



Soft Skills sind trainierbar

Kundenkontakt Für einen Arbeitgeber ist es eine schwierige Situation: Fachlich hat er an seinem Auszubildenden nichts auszusetzen. Doch im direkten Umgang mit Kunden tut dieser sich schwer. Dann hilft gezieltes Training.

Um Defizite im Kundenkontakt abzubauen, ist es wichtig, früh die Weichen zu stellen. Denn das Erlernen von Sozialkompetenzen – also den sogenannten „Soft Skills“ – ist ein langer Weg.

Mangelnde Praxis. Das Problem tritt vor allem dann auf, wenn es an Übung fehlt. Geht es um die direkte Kommunikation, fehlt zuweilen die Erfahrung. „Auch bei der Ausbildung in Unternehmen kleiner oder mittlerer Größe“, sagt Heidi Wutzel, Personalentwicklerin und Dozentin an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. „Dort steht das Einüben

des direkten Kundenkontaktes häufig im Hintergrund.“ Doch gerade persönliche und individuelle Kompetenzen werden aktuell immer wichtiger. Aus diesen neuen Zielen ergeben sich für die didaktische-methodische Gestaltung von Ausbildungsmaßnahmen im Bereich der Kunden- und Serviceorientierung ganz bestimmte Prinzipien:

- Realitäts- und problembezogenes Lernen
- Konkrete Arbeitsaufgaben, wie sie im Arbeitsprozess anfallen
- Interaktionelles Lernen

[soft skills]

der od. das; -s (meist Plural): <engl.>:
(Wirtsch.) Im Arbeitsleben versteht
man unter Soft Skills die Fähigkeit, das
Verhalten und die Einstellungen von
Mitarbeitern positiv zu beeinflussen.

Ideal trainieren lassen sich Interaktion und Kommunikation in Form von Rollenspielen mit den Auszubildenden bzw. Kollegen.

Entscheidendes Kriterium. Soft Skills sind für viele Betriebe bereits bei der Einstellung eines Auszubildenden ein entscheidendes Kriterium. Ulrich Bogun, Referatsleiter Berufliche Bildung bei der IHK Chemnitz, hat die Erfahrung gemacht, dass Unternehmen über schlechte Schulnoten eher hinwegsehen als über mangelnde Umgangsformen. „Fehlende fachliche Qualifikation kriegt man meist noch hin, in der Berufsschule oder durch Nachhilfe im Unternehmen. Das ist bei den Sozialkompetenzen etwas anders“, sagt Bogun. Eine gewisse Grundausstattung an Leistungsbereitschaft sollte schon vorhanden sein, auf die der Arbeitgeber aufbauen kann. Was die meisten auch tun. Sabine Bleumortier, Trainerin und Ausbildungsexpertin aus München, kennt viele Unternehmen, die mit ihren Auszubildenden an den Umgangsformen arbeiten: „Das ist ein zentrales Thema.“

Persönlicher Zugang. Der Ansatz dabei ist sehr lebensnah: Vieles lernt man, indem man es tut. Möglichkeiten gibt es viele: die Gründung einer Juniorfirma durch die Nachwuchskräfte, die Organisation eines Messestandes oder das einwöchige Praktikum in einem Pflegeheim. Eine Voraussetzung ist überall gleich: „Jemand muss die Auszubildenden unterstützen und ihnen Tipps geben“, rät Bleumortier. ■

10 Für den erfolgreichen Kundenkontakt ist es wichtig, dass Ihre Auszubildenden die nötigen Umgangsformen kennen und anwenden. Zehn Knigge-Tipps für Ihre Schützlinge finden Sie online:

 www.aok-business.de/aokplus/ausbilden



Tipps zum Kundengespräch

Sabine Bleumortier, Trainerin und Ausbildungsexpertin aus München, hat einige Tipps zusammengestellt, wie sich Kundengespräche vorbereiten lassen.

- 1 Stellen Sie dem Auszubildenden einen geschulten Mitarbeiter an die Seite, der ihn an die Hand nimmt, den Lernprozess begleitet und an den er sich bei Rückfragen jederzeit wenden kann.
- 2 Erklären Sie dem Auszubildenden, was auf ihn zukommt, und führen Sie ihn langsam an die neue Situation heran. Nachdem er einige Male zugehört hat, lassen Sie ihn das Gespräch führen. Fragen Sie den Auszubildenden anschließend, was ihm aus seiner Sicht gut, was weniger gut gelungen ist und warum. Geben Sie ihm dann Ihre Rückmeldung.
- 3 Die Art und Weise, Gespräche zu führen, ist immer sehr unterschiedlich. Gehen Sie individuell auf Ihre Auszubildenden ein.
- 4 Beteiligen Sie den Auszubildenden aktiv am Lernprozess: Fragen Sie ihn regelmäßig, wie er selbst die Situation beurteilt, was er schon ausprobiert hat und wo er noch Tipps von Ihnen benötigt.
- 5 Ermuntern Sie den Auszubildenden, sich in die Situation des Kunden hineinzuversetzen.