

Weiterbildung der Zukunft:

Endlich fertig? –

Oder auch: Der Weg ist das Ziel!



sabeconsult®

Gerade in Deutschland leben wir in einem Paradigma des ‚Mangeldenkens‘.

Die eine Seite, die Seite der Weiterbildungsanbieter, beklagt sich, dass „die Nachfrage zurückgeht.“ Die andere Seite, die der Auftragsgeber, der Unternehmen, beanstanden, dass keine so große Veränderung durch Weiterbildung erzielt wird. Daher kann man auch genau hieran sparen, wenn es mal eng wird.

Dies ist ein so genanntes Paradigma – und zwar auf beiden Seiten!

„...ach, Sie sind Coach! Ach, Sie sind Trainerin – Ja, „so etwas“ machen wir in unserem Unternehmen auch...“ Solche und ähnliche Aussagen begegnen mir im Alltag recht oft. In mir taucht dann die Frage auf: Ja, wenn alle das bereits tun – warum zeigt sich dies nicht in den Erfolgen?! – Und auch: Woher wissen Sie nach einem Satz, dass es das Gleiche ist?

Genau in diesen und ähnlichen Gedankengängen und Aussagen liegen, meiner Überzeugung nach, die Ursachen für die Stagnation am Weiterbildungsmarkt, und zwar auf beiden Seiten: der der Unternehmen und der der Weiterbildungsanbieter. Der Mensch versucht immer wieder, etwas Neues in alte Normen, Gedankengänge einzugruppieren. Die einen sprechen von Gewohnheit, die anderen von biochemischen Vorgängen im Gehirn, die ja durch die neuesten Veröffentlichungen der Neurobiologie allgemein bekannt sind. Doch wie ist die „Übersetzung“ im Alltagsgeschehen? Was bedeutet das zum Beispiel für Unternehmen im Entscheidungsprozess bezüglich Weiterbildung? Der Mensch Unternehmer ordnet das neu unterbreitete Angebot im bekannten Denken ein. Sobald er einen passenden Ordner gefunden hat, wird das Neue verglichen. Mit altem, bereits Erprobtem. Eine weitere Ebene ist der Schutzraum. „Was kann mir in meiner Position passieren, wenn ich das Neue ausprobieren?“ Das heißt, im

sicheren alten Rahmen wird eine Entscheidung getroffen über etwas, was einen Durchbruch, eine Wende für das Unternehmen bringen soll. „Wenn genug Budget vorhanden ist, dann investieren wir in Mitarbeiter“, sagen viele Entscheidungsträger. Und - ich betone an dieser Stelle, selbstverständlich muss ein betriebswirtschaftlich vertretbares Gleichgewicht zwischen Kosten und Nutzen beachtet werden. Doch betone ich gleichermaßen, dass die meisten Auftraggeber nicht wirklich daran glauben, durch gezielte Weiterbildung einen Quantensprung in ihrem Geschäft zu erzielen.

- Fazit: Der Weiterbildungsmarkt braucht Mut und den Glauben daran, tatsächlich neue Wege zu gehen!

Und wie schaut es bei den Anbietern selbst aus? In meiner langjährigen Berufspraxis als Ganzheitlicher Coach erlebe ich es immer wieder, dass viele Trainer und Coaches selbst oftmals – obwohl das ja genau Kern Ihrer Dienstleistung sein sollte – im ‚Mangel‘ denken.

Glauben Sie selbst an den Erfolg Ihres Kunden, nachdem er Ihre Weiterbildungsmaßnahme besucht hat? So richtig, von innen heraus?

Diese und ähnliche Fragen stelle ich fast jedem meiner Coach- oder Trainer-Kunden, an welcher Stelle des Coachingprozesses auch immer. Die Antworten liegen immer im Verborgenen. Deshalb empfehle ich auch Ihnen, lieber Leser, liebe Leserin beantworten Sie sich selbst diese Frage nicht zu schnell!

Lassen Sie uns einen weiteren blinden Fleck der Coaches und Trainer beleuchten: Nähe und Zugehörigkeit und Kundenbindung. Noch immer agieren die meisten Trainer und auch Coaches im „alten Fahrwasser“. ...Ich höre immer wieder von sehr kompetenten, guten Trainern – und auch Coaches, wie diese sich zum Beispiel bei mehrtägigen Trainings unter die Gruppe mischen. Sie sind gewissermaßen unachtsam in der Wahrung der für einen Transformationsprozess notwendigen Grenzen.

In dem Moment, in dem der Trainer/Coach seinem inneren (menschlichen) Bedürfnis nach Zugehörigkeit und ‚gemocht werden‘ nachgibt – untermauert er seine eigene Integrität und den Wert seiner Arbeit. Denn wirkliche Transformation kann er nur verursachen, wenn er Distanz wahrt, an seiner Neutralität und Eigenständigkeit arbeitet.



Das Neue Zeitalter der Weiterbildung !

Wir befinden uns an einem Wendepunkt. Noch vor 20 Jahren, als ich anfing, mich mit den Bereichen ganzheitlicher Persönlichkeitsentwicklung in Unternehmen zu beschäftigen, war es schier undenkbar, in Unternehmen während eines Seminars auf Gefühlsebene, Persönlichkeitsebene zu arbeiten. Es gab kaum Literatur zu diesem Bereich.

- Heute befinden wir uns nun mal in dem Übergang des Wissens- und Informationszeitalters hin zum Bewusstseinszeitalter

Was hierbei vergessen wird – ich wiederhole es an dieser Stelle nochmals: Es sind neue Parameter erforderlich. Bereits bei Auftragsentscheidung und –abschluss, und ebenso bei der Realisierung. Bewusstseinsentwicklung lässt sich nicht genauso – sagen wir mal – eng eingrenzen, wie Informations- und Wissensvermittlung. Es ist keine einmalige, zeitbegrenzte Schule.

Ich betone aber an dieser Stelle ganz klar, dass Informations- und Wissensvermittlung auch zukünftig einen hohen Stellenwert auf dem Markt haben wird. Auch haben muss. Denn nur so sind Qualität und Standards zu erreichen. Der aktuelle Trend geht in die Richtung Training und Coaching mehr und mehr zu vermischen. Viele Coaching-Ausbilder, erschließen derzeit den Trainermarkt als neue Zielgruppe. Dies ist zweifelsohne ein Schritt in das neue Zeitalter. Doch sei hierbei auch Vorsicht geboten. Denn diejenigen, die zu den erfahrenen, langjährigen Coaches gehören, wissen der Gefahren, die eine derartige Vermischung bringen kann. Das Sein eines Coaches – der ja professionsbedingt einen freien Raum eröffnen muss – ist völlig konträr zu dem eines Trainers. Es erfordert viel Aufmerksamkeit und Erfahrung, Wissen durch Bewusstseinsentwicklung zu vermitteln, ohne Qualitätseinbußen im Kundenunternehmen. Auch an dieser Stelle gelange ich abermals an den Begriff notwendiger Paradigmawechsel: Der Trainer, der eine Coachingausbildung für seine Weiterqualifizierung nutzen möchte, sollte sich gewahr sein, dass er eine Coachingmethode nicht einfach so, als weiteres Tool lernen und nutzen kann, wie z.B. die ursprüngliche Trainerausbildung. Die Beziehung zum Auftraggeber ist z.B. von völlig anderen Machtverhältnissen geprägt, dessen Wechsel ein Drahtseilakt ist.

Den Mitarbeiter mit ins Boot nehmen!

Wachstum durch Selbstverantwortung und Neugierde.....Der Unternehmer, der erkannt hat, dass seine Hauptaufgabe, trotz widriger Zeiten und großen Herausforderungen, darin besteht Selbstverantwortung und Neugierde zu wecken... bei sich selbst und seinen Mitarbeitern/innen....dieser Unternehmer steht vor einem Quantensprung. Oder hat ihn bereits vollzogen.

Lange Rede – kurzer Sinn!

Unternehmen als Ganzes stehen vor dem Sprung, ihre inneren Sensoren, ihre inneren Entscheidungskriterien auf Bewusstseinszeitalter umzustellen! Sie stehen vor dem Schritt, zukünftig Entscheidung JA-Nein nicht anhand des Budgets, der Zahlen, sondern mit den Fragen zu entscheiden „Was ist der Nutzen daraus?.. Für mein Unternehmen – und für meinen Mitarbeiter; und dadurch wieder für mein Unternehmen?“ Denn das liegt auf der Hand: Der Mitarbeiter, dem sie es ermöglichen, an seinen persönlichen Schwachstellen zu arbeiten und sein Potenzial voll auszuleben, der ist zufrieden und den binden sie an Ihr Unternehmen.

Für diesen Sprung benötigen Sie Mut, den Glauben an Wachstum - und Rückgrat. Sabine Mrazek ist Geschäftsführerin von sabeconsult® - Coaching und hat über 10 Jahre nationale und internationale Coachingenerfahrung. sabeconsult(R) - Coaching ist eine Ganzheitliche Methode, die auf den drei Säulen "MENSCH - UNTERNEHMEN - SPIRITUALITÄT" ruht. Durch die Tiefe des Prozesses, den Einbezug von nicht-sichtbaren Faktoren und menschlichen Gefühlen u.v.m. werden Quantensprünge für wahre Veränderung möglich.



Tel.: 06195 - 97 66 89
eMail: Info@Sabeconsult.de
Internet: www.sabeconsult.com