

## Wie attraktiv ist Ihre Zielgruppe?

Kommentar von Robert Fischer

**Die eingehende Beschäftigung mit der Zielgruppe ist das A und O für den Erfolg. Erst das Wissen über das Profil einer Zielgruppe ermöglicht Ihnen eine effiziente Arbeit von Marketing und Vertrieb. Im letzten Bildungsblatt habe ich Ihnen drei Grundbedingungen für eine sinnvolle Definition erläutert, doch eine Frage bleibt offen: „Ist die definierte Zielgruppe eigentlich attraktiv für SIE?“**

Die „Attraktivität“ einer Zielgruppe für sich selbst zu bestimmen, ist besonders bei der Entwicklung neuer Aktivitäten von entscheidender Bedeutung. Ich stelle bei unseren Bildungskunden immer wieder fest, dass die Zielgruppen schnell durch den Blick auf die zukünftigen Mangelberufszweige definiert werden. Um jedoch herauszufinden, ob Ihr Angebot bei einer Zielgruppe überhaupt Erfolg haben kann, sollten im Vorfeld weitere Fragen analysiert und positiv beantwortet werden können.

### 1. Marktgröße

Wie groß ist der Markt? Wie groß ist die potenzielle Käuferseite, die die Leistung abnehmen soll?

Die Analyse des Marktes offenbart die Anzahl potenzieller Abnehmer und das Marktvolumen. Auf Basis dieser Erkenntnisse wird erst eine Planungsrechnung möglich.

### 2. Wettbewerb

Wie präsent ist der Wettbewerb bereits bei der Zielgruppe und kann ich bestehende Abnehmerbindungen durch mein Produkt lösen?

Nach der Kenntnis von Marktvolumen



Kontakt: Robert Fischer

Tel.: 0176 612 40 966

[info@strategiehorizont.de](mailto:info@strategiehorizont.de)

[www.strategiehorizont.de](http://www.strategiehorizont.de)

und Präsenz des Mitbewerbs können Sie abschätzen, welches „Stück vom Kuchen“ für Sie erreichbar ist.

### 3. Kaufbereitschaft

Wie gut geht es Ihrer Zielgruppe und wie hoch ist die Kaufbereitschaft?

Selbst wenn die Marktanalyse eine ausreichende Zielgruppenanzahl hervorbringt, sollten Sie definieren, ob Ihr Preis für genügend Personen bezahlbar und im Vergleich zum etablierten Wettbewerb noch attraktiv ist.

### 4. Abnehmerbindungen und Erreichbarkeit der Zielpersonen

Wie viel Geschäftsbeziehungen haben Sie schon mit der Zielgruppe? Kann auf einen bestehenden Kundenstamm gebaut werden, der Sie als Marktspieler schon schätzt? Wie leicht sind relevanten Zielpersonen durch Marketinginstrumente zu erreichen und gibt es Synergien zu den bestehenden Vertriebskanälen Ihres Unternehmens?

Wie Sie sehen, sind im Vorfeld der Entscheidung für eine Zielgruppe zahlreiche Faktoren zu bedenken. Gehen Sie gründlich vor und beziehen Sie alle Faktoren in die Planung mit ein. Versuchen Sie die Parameter stets durch eine Businessplanung zu quantifizieren, denn dadurch erkennen Sie, mit welcher Zielgruppe und welcher Leistung Sie im Markt eine Rolle spielen können und ob Sie damit jemals ihre angestrebten Ziele erreichen werden.

### Themen:

Wie attraktiv ist Ihre Zielgruppe?

Junge EU-Bürger für Deutschland gesucht!

Herbstzeit – jetzt ist beste Strategiezeit!

Individuell Fördern in Niedersachsen

Nichtleistungsempfänger qualifizieren

## Junge EU-Bürger für Deutschland gesucht!

Die gezielte Integration ausländischer Arbeitskräfte stellt eine Säule der Fachkräftesicherungsstrategie der Bundesregierung dar. Mit der Einführung der „blauen“ Karte und den Erleichterungen durch das neue Anerkennungsgesetz wurden die Schritte auf den deutschen Arbeitsmarkt deutlich erleichtert, doch es geht noch weiter. Das BMAS startet ab Januar 2013 ein Sonderprogramm, welches gezielt junge Menschen (zwischen 18-35 Jahren) aus EU-Staaten unterstützt, eine Ausbildung oder Beschäftigung in Deutschland aufzunehmen.

Das von BMAS und Bundesagentur für Arbeit entwickelte Programm „Förderung der beruflichen Mobilität von ausbildungsinteressierten Jugendlichen und arbeitslosen jungen Fachkräften aus Europa“ ist auf 2 Jahre ausgelegt und umfasst ein Budget von 40 Mio. €.

Das Programm gliedert sich in zwei Phasen und soll von der „Zentralen Auslands- und Fachvermittlung – ZAV“ der Bundesagentur koordiniert werden. In der Vorbereitungsphase werden potenzielle Bewerber im Heimatland auf die Arbeit in Deutschland mittels Orientierungs- und Sprachkursen vorbereitet und in einem zweiten Schritt in Unternehmen vermittelt.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):

## Individuell Fördern in Niedersachsen

„Individuelle Weiterbildung in Niedersachsen – kurz IWiN“ lautet das Programm, welches das Land Niedersachsen für die Weiterbildungsförderung von kleinen und mittleren Unternehmen entwickelt hat. Das Programm IWiN fördert gezielt individuelle Anpassungsqualifizierungen für einzelne Beschäftigte oder auch Betriebsinhaber und leistet damit einen Beitrag zur Bewältigung des Strukturwandels.

Die Unterstützung durch das ESF-Programm erfolgt in Form einer Zuschussförderung. Hierbei werden die tatsächlichen Ausgaben der Weiterbildung mit maximal 20,00 € je Teilnehmer und Stunde gefördert. Neben der Beteiligung an den Fortbildungskosten kann die Freistellung des Teilnehmers während der Arbeitszeit mit einem pauschalen Stundensatz von 17,00 € vergütet werden.

Die Antragstellung der Weiterbildungsförderung erfolgt über 14 eingerichtete, regionale Beratungsstellen, die die Prüfung der Anträge übernehmen und letztendlich über die konkrete Förderhöhe entscheiden.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):

## Herbstzeit – jetzt ist beste Strategiezeit!

Ein goldener Oktober neigt sich dem Ende und die Zeit der Planung für das neue Jahr beginnt. Für das operative Kerngeschäft haben Sie darin sicher schon viel Erfahrung und ein fast treffsicheres Fingerspitzengefühl entwickelt, aber gilt das auch für die Planung neuer und schlecht einschätzbarer Aktivitäten?

Wir wären schlechte Strategieberater, wenn wir Ihnen dazu nichts an die Hand geben. In unserem Seminar Nr. 1 „Strategische Unternehmensentwicklung“ durchlaufen Sie einen kompletten strategischen Planungsprozess. Die Instrumente ermöglichen Ihnen im Anschluss neue Aktivitäten selbst zu planen und die Risiken besser abzuschätzen. Befähigen Sie sich oder Mitarbeiter an morgen zu denken und werden Sie Teil unserer [STRATEGIE-Akademie](#).



## Nichtleistungsempfänger qualifizieren

„Bildungssystem in Sachsen TOP“ war unsere Überschrift im letzten Bildungsblatt, in dem wir über die Ergebnisse des Bildungsmonitors (einer Vergleichsstudie zur Qualität der Bildungssysteme in den einzelnen Bundesländern) berichteten.

Sachsen zeigt sich aber auch in der Förderpolitik innovativ und experimentierfreudig. Bestes Beispiel ist die aktuelle Einführung der Förderung von Weiterbildungen für Nichtleistungsempfänger. Diese Personengruppe steht bei Qualifizierungen über die Arbeitsagenturen und JobCenter regelmäßig im Regen, da die Fördervoraussetzungen nicht gegeben sind. Das Land Sachsen hat darauf nun reagiert und wendet sich mit dem Weiterbildungsscheck auch dieser Zielgruppe zu.

Nichtleistungsempfänger, also Personen die keine Leistungen der Arbeitsagentur (Arbeitslosengeld) oder des Jobcenters (ALG II) erhalten, können eine Förderung über die Sächsische Aufbaubank (SAB) beantragen. Es werden bis zu 80% der Bildungskosten gefördert, wobei die Kosten der Weiterbildung mindestens 650,00 € betragen müssen.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):