



wirtschaft weiterbildung

01_09

www.wuw-magazin.de

9,80 Euro

Vorbilder-Serie _Mitarbeiter zum Widerspruch ermutigen s. 8

Kollegiale Beratung _Schnelle Erfolge mit einfachen Mitteln s. 22

E-Learning _Großaufträge muntern die Branche auf s. 30

Anwälte lieben Coaching

„Deutscher Coaching-Preis 2008“: Lob für Lovells s. 16

Gabriele Bollhöfer,
interner Coach bei
der Anwaltssozietät
Lovells: Karrieren
beschleunigt,
Fluktuation gestoppt



TRAINER-RANKING

„Wir sind eine Einkaufshilfe für PE'ler“

Siegfried Haider, Chef der Haider Training & Management Services (HTMS) GmbH in Eichenau, über seine Plattform www.trainer-ranking.com, auf der Seminar Teilnehmer ihre Seminarleiter bewerten können.

Siegfried Haider,
Internet-Pionier der
Weiterbildungs-
branche



Was ist das Ziel der Plattform?

Wir wollen zunächst einmal die Personalentwickler und andere Einkäufer von Trainern in den Unternehmen bewegen, unsere Plattform als Hilfsmittel für ihre Investitionsentscheidungen anzunehmen. Wenn die Community der Einkäufer die Plattform als nützlich erachtet, um gute Trainer zu finden, haben wir unser wichtigstes Ziel erreicht. Wenn sich das herumspricht, dann kommen auch die Trainer und bringen ihre Seminar Teilnehmer dazu, die Trainings und Seminare im Internet zu bewerten. Wir wollen eine Community aufbauen, die richtig aktiv ist – die richtig wertvoll ist.

Wie lange wird es dauern, bis die Plattform zu Ihrer Zufriedenheit läuft?

Wir sind realistisch: Andere Bewertungsplattformen, wie die Hotelbewertungen, haben etwa zwei Jahre gebraucht, bis das Volumen so hoch war, dass aussagekräftige Durchschnittswerte entstanden. Je mehr und je früher Trainereinkäufer mitmachen, desto mehr Nutzen entsteht.

Rechnen Sie grundsätzlich mit juristischen Schwierigkeiten?

Grundsätzlich bewegen wir uns einerseits auf dem Gebiet der freien Meinungsäußerung des Seminarteilnehmers und andererseits auf dem Gebiet des Persönlichkeitsrechts des Trainers. Dann mag es noch den Fall geben, dass sich Mitarbeiter aufgrund ihres Arbeitsvertrags nicht über firmeninterne Seminare äußern dürfen. Wir als Plattformbetreiber übernehmen keine Verantwortung für den Inhalt der Trainer-Bewertungen. Wir haben in den Nutzungsbedingungen klar geregelt, dass der Teilnehmer redlich handeln muss. Er sollte darauf achten, dass er nicht beleidigt und möglichst objektiv ist. Wenn dagegen verstoßen wird, greifen wir redaktionell ein und entfernen den Beitrag, wenn der Trainer die Unredlichkeit der Bewertung glaubhaft macht.

Warum sollten Personalentwickler eigentlich mitmachen?

Personalentwickler geben jährlich Hunderttausende von Euro für Trainer aus. Jeder Einkäufer, der bei Trainer-Ranking.com mitmacht, trifft eine bessere Trainerauswahl und sichert seine Investitionsentscheidung. Nicht nur, aber gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten müssen Personalentwickler immer intensiver rechtfertigen, warum sie welchen Trainer zu welchem Preis eingekauft haben. Wir unterfüttern ihre Entscheidungen für einen bestimmten Trainer mit unserem Ranking, hinter dem viele Seminarteilnehmer mit ihrem Urteil und ihrer Erfahrung stehen.

Warum sollten Trainer mitmachen?

Das beste Marketinginstrument, das es für Trainer gibt, ist das Testimonial – das Feedback eines zufriedenen, wenn nicht gar

begeisterten Kunden. Und genau dafür unsere Plattform da. Wir sammeln die Meinungen der einzelnen Teilnehmer und den daraus eine Durchschnittsmeinung.

Was, wenn ein Trainer eine schlechte Bewertung für ungerechtfertigt hält?

Wenn ein Trainer nicht einverstanden ist seiner Bewertung, weil er das Gefühl hat, dass ihn nur Leute bewerten, die ihn nicht leiden können, dann kann er sich gegen eine geringe Gebühr einen sogenannten Profi-Bewerter ins Seminar bestellen. Wir bilden erfahrene Personalentwickler zu Beobachtern aus. Die Meinung eines Profi-Bewerter wird dann als Ergänzung zur Durchschnittsmeinung der Teilnehmer veröffentlicht. Und der Trainer kann natürlich die Seminar Teilnehmer, die seine Leistung schätzen, auf dem, hoffentlich mehrheitlich zu bewerten.

Interview: Martin Picl

XING UND CO.

Soziale Netzwerke: Profit bleibt aus

Soziale Netzwerke im Internet, wie etwa das Portal Facebook, sind zu einem wichtigen Kommunikationsmedium geworden. Wie ein Handelsblatt berichtet, nutzen weltweit knapp 600 Millionen Menschen Social Networks. So sollen etwa zwölf Prozent der Frankfurter Bürger Mitglied bei Xing sein. Facebook zählt zirka 160 Millionen aktive User pro Monat, 120 Millionen das Murdoch-Tochterunternehmen MySpace. In Südamerika verzeichnete Facebook im Juli 2008 beispielsweise 1.055 Prozent mehr Nutzer als ein Jahr zuvor. Auch in Asien und Europa geht der Hype weiter. Die Frage ist, wie sich mit den Millionen Nutzern langfristig Geld verdienen lässt.