



## Interview mit Uwe Göthert, CEO Dale Carnegie Deutschland **Wie Dale Carnegie mit Lockdown, Kunden im Überlebensmodus und erhöhter Nachfrage nach Online-Programmen umgeht**

Der Ausbruch der Corona-Pandemie hat die Weiterbildungsbranche lahmgelegt. Auch globale Player im Weiterbildungsmarkt, wie Dale Carnegie mit rund 200 Büros international, trifft die Krise hart. Uwe Göthert, CEO von Dale Carnegie Deutschland, gewährt uns Einblicke in die aktuelle Situation des Unternehmens.



Facebook



Twitter



XING



LinkedIn



Uwe Göthert, Geschäftsführer bei Dale Carnegie Deutschland

### CONSULTING.de: Wie sehr leidet Dale Carnegie Deutschland unter den Coronafolgen?

**Uwe Göthert:** Im März und April sind unsere Umsätze um mehr als 80 Prozent zurückgegangen. Da wir sofort unsere Live-Online-Trainings aufgestockt haben, wird es seit Juni besser. Ohne zweite Welle erwarten wir ab September noch mal Aufschwung. 95 Prozent aller Aufträge konnten wir in den Herbst/Winter oder auf 2021 verschieben. Stornierungen hatten wir zum Glück

nur wenige – die meisten wegen des Lockdowns. Manche Unternehmen stellen wegen der unvorhersehbaren Wirtschaft die Trainings zurück oder verschieben Projekte aus strategischen Gründen ins kommende Jahr. Dass die Industrie gerade wieder mehr in Strategie investiert und sich für die Zeit nach der Krise rüstet, lässt uns hoffen. Trotzdem rechnen wir bis Jahresende mit Umsatzeinbußen von bis zu 50 Prozent.

### Wie hat sich Ihr Online-Geschäft verändert?

**Uwe Göthert:** Corona verstärkt natürlich den Bedarf nach digitalen Programmen. Die Hälfte unserer Kunden sind zu Remote-Lösungen gewechselt. Schon vorher drängte der Markt zu mehr Blended-Learning. Bereits vor zehn Jahren hat Dale Carnegie digitale Live-Trainings angeboten. Daher wissen wir inzwischen, wie nachhaltige, interaktive und kurzweilige Seminare online funktionieren. Nur so sind wir in der Lage, nicht nur vor Ort in knapp 90 Ländern Trainings durchzuführen, sondern zudem in mehr als 30 Sprachen. Wir haben alle unsere Trainer entsprechend befähigt und zertifiziert. Qualität ist die Grundlage für zufriedene Kunden. Sobald möglich, werden wir wieder zu mehr Präsenzveranstaltungen zurückkehren. Für 2021 schätzen wir, dass Online-Trainings 30 bis 40 Prozent des Gesamttrainingsgeschäfts darstellen.



## Wie sieht es bei Ihren internationalen Kollegen aus?

**Uwe Göthert:** Alle Standorte spüren eine starke Hinwendung ins Digitale. In Schweden sind 70 Prozent der Kunden zu Online-Trainings gewechselt. In Kalifornien finden ausschließlich virtuelle Seminare statt – alle Präsenzs Schulungen stehen still, ebenso in Hong Kong. In Großbritannien buchen Unternehmen nur Programme, die direkt auf geschäftskritische Bedürfnisse abzielen. Südafrika beobachtet, dass viele neue eLearning-Anbieter mit wenigen oder gar keinen Referenzen auf dem Markt schwimmen. In Island bezuschusst die Regierung Universitäten, die das Geld in Weiterbildung stecken und Kurse für 20 Euro anbieten. Hier kann kein seriöser Weiterbildungsanbieter mithalten. Südafrika und Island spüren zudem eine klare Tendenz zur Verschlankung: Unternehmen wechseln zu mehr Remotearbeit, weniger Arbeitsstunden, weniger Bezahlung. In den USA und Hong Kong setzen die Firmen verstärkt auf Flexibilität, Agilität, flachere Organisationsstrukturen. Viele Unternehmen in Großbritannien und Schweden sparen, um liquide bleiben zu können – sie bauen Personal ab oder lösen Arbeitsräume auf. Auf Fernarbeit und virtuelle Führung setzen die Kunden in Südafrika und Island. All das führt zu neuen Schwerpunkten: Die meisten suchen mehr Unterstützung im Bereich Verkauf, Remote Work und Führen aus der Ferne, aber auch Remote Sales und Präsentationen sind begehrte Inhalte. Gerade bei Letzteren sehen wir wachsenden Bedarf auf uns zukommen.

## Wie sieht Ihre interne Corona-Strategie aus?

**Uwe Göthert:** Als es mit der Welle losging, haben wir uns neu sortiert. Was ist wichtig? Was hat Prio 1, 2, 3?

Wir haben unsere Aktivitäten in vier Stufen sortiert: 1. People & Cash“, 2. Database Growth & Hygiene, 3. Readiness & Action, 4. Deliver in the new normal. Die Gesundheit der Mitarbeiter steht an erster Stelle. Es geht darum, das Team zu schützen und den Firmenabsturz zu vermeiden. Das ist uns gelungen. Um die Einbußen niedrig zu halten, hieß es Außenstände einholen, Kosten senken, Geldflüsse auf tun. Im zweiten Schritt positionieren wir uns als starker Partner für unsere Kunden und setzen auf engen Austausch – per Telefon, Newsletter, Kundenmagazin oder virtuelle Events. Wir haben den Rhythmus unserer Meetings verkürzt und liefern den Unternehmen zusätzlichen Mehrwert. Aktuell bilden wir die Basis, um nach der Krise sofort wieder loslegen zu können: Wir qualifizieren Trainer für Online-Programme, schulen Sales Teams, schaffen neue Ressourcen. Nur so garantieren wir auch morgen bestmögliche Qualität und exklusiven Wert, um Neukunden zu überzeugen, Wiederholungsgeschäft zu generieren und profitabel zu bleiben. Neben strategischen und organisatorischen Veränderungen hat sich intern unser Fokus geschärft. Wir legen noch stärkeren Wert darauf, transparent, realistisch, aber optimistisch in die Zukunft zu blicken.



## Wie sieht Dale Carnegie die Trainingslandschaft der Zukunft?

**Uwe Göthert:** Egal, in welchem Land wir auf den Markt schauen: Online-Trainings sind in Zukunft nicht mehr wegzudenken. Der physische Standort von Talenten wird an Bedeutung verlieren, da die Akzeptanz von Remote Work durch Corona gestiegen ist. Zentrale Herausforderung wird sein, eine virtuelle Belegschaft zu führen. Wir sehen Online-Programme als sehr guten ergänzenden Kanal der Mitarbeiterentwicklung – aber keinesfalls als Ersatz zu Face-to-Face-Schulungen. Virtuelle Trainings können in Wert und Wirkung nicht mithalten. Um wirklich nachhaltige Veränderung zu erzielen, braucht es auch in Zukunft Präsenztrainings. Niemand kann von einem digitalen Zwei-Stunden-Modul dieselbe Wirkung wie von einer mehrwöchigen Schulung erwarten. Menschen suchen persönliche Verbindungen. Aufgabe der Weiterbildung ist jetzt, die virtuelle Interaktion weiterzuentwickeln, sie in bestehende Schulungsmodelle zu integrieren und immer differenzierter dem menschlichen Lernverhalten anzupassen. Auch wenn wir alles digitalisieren, Computer und KI stetig aufrüsten – der Mensch funktioniert nach wie vor mit seinem gleichen alten Hauptspeicher. Und der braucht Zeit, um Dinge zu verarbeiten. Die Schwierigkeit liegt nicht mehr in der Technik, die wird sich stetig verfeinern, sondern im selbstverantwortlichen Lernen.

### Über Uwe Göthert



*Uwe Göthert, Geschäftsführer bei Dale Carnegie Deutschland*

*Uwe Göthert ist seit 2004 Geschäftsführer von Dale Carnegie Deutschland. Aus seiner Tätigkeit als Unternehmer hat Göthert langjährige, praktische Erfahrung in der strategischen Unternehmensentwicklung. Er ist u.a. Mitglied des Dale Carnegie Komitees für die Entwicklung disruptiver Innovationen und zukunftsweisender Strategien. Göthert steuerte diverse internationale Trainingsprojekte. Als Personalentwickler für national oder grenzüberschreitend tätige Unternehmen beschäftigt er sich unter anderem mit Mitarbeitermotivation und -bindung, Führung, Verkauf, Kommunikation und Kundenservice. Dazu kommen Innovationsmanagement und Changemanagement sowie die*

*Unterstützung bei der Schaffung einer standort- und länderübergreifenden, konsistenten Firmenkultur.*

### Über Dale Carnegie Deutschland

*Dale Carnegie ist ein weltweiter Anbieter von Sales- und Leadership-Trainings. Aktuell gibt es rund 200 Dale Carnegie-Offices in mehr als 90 Ländern. Dale Carnegie Deutschland wurde 1953 gegründet und beschäftigt rund 15 Mitarbeiter sowie 25 zertifizierte freiberufliche Trainer, die pro Jahr rund 2.000 Trainingstage durchführen. 2018 erwirtschaftete Dale Carnegie Deutschland einen Umsatz von 6,2 Millionen Euro.*

*mvw*

Veröffentlicht am: 31.08.2020

<https://www.consulting.de/hintergruende/interviews/einzelansicht/wie-dale-carnegie-mit-lockdown-kunden-im-ueberlebensmodus-und-erhoehter-nachfrage-nach-online-programmen-umgeht/>