

Das gute Image als Erfolgsbremse

Kommentar von Robert Fischer

Im letzten Bildungsblatt ging es um die Produktentwicklung und die Vorteile, wenn Sie Ihre Kunden dabei mit einbeziehen. Frühe Rückmeldungen in der Entwicklungsphase sichern ein kundengerechtes Produkt und ersparen Ihnen das Risiko eines Flops. Diesmal geht es um die anschließende weitaus größere Herausforderung: den Markteintritt für das fertige, neue Produkt. Für Bildungsunternehmen entscheidet vor allem die richtige Strategie und eine gelungene Ansprache der Zielgruppe über den Erfolg.

An guten Ideen mangelt es Ihnen nie - das wissen wir aus zahlreichen Entwicklungsworkshops in Bildungsunternehmen. Neue Bildungsprodukte für ganz neue Zielgruppen entstehen genug. Potenzial als echte Umsatzbringer haben sie meist auch. Das Problem ist häufig die erfolgreiche Markteinführung.

Was macht es Bildungsunternehmen eigentlich so schwer, **neue** Kunden und Zielgruppen zu erschließen? Durch Erfahrung aus der Arbeit mit Ihnen wissen wir: Ihr eigenes Image, Ihr guter Ruf sind das Problem!

Das klingt seltsam, aber genau hier liegt der wunde Punkt. Wenn Sie eine ganz neue Zielgruppe angehen, dann haben Sie bei dieser erst einmal gar keinen Ruf. Sie sind nur ein weiterer Anbieter am Markt. Um überhaupt bei der Zielgruppe ins Spiel zu kommen, müssen Sie ein Image vermarkten, das Sie auf Augenhöhe bei der Zielgruppe bringt. Kaufentscheidungen sind im Dienstleistungsbereich mit sehr hoher Unsicherheit verbunden – das Image eines Unternehmens liefert für potenzielle Kunden die nötige Vertrauensbasis.

Und dabei kann Ihnen Ihr Image als Dienstleister für eine andere Zielgruppe in die Quere kommen. Führungskräfte und Mitarbeiter geförderter Bildungsunternehmen nennen uns als die größten Schwierigkeiten im Unternehmenskundengeschäft fast immer die fehlende „Augenhöhe“ und den Ruf als „Bildungsanbieter für Arbeitslose“.

Dieses Image ist an sich gar nichts Negatives – im Gegenteil. Es ist Ihnen ja gelungen, bei diesen Marktteilnehmern einen guten Ruf aufzubauen. Negativ ist es vielmehr, die Ansprache beider Zielgruppen zu vermischen. Dieser Spagat muss scheitern - trotzdem wird er in der Marktkommunikation von Bildungsanbietern häufig versucht. Neue Produkte für Unternehmen gehen, klein und in einem „Winkel“ der Webseite versteckt, einfach unter neben all den Weiterbildungsangeboten für Arbeitslose, Schüler usw. So sieht sich die neue Zielgruppe nicht angemessen gewürdigt - und wird Sie umgekehrt auch nicht als relevanten Marktakteur betrachten.

Besser: Trennen Sie die Kommunikation, wenn die Bedürfnisse der alten und neuen Zielgruppe auseinanderklaffen. Ein neuer Name und eine neue Webseite verschaffen Ihnen bei der Zielgruppe die Chance auf „Augenhöhe“. Diesen Markt zu erschließen bleibt zwar auch dann noch harte Arbeit. Aber sie wird wenigstens nicht zusätzlich durch Ihr bisheriges, „anderes“ Image erschwert.

Themen:

Das gute Image als Erfolgsbremse

Zuwanderung (auch nicht aus der EU) als Chance – auch für Bildungsanbieter?

Hurra – Jetzt sind wir schon 2 Jahr!

„Zukunft durch Aufstieg“ für Frauen: Mentoring mit Seminarprogramm

Zielgruppe: Spätstarter gesucht!



Kontakt: Robert Fischer

Tel.: 030 – 26 037 438

info@strategiehorizont.de

www.strategiehorizont.de

Zuwanderung (auch nicht aus der EU) als Chance – auch für Bildungsanbieter?

Zuwanderer mit abgeschlossener Ausbildung sollen in Deutschland arbeiten dürfen, auch wenn sie nicht aus EU-Ländern stammen. Eine entsprechende [Verordnung](#) der Bundesregierung wird voraussichtlich bereits ab Juli dieses Jahres gelten.

Diese Lockerung speziell für Zuwanderer mit Ausbildungsberuf soll den ausgeprägten Fachkräftemangel in vielen Branchen bekämpfen und für „Mangelberufe“ wie Krankenpfleger, Elektriker, Heizungs- und Klimatechniker sowie Lokführer gelten. Bewerber müssen aber einen adäquaten Ausbildungsabschluss mitbringen.

Damit wird der deutsche Arbeitsmarkt nun für eine dritte Gruppe von Zuwanderern aus dem Ausland geöffnet, nach EU-Bürgern allgemein und hochqualifizierten Akademikern aus anderen Staaten. Die fortschreitende Öffnung ist für Bildungsunternehmen eine interessante Entwicklung. Schließlich ist die Zuwanderung von Arbeitnehmern immer mit Qualifikationsbedarf verbunden. Sprachkenntnisse müssen ausgebaut, bestehende Abschlüsse anerkannt und berufliche Kenntnisse erweitert und angepasst werden. Hier zeichnen sich neue Geschäftsmöglichkeiten für Sie am Horizont ab.

Zielgruppe: Spätstarter gesucht!

Eine alte Zielgruppe von Jobcentern und Arbeitsagentur rückt auf neue Weise ins Visier: Erwachsene ohne Ausbildung. Sie sollen in Zukunft verstärkt zu einem neuen Anlauf in Richtung Berufsabschluss motiviert werden. [„AusBILDUNG wird was - Spätstarter gesucht“](#) lautet der Titel einer neuen Kampagne von Bundesagentur und Bundesarbeitsministerium, die 100 000 ungelernete Erwachsene in Ausbildungen vermitteln soll. Der Grund ist klar: Ein Abschluss verbessert die Erwerbsaussichten und macht perspektivisch unabhängig von Transferleistungen.

SPD und Gewerkschaftsbund haben als Reaktion auf diesen Strategiewechsel bereits zusätzliche Mittel und Programme zur Qualifikation von Erwachsenen ohne Ausbildung gefordert. Ein Trend liegt in der Luft. Wir haben schließlich Wahljahr.

Für Bildungsunternehmer ist das interessant. Langfristige Umschulungen werden zurzeit schwer finanziert. Die Finanzierungsmöglichkeiten langfristiger Maßnahmen könnten sich mit dieser Initiative und der Ausrichtung auf diese Zielgruppe aber verbessern. Es ist bestimmt kein Fehler, bereits jetzt über Angebote nachzudenken, die den Trend aufgreifen, der sich hier am Horizont abzeichnet.

Hurra - jetzt sind wir schon 2 Jahr!

Strategiehorizont hat Geburtstag: Seit März 2011 begleiten wir die Geschäftsentwicklung von Bildungsunternehmen und Arbeitsmarktdienstleistern mit strategischer Beratung. Ein Anlass zum Feiern und für ein wenig Stolz. Vor allem aber ist das ein Grund für ein „Dankeschön“ an Sie, unsere Leser und Kunden.

Ein zweiter Anlass zum Feiern: Strategiehorizont hat neue Räumlichkeiten in Berlin bezogen. Wir freuen uns darauf, Sie als Besucher in der Rosenfelder Straße 15/16 in 10315 Berlin begrüßen zu dürfen. Damit Sie auch den Weg zu uns finden, haben wir eine [Anfahrtsskizze](#) für Sie vorbereitet.



„Strategiehorizont ist 2“ und das in doppelter Hinsicht! ☺

„Zukunft durch Aufstieg“ für Frauen: Mentoring mit Seminarprogramm

Mit einer interessanten Förderstrategie will Mecklenburg-Vorpommern Frauen den beruflichen Aufstieg erleichtern. Das Programm „Zukunft durch Aufstieg“ richtet sich speziell an weibliche Beschäftigte.

Um in der Unternehmenshierarchie voranzukommen, wird ihnen eine – männliche oder weibliche – Führungskraft zur Seite gestellt, die sie als Mentor berät, betreut und coacht. Mentor und „Mentee“ müssen aus verschiedenen Unternehmen stammen. Unterstützt werden die Mentoring-Paarungen durch Seminare und Webinare. Die Koordinierungsstelle des Projekts, das „Bildungswerk der deutschen Wirtschaft“ in Warnemünde, arbeitet dazu mit sechs regionalen Projektträgern zusammen.

Die Kombination aus Mentoring und Seminaranteilen stellt für uns eine interessante Horizonterweiterung dar und Sie können sogar noch mitmachen. Die Bewerbungsfrist als Mentor/in läuft noch bis zum 05. April 2013. Weitere Informationen finden Sie auf der Website des Projekts: zukunft-durch-aufstieg.de.