

Bildungsblatt

Wissenswertes für Bildungsunternehmen

Ausgabe 13

April 2012

Kommunizieren Sie deutlich wer Sie sind...

Kommentar von Robert Fischer

... und wer nicht! Die Zeit ist günstig. Das neue Arbeitsmarktgesetz macht bei vielen Bildungsunternehmen Anpassungen notwendig und diese Zeit sollten Sie für die eigene Reflexion nutzen. Das eigene Leitbild zu leben, setzt voraus, dass jeder Mitarbeiter die Unternehmensmission versteht. Die Mission ist die Kernbotschaft, in der Kunden und Mitarbeiter Sie sofort begreifen müssen.

Die Arbeit als geförderter Dienstleister setzt die Einhaltung von Qualitätsmanagementstrukturen und darauf aufbauend die Zertifizierung als Träger der beruflichen Bildung voraus. Sie kennen dies seit Jahren und daher sind die jetzt anstehenden Anpassungen durch das neue Gesetz für Sie wohl eher Routine als eine echte Herausforderung. Wir möchten Sie heute jedoch dazu motivieren diese Anpassungen als Reflektion der eigenen Positionierung zu nutzen und sich noch einmal intensiv mit Ihrer derzeitigen Ausgangssituation zu beschäftigen. Die Zertifizierung ist nicht nur ein „MUSS“ für die Arbeit mit der BA, sondern Orientierung für die eigene interne und externe Arbeit. Ein wichtiger Bestandteil einer Trägerzertifizierung ist stets das Leitbild, welches die Grundprinzipien und das Selbstverständnis der eigenen Organisation im Unternehmensumfeld öffentlich kommuniziert. Ein Leitbild wird entwickelt mit dem Wissen über die eigene Mission (Wir sind...) und Vision (Wir wollen sein...) und formuliert in Leitlinien den Weg zur Erreichung dieses Zielzustandes. Die Mission drückt aus: Wie wollen wir von unseren Kunden gesehen werden?

Damit sich die Kunden mit dem Unternehmen identifizieren, sollte im Rahmen der Formulierung der Mission die eigene Positionierung klar benannt werden. Kommunizieren Sie offen und ehrlich, was Sie besonders gut können, was der Kunde bei Ihnen angeboten bekommt und welcher Zielkunde Sie möglichst nutzen soll. Ich bemerke bei vielen Bildungsunternehmen, dass die Mission unkonkret formuliert wird, um keine Zielgruppe auszuschließen. Als Resultat entstehen oft genutzte Missionen, wie z.B. „Wir sind Partner der Wirtschaft“ oder „Wir sind Dienstleister im Bereich der Bildung“ oder „Wir unterstützen Sie bei der beruflichen Entwicklung“. Mit solchen Formulierungen fühlen sich weder Kunden zum Kauf motiviert, noch Mitarbeiter angesprochen. Viele Unternehmer denken bei der Formulierung der Mission nicht an die interne Orientierungsfunktion. Die Motivation der Mitarbeiter folgt der Identifikation mit dem Unternehmen. Gerade im Bildungsbereich, wo sich das Umfeld schnell verändert, müssen die Mitarbeiter immer wieder verstehen, wofür das eigene Unternehmen überhaupt steht und wofür gekämpft wird.

Beschäftigen Sie sich detailliert mit dem Thema „Mission“, denn diese bestimmt Ihre Strategie. Schauen Sie kritisch, ob die Leitsätze noch wahr, oder eher ein innerer Wunsch sind. Falls Sie Unterstützung benötigen, dann kommen Sie auf uns zu, denn die Entwicklung dieser Themen ist eine unserer Kernkompetenzen.



Kontakt: Robert Fischer

Tel.: 0176 612 40 966

info@strategiehorizont.de

www.strategiehorizont.de

Themen:

Kommunizieren Sie deutlich wer Sie sind...

BA-Prioritäten im Haushalt 2012

**STRATEGIE - Akademie
– speziell für Sie!**

FAZIT – Ein Jahr Arbeitnehmerfreizügigkeit

BA - Prioritäten im Haushalt 2012

Die Instrumente der Bundesagentur für Arbeit bestimmen die Ertragsmodelle zahlreicher Marktteilnehmer. Da die finanzielle Ausstattung dieser Instrumente Hinweise auf die Ausrichtung der Arbeitsmarktpolitik gibt, möchten wir Ihnen gern Eckpunkte des Haushaltsplans 2012 vorstellen. In dem Anfang April 2012 auf den Seiten der BA veröffentlichten Haushalt wird für das Jahr 2012 eine durchschnittliche Anzahl Arbeitsloser von 2,85 Mio. (Vorjahr 2,97 Mio.) prognostiziert. Die Einnahmenseite wird mit 37,77 Mrd. € über dem IST-Wert aus 2011 (37,56 Mrd. €) liegen. Der Anstieg soll vor allem durch steigende Beiträge zur Arbeitslosenversicherung gewährleistet werden. Auf der Ausgabenseite werden 37,22 Mrd. € (IST-Wert 2011: 37,52 Mrd. €) prognostiziert. Den Planungen zufolge beendet die Bundesagentur das Geschäftsjahr 2012 mit einem Überschuss von 550 Mio. €, der für die Darlehens tilgung des laufenden Jahres verwendet wird.

Auf der Ausgabenseite haben wir uns Finanzierungsquellen angesehen, die auch für Sie als Dienstleister am Arbeitsmarkt relevant sein könnten. Die Ausgaben im Bereich des dezentralen Eingliederungstitels (Mittel der Agenturen vor Ort) sinken in 2012 weiter auf 1,59 Mrd. €, jedoch werden Sonderprogramme fortgeführt bzw. ausgeweitet (s. Tabelle). Für Bildungsunternehmen und deren Zielgruppen interessant sind sicher die gestärkten Budgets in den Programmen IFlaS, der Qualifizierung von Beschäftigten sowie die Berufseinstiegsbegleitung Jugendlicher. Die Mittel für die Integration von Personen über das Instrument Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein werden stabil zum letzten Jahr gehalten und damit als wichtige Säule angesehen. Wie bereits durch uns im [Bildungsblatt Nr. 10 - Januar 2012](#) vorausgesagt, wird die Ausrichtung „Vermittlung vor Gründung“ im Budget für den Gründerzuschuss deutlich. Das Budget wird mit 1 Mrd. € veranschlagt, was rund 700 Mio. € weniger sind als der IST-Wert 2012.

In Mio. € [Quelle: Haushaltsplan 2012 - www.arbeitsagentur.de]	Plan 2012	IST 2011	Plan 2011
Dezentraler EGT	1.591	1.688	2.392
Innovative Ansätze	25	1	-
Qualifizierung Beschäftigter	280	209	300
IFlaS	400	244	350
Berufseinstiegsbegleitung	100	60	-
Gründerzuschuss	1.000	1.711	1.840
Vermittlungsgutscheine	64	40	60

Den kompletten Haushaltsplan finden Sie [hier](#):

STRATEGIE-Akademie – speziell für Sie

Die [STRATEGIE-Akademie](#) ist gestartet und wir danken Ihnen für Ihre Rückmeldungen, Hinweise und Ideen. Das Seminarangebot richtet sich an alle, die strategische Entscheidungen treffen oder diese für eine Entscheidung der Geschäftsleitung vorbereiten müssen und beschäftigt sich darüber hinaus insbesondere mit der Bildung als Dienstleistung. Das Seminar 1 schafft Ihnen die Basis für die Reflektion der eigenen Positionierung. Erst aus der kritischen Betrachtung der eigenen Position ist die Entwicklung einer Zukunftsstrategie erst möglich. Wir nehmen derzeit nur noch für die Juni-Seminare Teilnehmer auf, daher überlegen Sie nicht mehr lange und sagen Sie „JA“ zum Blick über den strategischen Horizont.



FAZIT: Ein Jahr Arbeitnehmerfreizügigkeit

Seit dem 1. Mai 2011 (genau seit einem Jahr) gilt die volle Arbeitnehmerfreizügigkeit für die ersten 8 osteuropäischen EU-Beitrittsländer. Nach einem Jahr wollen wir zurückschauen, wie sich dies auf den deutschen Arbeitsmarkt ausgewirkt hat. Nach Informationen der Bundesagentur für Arbeit wurden bis heute 63.000 Personen aus den neuen EU-Oststaaten in Deutschland als beschäftigt registriert. Dies liegt deutlich unter den Prognosen vom Frühjahr 2011, wo 140.000 Arbeiter jährlich erwartet wurden. Interessant bei den Zahlen ist auch, daß der Anstieg der Beschäftigung stärker ist als die Anzahl der Zuzüge nach Deutschland. Dies legt die Vermutung nahe, daß Personen bereits in Deutschland gelebt haben, aber nicht erwerbstätig gewesen sind.

Beim Blick auf die Staatenverteilung zeigt sich, daß die Mehrheit der Arbeitskräfte aus Polen (67%), Ungarn (13%) und Tschechien (7%) kommen und bei der Arbeitsaufnahme die Bundesländer Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen präferieren. Die einstellenden Unternehmen für diese Arbeitnehmergruppe gehören zum größten Teil zu den Branchen Zeitarbeit (20%), Bau (15%) und verarbeitendes Gewerbe (14%).