Kundendienst-Trainer berichtet, dass vor allem in Zeiten knapper Kassen an Beratung und Personalentwicklungsmaßnahmen gespart wird.

Grundsätzlich haben Trainer und Berater recht unterschiedliche Einsatzgebiete. Geht es um soziale Kompetenz, Kommunikationsfähigkeiten und das Erlernen bestimmter Verhaltensweisen, ist ein Trainer gefragt. „Trainings sind geeignet für alles, was der Teilnehmer später auch für sich üben kann“, weiß Bernd Grossmann von den Bayreuther Martin Wiesend & Partner – Die Kundendienst-Trainer.

Wird hingegen z. B. die Organisationsstruktur eines Unternehmens einer kritischen Prüfung unterzogen, so ist ein Berater nötig. Seit Kurzem kooperiert Martin Wiesend deshalb auch mit dem seit vielen Jahren in den Service- und Supportbereichen namhafter Industrieunternehmen tätigen Unternehmensberater Walter Tritt. „Für den Kunden ist es überlebenswichtig, jeweils den Spezialisten zu konsultieren.“

Doch Berater treffen auf Unternehmensseite häufig auf das Vorurteil, sie seien lediglich Theoretiker, die von der Praxis keine Ahnung hätten. Walter Tritt – selbst langjährig erfahrene Führungskraft im Service - berichtet: „Wer längere Zeit an den gleichen Themen auf die gleiche Weise arbeitet, wird zwangsläufig betriebsblind.“ Er sieht die Aufgabe eines Beraters nicht nur darin, die Firmazulage zu analysieren und dann eine Liste mit Verbesserungsvorschlägen zu präsentieren. „Ein guter Berater ist wie ein Coach“, sagt Tritt. „Er stellt die richtigen Fragen, damit das Management selbst die beste Lösung findet. Er lenkt und leitet an – aber er drückt keine Veränderungen durch.“

Warum sich Unternehmen gegen Beratung wehren, weiß Heidi Arnau sehr gut: „Zwei Gründe führen die Unternehmen immer wieder eher zu Trainern als zu Beratern: scheinbar absehbare Kosten und eine schnelle Maßnahme mit dem guten Gefühl, etwas getan zu haben“, nennt die Trainerin von Wiesend & Partner, die auch das Beratungsgeschäft gut kennt. Doch viele Unternehmen scheuen Veränderungen und wollen sich nicht in die Karten schauen lassen. „Daher geschieht es gar nicht selten, dass ein Berater ein gutes Konzept erstellt, das Unternehmen das Papier jedoch in der Schublade verschwinden lässt statt es konsequent umzusetzen“, musste Arnau erfahren. Trainings und Beratung gehen oft Hand in Hand.

„Ein Berater kommt ins Unternehmen, wenn es z. B. Umsatzrückgänge gibt“, weiß Werner Petschke. In einem von ihm als Trainer betreuten Fall erreichten die Außendienstmitarbeiter ihre Umsatzziele nicht. Noch während des Analysegesprächs stellte Petschke fest, dass es den Außendienstlern an Sozialkompetenz und Verkaufsmethodik mangelte. „Nach konsequenter Schulung klappte das Verkaufen deutlich besser“, erinnert er sich.

Doch Trainings sind nicht immer die beste Lösung. „Was nützt ein neues Verkaufstraining, wenn die Konkurrenz statt eines einzelnen Produktes neuerdings Komplettlösungen anbietet?“ Hier wäre zunächst eine Umstrukturierung des eigenen Angebots angebracht. „Ein Trainer sollte einen solchen Auftrag ablehnen und auf die Notwendigkeit einer Beratung hinweisen.“

Doch nicht jeder Trainer kann es sich wirtschaftlich erlauben, einen lukrativen Auftrag zu verlieren. Da ist es gut, wenn man dem Kunden ohne eifersüchtigen Blick auf den eigenen Umsatz eine Lösung im Netzwerk bieten kann.

Anders herum stellt Martin Wiesend gar nicht so selten während eines Trainings fest, dass ihm die Teilnehmer Unzulänglichkeiten in der Organisation ihres jeweiligen Unternehmens mitteilen. „Wenn wir so etwas erfahren, handeln wir zweigleisig: Einerseits kanalisieren wir die Unzufriedenheit zu konstruktiven Lösungen. Andererseits spreche ich das Management auf die Chancen externer Beratung durch einen Branchenspezialisten an“, sagt Wiesend.

Einen Beratungsauftrag zu erteilen erfordert von der Geschäftsführung durchaus auch eine Portion Mut und den Willen, etwas zu verändern. „Berater stellen auch unbequeme Fragen“, sagt Heidi Arnau. Nicht jeder Manager ist bereit, seine einmal getroffenen Entscheidungen hinterfragen zu lassen. Oft handele das Management lieber nach dem Motto „Wasch mich, aber mach' mich nicht nass“ und fürchte, dass durch eine Beratung Veränderungen angeschoben werden, die das Management auch selbst betrifft.

„Wir arbeiten an der spannenden Schnittstelle zwischen Personalentwicklung, Organisationsentwicklung und Beratung. Das Erste ist ganz klar unser Feld, das Dritte ist es ganz klar nicht. Weil aber die Dinge nicht nur schwarz oder weiß sind, brauchen wir in der Organisationsentwicklung den engen Schulterschluss mit einem kompetenten Berater. Die einzige wichtige Frage ist: Was hilft dem Kunden?“ berichtet Martin Wiesend aus seinen Erfahrungen.

Wer einen Berater ins Unternehmen holt, kämpft häufig gegen das Vorurteil an, er wolle sich dadurch lediglich einen Deckmantel für Personalkürzungen zulegen. „Oft kommt sogar genau das Gegenteil heraus und wir raten zu gezieltem Personalaufbau“, berichtet Heidi Arnau aus eigener Beratungstätigkeit. Sie erhielt schon Anfragen von Unternehmen, die genau wussten, dass irgendwo eine strukturelle Schwachstelle in der Unternehmensorganisation war. „Abgabetermine für Projekte wurden regelmäßig nicht eingehalten, obwohl die Projektleiter schon Projektmanagementseminare besucht hatten.“ Nur wie sie dagegen angehen konnten, fiel den Managern nicht ein. In der Folge durchleuchteten Berater und Trainerin gemeinsam das Unternehmen, rieten zur Umorganisation und zum Einstellen von neuen Mitarbeitern, die die neu entstandenen Schaltstellen besetzen sollten. „Hinterher hatte das Unternehmen zwar deutlich höhere Personalkosten. Die wurden aber mehr als wettgemacht durch die zufriedenen Kunden.“ Nicht zuletzt die neue Termintreue des Unternehmens brachte immer wieder Folgeaufträge herein. Arnau dazu: „Ein guter Berater weiß vorher nicht, ob er zu einem Personalauf- oder -abbau raten wird.“

Trainer sehen sich ebenso wie Berater häufig mit einem weiteren Problem konfrontiert, das jedoch nicht so einfach zu lösen ist: Viele Unternehmen holen sich viel zu spät externe Unterstützung ins Haus. Martin Wiesend weiß: „Erst wenn z. B. die Führungsprobleme fast existenzbedrohend werden, dann ist für manche Unternehmen der Leidensdruck ausreichend groß, um langjährig tolerierte Missstände zu ändern. Dann aber hat das betroffene Unternehmen im immer

dynamischer werdenden Wettbewerb bereits wertvolle Zeit verloren. Und zaubern können weder Berater noch Trainer. Aber oftmals hilft schon das Entzaubern des beliebten Mythos: „Irgendwie sind wir immer weitergekommen und die Mitbewerber kochen auch nur mit Wasser.“

(Anja Kühner)

Portrait

Über Martin Wiesend Die Kundendienst-Trainer GmbH

Die Martin Wiesend Die Kundendienst-Trainer GmbH mit Sitz in Bayreuth wurde 1998 gegründet und gehört mit mehr als 15 Jahren Trainings- und Projekterfahrung an der Service-Basis zu den wichtigsten auf den technischen Servicebereich spezialisierten Trainingsinstituten in Deutschland. Mit fachlich und methodisch qualifizierten Trainern bietet das Schulungsunternehmen ein umfassendes Seminarspektrum für Aftersales, Service und Support.

News-ID: 831362 • Views: 971 (Stand: 11.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/831362/Berater-versus-Trainer-ein-Gegensatz-der-keiner-ist.html>