

Trainerverband fördert Transparenz

Mitglieder im BDVT-Regionalclub wollen „nicht nur im eigenen Saft schmoren“

VON JENS GIESELER

Kunden ködern und für Produkte begeistern, will gelernt sein: Verkaufsförderer und Trainer haben sich deshalb im Fachverband BDVT zusammengeschlossen, dem mit 650 Trainern ältesten und größten der Branche. Einer seiner 18 deutschen Regionalclubs ist – für Franken – in Nürnberg angesiedelt. Vor allem Vorträge führen Unternehmer, Personal und Trainer zusammen.

teile des Netzwerkes zusammen. Denn dort treffen sich Spezialisten für unterschiedliche Themen: Vertrieb, Unternehmensentwicklung, Softskills oder Coaching. Davon profitieren auch die Unternehmen. Weiterer Vorteil für die Mitglieder: Bei rund 50 000 Trainern sind in dem unübersichtlichen Markt Empfehlungen der wichtigste Hebel, neue Kunden zu finden und zu gewinnen.

Seit 2001 arbeitet der BDVT mit seinen 18 Regionalclubs massiv an seinem Profil, um Transparenz in den Anbietermarkt zu bringen. So hat der Verband 2003 im Bereich Training Ausbildungsstandards definiert und Anbieter gesichtet, die diese Eignung nach strengen Kriterien wie Inhalt, Umfang und Methodik sicherstellen.

Nachdem mittlerweile rund 400 Absolventen die BDVT-zertifizierte Ausbildung im Trainer-Ausbildungs-Netzwerk TAN durchlaufen haben, zogen die Bereiche Coaching und Verkauf/Vertrieb im vergangenen Jahr nach demselben Muster nach: Standards definieren, Kriterien festlegen und die

Zertifikate bewerben. Genau geprüft wird auch, wo ein Trainer der Trainer ausscheidet und ob dessen Nachfolger die Qualitätskriterien erfüllt.

Obwohl die Nachfrage nach Trainings- und Coachingmaßnahmen seit 2006 wieder ansteigt, schätzt BDVT-Präsident Holger Petersen, dass Trainer aktuell im Schnitt nur zu 60 Prozent ausgelastet sind und viele unter ihrem Marktwert auch für Anbieter wie Berufsakademien, Kammern und Volkshochschulen arbeiten. Das bestätigt auch Monika Hödl, Vorsitzende des fränkischen Regionalclubs, ergänzt aber: „Trainer, die sich in den konjunkturschwachen Jahren mit neuen Medien und Lehrmethoden beschäftigt haben, stehen zurzeit gut da.“

Deshalb ist die Selbstvermarktung im Regionalclub ein Thema, das bei zwei Vorträgen in diesem Jahr eine Rolle spielt: „Honorargestaltung, – damit Sie als Trainer bekommen, was Sie verdienen“ und „Internet als Marketinginstrument“.



Das Damentrio an der Spitze des BDVT-Regionalclubs Franken — Ute Reingard Schmidt, Monika Hödl und Petra Wahl (v.l.n.r.) — mit Trainer Claus von Kutzschenbach. Foto: Gieseler