

Wenn viele Fischer im gleichen Teich fischen

Kommentar von Robert Fischer

Der Titel klingt vielleicht mehr als banal, beschreibt jedoch die derzeitige Marktsituation im geförderten Bildungsgeschäft exzellent. Trotz der Einführung eines neuen Arbeitsmarktgesetzes sollten Sie analysieren und für sich entscheiden, ob das Teilnehmerpotential für ein erfolgreiches Wachstum noch gegeben ist oder bereits heute zu wenig Fische für alle da sind.

Stellen wir uns das geförderte Bildungsgeschäft als einen Teich vor, in dem Sie nach Ihren Teilnehmern vom Ufer aus fischen. Um Sie herum stehen dicht an dicht Ihre Mitbewerber und werfen ebenfalls die Angel aus. Wenn es nicht so recht beißt, dann probieren Sie einen neuen Köder (ein neues Bildungsprodukt) aus und das tun Ihre Mitangler ebenfalls. Was allen sofort auffällt ist, dass alle im gleichen Teich fischen und es nur eine begrenzte Anzahl Fische (Teilnehmer) gibt, die weniger werden, wenn Sie einen Fisch entnehmen. Wenn Sie mit Ihren Produkten keinen Erfolg haben, dann schauen Sie auf den erfolgreichen Nachbarn und versuchen denselben Köder anzubieten. Wenn das alle Angler tun, dann hängen viele Haken mit demselben Köder im Wasser. Wie sollen die Fische unter all den gleichen Ködern dann genau Ihren finden? **Genau dann, wenn Sie Abwechslung bieten und damit auch etwas anders machen.** Diese Parabel soll Sie zum Nachdenken anregen, denn Sie haben ja die Wahl von Köder, Angelplatz und Mitanglern selbst in der Hand und bestimmen, ob Sie mitangeln oder den Erfolgsköder vorgeben.

Beziehen wir das Beispiel tatsächlich auf das geförderte Bildungsgeschäft im Jahr 2012, dann sollten Sie zu Jahresbeginn schauen, ob der Fischbestand noch genug Ausbeute für Sie hergibt. Viele unserer Kunden orientieren sich noch zu sehr an den Vorgaben, die die Bedarfsträger festlegen und richten Ihren Blick zu stark auf die Finanzierungsseite anstatt auf die Kundenseite (Teilnehmer oder Unternehmen). Es wird angeboten, was laut Vorgabe der Agenturen Wachstum am Arbeitsmarkt verspricht ohne auf das tatsächliche Teilnehmerpotential vom Markt her zu achten. Die Frage nach „Wer ist mein Kunde!“ muss durch Sie beantwortet werden können, denn nur dann können Sie auch festlegen, ob das Kundenpotential ausreichend attraktiv für die Entfaltung von Geschäftsaktivitäten ist. Oder mit einem Beispiel erklärt. Wenn die Arbeitsagentur die Pflegebranche als wachsend und sehr attraktiv einstuft, dann müssen Sie nicht nur dieser Mitteilung hinterherlaufen, sondern sich den Markt der potentiellen Teilnehmer anschauen und der ist in dieser Branche stark ausgebombt. Weil viele aber auf die Agenturen hören, drängeln sich immer mehr Anbieter um immer weniger potentielle Fische.

Beschäftigen Sie sich im Rahmen Ihrer Strategiefindung intensiv mit Ihren Kunden und versuchen Sie das Kundenpotential zu bestimmen. Nur wenn Sie abschätzen können, ob der Markt ausreichend und langfristig attraktiv für Sie ist, können Sie eine erfolgreiche Strategie entwickeln.



Kontakt: Robert Fischer
Mobil: 0176-612 40 966
info@strategiehorizont.de
www.strategiehorizont.de

Themen:

Wenn viele Fischer im gleichen Teich fischen

Vermittlung in Arbeit vor Gründung

Das können Sie 2012 von uns erwarten

Bildungsjahr 2011 in Zahlen

Vermittlung in Arbeit vor Gründung

Der Gründermarkt in Deutschland hat sich im Jahr 2010 äußerst dynamisch entwickelt. Die KfW-Bank veröffentlicht jährlich den „Gründungsmonitor“, der das Gründungsgeschehen detailliert analysiert. Nach Aussage des „Gründungsmonitors 2011“ haben sich im Jahr 2010 rund 936.000 Personen selbständig gemacht. Bezogen auf die Gesamterwerbsbevölkerung Deutschlands entspricht dies einer Gründerquote von 1,8%. Die Betrachtung der Nachhaltigkeit einer Selbständigkeit zeigt auf, dass nach rund einem Jahr noch rund 85% der Gründer mit Ihrem Projekt am Markt sind, jedoch nach drei Jahren jeder dritte Gründer (32%) nicht mehr am Markt ist. Die Gruppe der Gründer aus Arbeitslosigkeit hat durch das geringe Humankapital hierbei eine signifikant geringere Überlebensdauer als Gründer aus einem Anstellungsverhältnis, wobei der Marktausstieg meist mit Liquidation oder einfacher Beendigung der Geschäftstätigkeit einhergeht.

Diese Erkenntnis und der auch zukünftig zu erwartende Fachkräftemangel könnten Ausschlag für die Neuregelung des Gründerzuschusses im Rahmen des „Gesetzes zur Verbesserung der Eingliederungschancen am Arbeitsmarkt“ gewesen sein. Das Instrument, welches im Ursprung besonders Gründungsvorhaben aus Arbeitslosigkeit durch eine 9-monatige Anlauffinanzierung unterstützt hat, ist seit dem 28.12.2011 von einer Pflicht- zu einer Ermessensleistung geworden. Mehr noch: Die mögliche Vermittlung in Arbeit geht der Förderung einer selbständigen Tätigkeit in jedem Fall voraus. Neben dieser Grundsatzregelung wurden auch die Ausgestaltungskriterien verändert. Die Förderung wird demnach in den ersten 6 Monaten (bisher 9 Monate) in Höhe des bisherigen Arbeitslosengeldes plus 300 Euro monatlich gezahlt sofern am Tag der Gründung ein Restanspruch auf Arbeitslosengeld von mindestens 150 Tagen (bisher 90 Tage) besteht. Unverändert ist die Tragfähigkeit der Geschäftsidee (über Businessplan und eine fachkundliche Stellungnahme), aber auch neu die unternehmerische Eignung nachzuweisen. Die Agenturen schreiben diese Eignungsdiagnostik im Moment unter der Überschrift „BuP – Bewertung des unternehmerischen Potentials“ öffentlich aus.

Wir fragen uns: Was müssen das für Gründer sein, die am Markt nicht vermittelbar sind, aber das Zeug haben sich erfolgreich durch Businessplan und externe Eignungsdiagnostik zu kämpfen?

Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Das können Sie 2012 von uns erwarten

Das Jahr 2012 ist in vollem Gange und das neue Arbeitsmarktgesetz beherrscht die Gespräche mit Ihnen. Wir von Strategiehorizont werden unsere Ansichten und Ideen im Zusammenhang mit der Instrumentenreform in den nächsten Bildungsblättern vorstellen, halten klare Rückschlüsse heute jedoch für verfrüht, da die operative Umsetzung bei Bedarfsträgern und auch Zertifizierern noch unklar ist. Was Sie von den Förderinstitutionen erwarten können, steht somit in den Sternen. Was Sie von uns erwarten können, schreiben wir Ihnen hier und heute auf. Sie können **neue** Ideen und Ansätze im Bildungsmarkt erwarten, die auf **strategischem Know-How** aufbauen und Langfristigkeit versprechen. Wir werden Ihnen weiterhin genau zuhören, um Ihnen nicht nur Theorien sondern Lösungen für bestehende Probleme bieten zu können.



Bildungsjahr 2011 in Zahlen

Das Budget für Bildung und Forschung ist seit Jahren eine stabile Größe, welches von Einsparungen weitgehend verschont bleibt. Die Bundesregierung erkennt damit die Notwendigkeit an, die Innovationskraft der deutschen Wirtschaft permanent zu erhalten, aber auch dem demografischen Wandel erfolgreich zu begegnen. Für viele Menschen ist leider nicht immer klar, wo BMBF-Gelder ausgegeben werden und welche Personengruppen damit erreicht werden. Das Ministerium veröffentlichte daher im Dezember 2011 recht interessante Zahlen über das Bildungs- und Forschungsjahr 2011. Neben dem Ausbau von Studien- und Kita-Plätzen erreichten die ausgereichten BAföG-Mittel einen historischen Höchststand und das Deutschlandstipendium etabliert sich zunehmend bei den Unternehmen. Die Entwicklung von Innovationen rund um das Thema „Leben im Alter“ wird in den nächsten vier Jahren zentraler Forschungsbestandteil und mit rund 415 Millionen Euro gefördert.

Alle Informationen finden Sie [hier](#).