

Drei Erfolgsfaktoren für Bildungsunternehmen

Der Oktober ist ein guter Zeitpunkt, um die Strategie für das nächste Jahr zu planen. Steht Ihr Strategieplan 2015 schon? Im heutigen Kommentar möchte ich für unsere Leser aus Bildungsunternehmen einige Markteinsichten berichten, die ich aus meiner Beratungserfahrung gewonnen habe.

Seit vier Jahren lerne ich bundesweit die Geschäftskonzepte von geförderten Trägern am Arbeitsmarkt kennen, gestalte sie mit und erweitere so meinen Horizont. Dabei habe ich gelernt, dass besonders erfolgreiche Anbieter sich durch drei Faktoren auszeichnen.

Faktor 1: Exzellentes Auslastungsmanagement

Wenn Kunden mich nach dem wichtigsten Erfolgsfaktor fragen, lautet meine Antwort stets: „Der Erfolg liegt in einem cleveren Schulbetrieb, konkret in einem cleveren Auslastungsmanagement“. Viele Bildungsträger planen und zertifizieren permanent neue Produkte und Maßnahmen, ohne diese auf ihre vorhandenen Ressourcen und ihren bestehenden Organisationsablauf abzustimmen. Das führt zu einem sehr breiten Produktportfolio, das in sich oft nur geringe Kombierbarkeit aufweist. In Zeiten, in denen sich geförderte Maßnahmen selbst mit 15 Teilnehmern nicht mehr auslasten, ist aber gerade diese Verbindung von Maßnahmen, Modulen, Coachings usw. der Schlüssel zum Erfolg. Bedenken Sie bei jedem neuen Produkt immer die interne Umsetzung, wenn der Kunde dann wirklich „mit Auftrag droht“.

Können Sie das Produkt dann elegant in den bestehenden Schulbetrieb integrieren, oder machen Sie „Kopfstand“ für eine Maßnahme mit vier Teilnehmern?

Faktor 2: Produkte kundengerecht gestalten und positionieren

Neue Produkte müssen zu Ihnen und zu Ihren Kernkompetenzen passen. Nur dann sind Sie authentisch und signalisieren hohe Qualität. Sowohl Teilnehmer als auch Vermittler überlegen genau, ob Ihr Produkt von allen den größten Nutzen verspricht und ob Ihnen Qualität zuzutrauen ist. Lange, kaum zu überblickende Produktkataloge und Flyer lassen sich erst recht nicht vermarkten. Dagegen nimmt das Gewicht der Beratung für den Vertrieb seit Jahren zu. Der Nutzen Ihrer Maßnahmen muss Kunden unmittelbar einleuchten. Schon deshalb denken erfolgreiche Unternehmen bei neuen Produkten nicht nur an neue Themen, sondern innovieren bei Angebotsform, Vertriebsweg, Finanzierungsmix usw. Neue Modelle sind der Schlüssel - bei der Wissensvermittlung etwa E-Learning-Anteile, bei der Vermittlungsform u. a. das „Halbtagslernen“. Wenn Sie frische Ideen suchen, sind Sie bei uns zu 100% richtig.

Faktor 3: Einkommensmix

Noch immer setzen viel zu viele Bildungsunternehmen nur auf ein „Umsatzpferd“. Erfolgreiche Träger vermeiden diese unnötige Abhängigkeit und finanzieren sich aus verschiedenen Quellen, auch wenn sie der Zielgruppe von Personen mit Vermittlungshemmnissen treu bleiben. Zusätzlich zur Bundesagentur kommen ESF-Finanzierungen über Bund und Land, aber auch (aktueller denn je) Unternehmenskunden in Betracht.



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

Themen:

Drei Erfolgsfaktoren für Bildungsunternehmen

Trainerausbildung im Vergleichstest

AZAV-Seminar: Anforderungen und Chancen

WeGebAU: Stärkere Anreize für die Arbeitgeber

Trainerausbildung: Vergleichstest als Qualitätsmaßstab nutzen

Bei Trainerausbildungen ist das Qualitätsniveau insgesamt recht hoch - zu diesem Ergebnis kam die Stiftung Warentest in einem Anfang des Monats veröffentlichten Vergleichstest. Geprüft wurden sieben Angebote mit einer Preisspanne von knapp 2.000 bis zu 8.700 Euro und einer Dauer von neun bis zu 19 Präsenztagen. Einen Verriss gab es für keinen der Anbieter. Die Qualität der Kursdurchführung wurde zweimal mit „sehr hoch“, zweimal mit „hoch“ und dreimal mit „mittel“ bewertet. Die Kursorganisation wurde sogar noch besser eingestuft: fünfmal „hoch“ und zweimal „sehr hoch“. Schlechte Noten vergaben die Tester eher für Formalien: Fehlende Bruttopreisangaben etwa oder Mängel in den AGB. Mehrfach getadelt wurde allerdings schlechtes Lehrmaterial.

Nebenbei belegt der Bericht auch den ungebrochenen Bedarf an Ausbildungen zum Trainer (der gezielt Know-how vermittelt, während etwa ein Coach eher Entwicklungen und Entscheidungsprozesse begleitet). Berufschancen sehen die Teilnehmer für sich nicht nur als angestellte Trainer, sondern auch und vor allem als freie Dozenten – gern bei Ihnen als Bildungsunternehmen☺.

Die fünfseitigen Anforderungen der Stiftung Warentest an Trainerlehrgänge kann man [kostenlos](#) herunterladen die Testergebnisse selbst gegen Gebühr. Für Bildungsunternehmen ist beides interessanter Lesestoff. Zum einen wird die Qualität des eigenen Angebots maßgeblich durch die Qualität der Dozenten bestimmt, deshalb sollte man die Kriterien für gute Trainerausbildungen kennen. Zum anderen bieten eigene Train-the-Trainer-Produkte ein strategisches Potenzial: Sie erschließen ein interessantes Kundensegment aus (angehenden) Freiberuflern, finden rege Nachfrage und können sogar über Bildungsgutschein gefördert werden. Allerdings fehlt bei der geförderten Trainerausbildung eine allgemeinverbindliche Förderlogik. Da Trainer kaum noch angestellt werden und die Trainerausbildung damit überwiegend zum Schritt in die Selbstständigkeit führt, erfolgt in manchen Bundesländern keine Förderung.

Trotzdem: Wer mit gut gemachten Angeboten punkten will, kann die Qualitätsmerkmale der Warentester zur Konzipierung und Positionierung eigener Angebote nutzen. Erfolg versprechen außerdem gezielt auf bestimmte Branchen oder Einsatzzwecke zugeschnittene Maßnahmen sowie die Kombination von Techniken der Wissensvermittlung mit der Vorbereitung auf das Selbstständigendasein. Bei der Entwicklung Ihres eigenen Train-the-Trainer-Produkts können wir Sie beraten und unterstützen – [sprechen Sie uns an](#).

AZAV-Seminar - Anforderungen verstehen, Chancen erkennen, Zeit sparen

Wie man aus AZAV-Vorschriften Chancen herausdestilliert, haben wir schon in der [Augustausgabe](#) gezeigt. Doch zunächst einmal muss man die neuen AZAV-Anforderungen praktisch verstehen. Ein schnelles und effektives Mittel dafür ist unser Seminarangebot.

Im Seminar wird konkret und praxisbezogen vermittelt, was die Empfehlungen des Anerkennungsbeirats für 2014 für Ihr Unternehmen, seine AZAV-Zertifizierung und die QM-Dokumentation bedeuten. Dabei bleiben wir nicht bei bürokratischen Vorgaben stehen: Der Horizont umfasst auch Tipps zur Umsetzung sowie Hinweise auf mögliche Chancen, die sich im Regelwerk verbergen. Zur Vermittlung setzen wir unter anderem auf Erfahrungsberichte und Fallbeispiele.

Laden Sie sich das [Seminarangebot](#) für weitere Informationen herunter - wir freuen uns auf ein Wiedersehen mit Ihnen!

WeGebAU: BA erhöht Arbeitgeber-Anreize noch weiter

Die Bundesagentur für Arbeit hat beim Förderprogramm [WeGebAU](#) nachgelegt, sie will vor allem Arbeitgeber stärker zur Kooperation motivieren. WeGebAU soll geringqualifizierte und Ältere in Beschäftigung schrittweise auf einen Berufsabschluss hinführen. Gefördert werden sogenannte „berufsabschlussfähige Teilqualifikationen“ als Einzelschritte dorthin – jede davon soll, so das Kalkül, den Teilnehmer ein Stück mehr vor dem Rückfall in Arbeitslosigkeit schützen.

Die Arbeitgeber erhalten Arbeitsentgeltzuschüsse (AEZ). Trotzdem war ihre Bereitschaft zur Freistellung von Teilnehmern bislang recht gering. Um diese Erfolgsbremse für WeGebAU zu lösen, hat die BA nachgelegt: Seit einigen Wochen gewährt sie für jede zusätzliche Teilqualifikation höhere AEZ - mindestens 50 Prozent der Lohnkosten während der ersten Weiterbildung, dann werden 60 und 75 und - spätestens ab der vierten Maßnahme - schließlich 100 Prozent ersetzt.

Bildungsunternehmen, die entsprechende Angebote planen, müssen die einzelnen Module als sinnvollen Teilerwerb eines anerkannten Berufsabschlusses konzipieren. Klare Anforderungen werden hierbei an die Feststellung der Teilnehmerkompetenz und die vergebenen Einzelzertifikate gestellt. Dafür können innovative WeGebAU-Maßnahmen durchaus Türöffner bei Unternehmenskunden sein. Mit etwas Mut zur Innovation und neuen Ideen lässt sich Ihr vorhandenes Produktsortiment zu frischen Angeboten schnüren, die perfekt zu WeGebAU passen, zum Beispiel Paketangebote zur Nutzung mehrerer Weiterbildungen in Ihrem Haus oder eine Rabattstaffel in Umkehrung zur AEZ-Gewährung.