

Chancen in den schwachen Regionen suchen

Kommentar von Robert Fischer

Das Thema der letzten Ausgaben war „Produktstrategie im geförderten Bildungsbereich“. Dazu gab es so viele Nachfragen, dass ich diese Thematik nun doch noch einmal aufgreifen möchte. Einige von Ihnen hinterfragten meine Aufforderung, das Portfolio zu bewerten. Es gehe vielmehr hauptsächlich um die Auslastung Ihrer Kapazitäten, schließlich frisst Leerstand Geld, jede Auslastung reduziere Kosten. Ist das wahr?

„NEIN!“ rufen jetzt wiederum andere von Ihnen. Der Bildungsmarkt kennt genug Projekte, die Geld verschlingen oder bei denen immenser Aufwand jede Wertschöpfung verhindert, Kapazitätsauslastung hin oder her. Produkte und Produktgruppen müssen wirtschaftlich gesehen einen Wertbeitrag leisten, dessen Höhe muss bestimmbar und bekannt sein. Nur so wissen Sie, wo sich die Investition weiterer Ressourcen lohnt und an welchen Stellschrauben Sie drehen müssen. Vom strategischen Wert eines Produkt- oder Projektstarts kann man nur reden, wenn die Chancen eines Pilotprojektes dann auch genutzt werden. Sonst bleibt völlig unklar, welches Folge- oder Querschnittsziel damit überhaupt erreicht werden sollte. Doch dazu später einmal mehr.

Lieber ein praktisches Beispiel: In diesem Quartal gaben drei unserer Brandenburger QM-Kunden, zugelassene Träger der Bereiche Arbeitsvermittlung und Bildung, ihre Geschäftstätigkeit auf und die Trägerzulassung zurück. Die Gründe waren keineswegs geschäftlicher, sondern privater Natur. Die Folge ist dort ein regionaler Anbietermangel.

In Berlin oder Leipzig wäre das anders. Konkurrenten hätten die Lücke sofort geschlossen, das Angebot für Bewerber, Teilnehmer und Auftraggeber hätte sich kaum geändert. Wir beobachten, dass große und mittlere Träger ihre Marktpräsenz in den Großstädten konzentrieren, wo das geförderte Massengeschäftsmodell noch mit der größten Zielgruppe rechnen kann. Die Folge ist ein enormer Konkurrenzdruck, der stetig zunimmt.

In kleineren Städten oder ländlichen Regionen ist das umgekehrt. Die Anbietervielfalt und damit der Wettbewerbsdruck nehmen weiter ab. Das ist für Bewerber oder Teilnehmer genau so ein Problem wie für Auftraggeber, die unter immer weniger Anbietern und Produkten wählen können. Genau deshalb sehen wir hier Chancen für kleine und mittlere Träger, die beweglich genug sind, um zu neuen Horizonten aufzubrechen. Neueinsteiger können auch gegenüber den regionalen Platzhirschen mit Innovation und Flexibilität punkten. Ausschreibende Stellen, Kommunen und Wirtschaftsförderung empfangen Markteinsteiger mit offenen Armen, wenn tatsächlich einmal neue Wege probiert werden.

Aus Sicht der Produktstrategie Sie können mit breitem Portfolio und knappen Produktwerten im umkämpften Bildungsmarkt der Metropolen um Anteile kämpfen. Oder sie suchen als kleiner Träger Ihre Chance dort, wo Sie sich mit neuen Ansätzen in einer Nische positionieren und auf Produkte mit einer Wertschöpfung konzentrieren können.



Wünsche oder Hinweise? - Schreiben Sie mir!
[robert.fischer\[at\]strategiehorizont.de](mailto:robert.fischer[at]strategiehorizont.de)

Themen:

Chancen in den schwachen Regionen suchen

Ausbildungsagenturen in HH: Coaching für Azubis

Die Arbeitsagentur und der Pflegekraft-Mangel

Neue Räume, neue Nummer, neuer Horizont!

MobiPro-EU: Rien ne va plus nichts geht mehr in 2014

Gründerförderung in 2014 fast verdoppelt

Ausbildungsagenturen in Hamburg bieten Coaching für Azubis

Letzten Monat haben wir über die Zahlen berichtet, die das Bundesinstitut für Berufsbildung zum Ausbildungsgeschehen vorlegte: Viele Passungsprobleme zwischen Bewerbern und Angeboten, deshalb ein schwieriger Markt. Hamburg hat schon früh auf die Probleme reagiert: Seit 2012 wurden Jugendberufsagenturen zur Betreuung von Schulabgängern eingerichtet - mittlerweile flächendeckend. Jetzt kommen zusätzlich noch Ausbildungsagenturen zum Coaching von Azubis hinzu. Durch Coaching, Einzelbetreuung und Trainingsmodule vor, während und nach der Ausbildung sollen Ausbildungserfolg und Reifeprozess stabilisiert werden. Für diese Strategie investiert die Hansestadt von 2014 bis 2017 rund 3.6 Millionen Euro vor allem aus ESF-Mitteln. Zum Betreuungsangebot gehört außerdem Unterstützung bei der Bewerbung sowie Vermittlung bei Konflikten mit dem Ausbildungsbetrieb. Ansprechen wollen die Agenturen Azubis bis 25 Jahre, aber auch deren Betriebe.

Hamburg startet schon die nächste innovative Maßnahme auf dem Ausbildungsmarkt, während man etwa in Berlin noch über Jugendberufsagenturen nachdenkt. Arbeitsmarktdienstleister können aber darauf setzen, dass auch andernorts solche Instrumente in den Horizont rücken.

Mobil machen für die Pflege - Die Arbeitsagentur und der Pflegekraft-Mangel

Der bundesweite Fachkräftemangel in der Altenpflege beschäftigt auch die Bundesagentur. Das bestätigte BA-Vorstandsmitglied Raimund Becker der Welt. Einige Zahlen: 2013 kamen auf 100 gemeldete Stellen gerade einmal 42 arbeitslose Fachkräfte mit zwei- oder dreijähriger Ausbildung. Offene Stellen blieben im Durchschnitt 131 Tage vakant. Die Bundesagentur macht mobil und will diese Situation auf drei Ebenen entschärfen:

- Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) soll bis Ende 2014 2000 und in zehn Jahren bis zu 7000 Pflegefachkräfte aus Vietnam, den Philippinen, Bosnien und Serbien anwerben – möglichst noch mehr.
- Der Beruf selbst soll aufgewertet werden, denn lange Arbeitszeiten und niedriger Bezahlung lassen viele Fachkräfte in andere Berufe wechseln.
- Drittens könnte die Ausbildung zur Pflegekraft vereinheitlicht und kostenlos angeboten werden.

Bleibt zu hoffen, dass die Maßnahmen greifen. Pflegeausbildungen haben für Bildungsunternehmen ein großes Wachstumspotenzial. Leider nützt das wenig, solange die Kandidaten dafür fehlen.

Neue Räume, neue Nummer, neuer Horizont - und hoffentlich bald SIE!

Der Standort eines Unternehmens ist nicht nur für den Markterfolg wichtig – angenehme Räumlichkeiten bringen noch mehr Motivation und Arbeitsfreude und ganz wichtig: innovative Ideen.

Diese Erfahrung machen wir gerade selbst wieder einmal, denn wir sind umgezogen. Sie finden uns jetzt in neuen Räumlichkeiten unter der Adresse:

Möllendorffstraße 54 - 10367 Berlin-Lichtenberg.

Falls Sie in der Nähe sind, dann schauen Sie doch auf einen Kaffee vorbei. Wir freuen uns über jeden Besuch.

Noch viel wichtiger: Auch unsere **Telefonnummer** ist neu: **030 - 94 41 39 34**.

Wie hieß es früher immer? „Ruf doch mal an!“ ...



MobiPro-EU: Rien ne va plus - nichts geht mehr für 2014

Auf das Förderprojekt MobiPro-EU / "Job of my life" haben wir seit Januar 2013 häufig hingewiesen: Damit wird die Zuwanderung von Fachkräften und Azubis aus dem EU-Ausland gefördert. Die Laufzeit des Programms reicht noch bis 2016 – doch für dieses Jahr geht erst einmal nichts mehr. Die Fördertöpfe sind für 2014 ausgeschöpft, Anträge werden seit März zurückgestellt. Allerdings ist laut dpa-Informationen eine Aufstockung der Mittel sehr wahrscheinlich. Wir werden Sie selbstverständlich auf dem Laufenden halten.

Gründerförderung 2014 fast verdoppelt

Vor zwei Monaten hatten wir uns mit Gründern als Zielgruppe für Bildungsträger befasst („Chancen auf einem schmalen Markt“). Jetzt zeigt sich bei der Bundesagentur ein Richtungswechsel: Der Wirtschaftswoche zufolge wird das Budget zur Förderung von Existenzgründungen aus Arbeitslosigkeit 2014 fast verdoppelt. Damit werden dieses Jahr rund 427 Millionen Euro für Maßnahmen der Gründerförderung bereitgestellt. Die Arbeitsagenturen erwarten mehr als 28.000 Anträge.