

Breites oder tiefes Produktportfolio?

Kommentar von Robert Fischer

Wie sieht das optimale Produktportfolio aus? Diese Frage liegt mir am Herzen und soll ein drittes und letztes Mal Thema unseres Kommentars sein. Vielen von Ihnen fällt die strategische Entscheidung für ein eher breites oder tiefes Portfolio im Moment schwer. Schließlich hat beides Vor- und Nachteile. Diese Grundsatzentscheidung wirkt sich direkt auf die Marktposition aus - auf Akquise, Wettbewerbsintensität und den Ruf Ihres Unternehmens.

Angesichts niedriger Maßnahmenpreise ist geförderte Bildung nur als Massengeschäft profitabel. In Zeiten von Fachkräftemangel und sinkenden Arbeitslosenzahlen wird dieses Geschäftsmodell zunehmend schwieriger.

Viele geförderte Träger verbreitern als Reaktion darauf massiv die Produktpalette. Angebote für möglichst viele verschiedene Branchen sollen viele Teilnehmer aus dem schrumpfenden Markt in ihr Bildungszentrum locken, um die eigenen Kapazitäten auszulasten. Andere Bildungsunternehmen konzentrieren sich auf wenige Branchen, entwickeln dort jedoch eine größere Produkttiefe. Beide Strategien haben Ihre Rechtfertigung. Schauen wir uns die Vor- und Nachteile an.

Produktportfolio verbreitern?

Das Angebot auf Bildungsprodukte für verschiedene Branchen zu erweitern hat durchaus seine Berechtigung. Viele Wachstumsbranchen (v. a. Dienstleister) suchen am Arbeitsmarkt händeringend Helfer mit einfacher Grundqualifizierung. Diese Strategie bietet als Plus ein kaum

durch Zugangsvoraussetzungen eingeschränktes Teilnehmerpotenzial, dem gute Integrationschancen geboten werden – das erleichtert die Finanzierung. Diese Strategie erlaubt Bildungsunternehmen einen schnellen Markteintritt durch standardisierte Produkte, deren Entwicklung vergleichsweise einfach ist.

Die niedrige Schwelle hat aber ihren Preis: Es herrscht große Konkurrenz, selbst Bundesagentur und Jobcenter mischen mit. Die Produkte sind leicht vergleichbar – und finden bei Unternehmen nur geringe Wertschätzung.

Produktportfolio vertiefen?

Wer lieber auf größere Produkttiefe für ausgewählte Branchen setzt, kann höhere und teurere Qualifikationsniveaus anbieten. Die Qualifizierung zur Altenpflegerin oder Pflegedienstleiterin erzielt naturgemäß andere Marktpreise als die Pflegehelferschulung. Weitere Vorteile: Man kann sich auf effektives, branchennahes Marketing beschränken und als spezialisierter Anbieter kundenindividuelle Maßnahmen entwickeln. Dafür zahlen die Unternehmen dann auch. Andererseits ist der Markt an Teilnehmern auf die gewählte Branche begrenzt. Dazu kommt der Aufwand, falls Zulassungen durch Behörden oder Kammern nötig ist.

Fazit

Spezialisierung ist der schwerere Weg. Diese Strategie ermöglicht es aber, eine echte Alleinstellung herauszuarbeiten. Wer unverwechselbar statt austauschbar sein möchte, versucht es lieber speziell als generell.

Themen:

Breites oder tiefes Portfolio?

Weniger Ausbildungsverträge – mehr Passungsprobleme

Nicht Reden, sondern TUN unser Qualitätsnachweis

Spätstarter-Initiative rollt

Sachsen-Anhalt: Weiterbildung direkt



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

Weniger Ausbildungsverträge – mehr Passungsprobleme

Unser [Bericht](#) über das Modellprojekt „Ausbildung in Häppchenform“ im Januar traf bei Ihnen auf sehr viel Interesse. Damit hatten wir gar nicht gerechnet. Passend zum Thema hat das Bundesinstitut für Berufsbildung den [Ausbildungsmarkt analysiert](#). Fazit: Historischer Tiefstand bei neuen Ausbildungsverträgen - weniger Angebot, weniger Nachfrage. Gleichzeitig bleiben viele Jugendliche ohne Ausbildungsplatz. Vor allem bei außerbetrieblichen Ausbildungsangeboten zeigt die Tendenz nach unten. Gegenüber dem Vorjahr sank die Zahl neuer Ausbildungsverträge um 3,7, das Angebot an Ausbildungsplätzen um 3,5 %. **Besonders düster sieht es bei öffentlich finanzierten, außerbetrieblichen Angeboten aus, die ein Minus von 16 % verzeichneten.** Die Zahl der unbesetzten Plätze stieg leicht, die der Bewerber ohne Ausbildungsplatz um satte 10 % - die Passungsprobleme sind offensichtlich.

Wir denken, dass der Trend für außerbetriebliche Ausbildung weiter abwärts geht, die Betreuungsmöglichkeiten aber stärker genutzt werden. Träger haben Perspektiven, wenn sie Ihre Kompetenz mit schwierigen Jugendlichen „passfähiger“ in Betriebe bringen. (Tipp: Denken Sie dabei auch an die Maßnahmen nach [§ 45 SGB III](#), „Heranführung an den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt“. Wir [beraten](#) Sie gerne.)

Die Spätstarter-Initiative rollt – doch noch mehr als die Hälfte muss in Ausbildung

Im [März 2013](#) haben wir im Bildungsblatt über die „Spätstarter-Initiative AusBildung“ der Bundesagentur berichtet – 100.000 ungelernete Erwachsene bis 35 sollten eine Ausbildung erhalten. Jetzt nannte die Agentur erste Zahlen: 32.000 Teilnehmer haben demnach Maßnahmen zum Berufsabschluss begonnen, rund ein Fünftel davon in der Altenpflege (6.300), gefolgt von den Bereichen Logistik (4.300), EDV (2.100) und Metallverarbeitung (2.000). Nun hofft die Bundesagentur, Aufschläge oder Anreize für die Teilnehmer einführen zu können, um diese zum Durchhalten zu motivieren. Die richtige Fachausbildung, so die Begründung, entscheidet noch weit vor Faktoren wie Alter, Geschlecht oder Sprachkenntnis über den Erfolg am Arbeitsmarkt.

Es zeigt sich, dass die nachträgliche Qualifizierung zum Berufsabschluss für die Arbeitsagentur große Bedeutung hat. Die Spätstarter-Initiative hat Bildungsträgern bereits gut ausgelastete Angebote beschert, aber mehr als die Hälfte des Ziels von 100.000 Fachkräften ist noch nicht in Umschulung. Innovative Umsetzungsformen und Netzwerke sind der Schlüssel, um in Kooperation mit Jobcenter oder Arbeitsagentur erfolgreich zu sein.

Nicht Reden, sondern TUN – unser QMB-Seminar ist ein handfester Qualitätsnachweis

Grund zur Freude für fünf frischgebackene Qualitätsmanagement-Beauftragte - und uns selbst: Alle Teilnehmer des ersten offenen QMB-Seminars von Strategiehorizont® halten ihre Zertifikate in den Händen. Mehr noch, alle Teilnehmer haben nach 2,5 Tagen die externe Prüfung des Zertifizierungsunternehmens erfolgreich bestanden. Das zeigt uns, dass wir unseren Anspruch eingelöst haben: Qualität nicht nur versprechen, sondern auch liefern.

Darüber hinaus freuten wir uns sehr unsere Kunden miteinander bekannt zu machen und zu verknüpfen, denn alle Teilnehmer kamen aus Unternehmen, die uns schon aus erfolgreichen Beratungen kannten und vertrauten.

Anfragen nach neuen QMB-Schulungsterminen gibt es auch schon wieder, denn auch wir mussten lernen und feststellen, dass Ihr Januar ganz schön ausgebucht war und sicher nicht der idealste Monat.

Aber es gibt ein gutes Zeichen für alle, die es nicht geschafft haben, denn es gibt neue Termine für das Seminar. Alle Infos finden Sie in unserem [Flyer](#) auf der Website. Auf ein baldiges Wiedersehen ☺!

„Weiterbildung direkt“ in Sachsen-Anhalt – über Endkunden in die Firmen

Sachsen-Anhalt hat mit [„Weiterbildung direkt“](#) ein neues Programm zur Weiterbildungsförderung an den Start gebracht: Arbeitnehmer mit einem Bruttogehalt bis 4.350 € sowie Arbeitslose ohne Anspruch auf ALGI oder II können von 60 % bis 90 % der Kosten berufsbezogener Weiterbildungen als Zuschuss erhalten. Um förderfähig zu sein, müssen die Maßnahmen mehr als 1.000 Euro kosten und bis Juni 2015 abgeschlossen sein.

Die Grundförderung beträgt 60 %. Menschen ab 45, Arbeitskräfte mit Zeitvertrag, Minijobber, Leiharbeiter, Wiedereinsteigerinnen und Teilzeitkräfte werden mit 80 % der Weiterbildungskosten gefördert. Wer weniger als 1.500 € brutto verdient, bekommt sogar 90 % erstattet. Informationen gibt es unter der Hotline 0800 56 007 57 bei der Investitionsbank Sachsen-Anhalt.

Für Bildungsunternehmen hat diese Förderung strategisches Potenzial. Sie bietet attraktive Zuschüsse und erreicht auch eine Zielgruppe mit etwas höherem Einkommen. Und mit etwas Glück und Geschick kommen die Bildungsunternehmen so über das Endkundengeschäft mit den Arbeitnehmern sogar mit deren Unternehmen ins Geschäft.