

BIBB-Modellversuche

Neue Wege in die duale Ausbildung –
Heterogenität als Chance für die Fachkräftesicherung

Infoblatt 03/2013

MehrWERT+
Fachkraft



Flexible Coaching- und (Fort-) Bildungsmodule für KMU zur Sicherung und zum Ausbau des Fachkräftepotenzials

Der Modellversuch MehrWERT Fachkraft bietet Ausbildungsunternehmen Unterstützungsmodule an, die an drei Herausforderungen im Ausbildungsgeschehen ansetzen:

- durch passgenaues **Matching** die oder den passenden Auszubildende/n zu gewinnen und umgekehrt die geeignete, dem persönlichen Kompetenzprofil entsprechende Ausbildungsstelle zu erhalten.
- durch **Coachingmodule** zu erfolgreicher Ausbildungsgestaltung in kritischen Phasen und im konkreten betrieblichen Handlungsumfeld beizutragen.
- mit Hilfe verschiedener **Bildungsmodule** neue Kompetenzen bei Ausbilder/innen für den Umgang mit Heterogenität in der Ausbildung zu vermitteln und Auszubildende fortzubilden.

Diese flexiblen Coaching- und (Fort-) Bildungsmodule benötigen ein professionelles Marketing, damit vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU) dieses Unterstützungsangebot wahrnehmen und als externe Ausbildungsdienstleistung buchen.

Insbesondere das Ausbilder/innencoaching (siehe Infoblatt 02/2012), der BLICKpunkt Ausbildung und das Planspiel „Unternehmerisch Denken und Handeln“ für Auszubildende treffen die Bedarfslage von KMU, die im demografischen Wandel erfolgreich ausbilden wollen. Auf unterschiedliche Weise helfen diese Instrumente den

Unternehmen, die Vielfalt junger Menschen vor und in der Ausbildung als Potenzial zu nutzen. Bei Lehrstellenbörsen, Unternehmerforen und anderen Veranstaltungen sowie durch direkte Kontaktaufnahme und intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden die Unterstützungsangebote durch den Modellversuch Mehrwert Fachkraft bekannt gemacht. Das vielfach bekundete Interesse an den Coaching- und Bildungsmodulen bestätigte den Bedarf. Doch für eine Verbreiterung und Verstetigung der Nachfrage musste mehr getan werden.

Der Austausch auf Netzwerktreffen des Modellversuchsförderschwerpunkts brachte den Konsens, dass Unternehmen nur dann bereit sind, externe Ausbildungsdienstleistungen zu buchen, wenn sie die positive Kosten-Nutzen-Relation erkennen. Werbung reicht daher nicht aus, es braucht ein Konzept und eine professionelle Strategie zur Vermarktung innovativer Ausbildungsdienstleistungen im Dialog mit den Unternehmen als potenzielle Kund/innen.

1. Marketing von Bildungsdienstleistungen
2. Marketingveranstaltungen im MV – Beispiel BLICKpunkt Ausbildung
3. Ausblick

1. Marketing von Bildungsdienstleistungen
Beim Marketing der Coaching- und Bildungsmodulen von MehrWERT Fachkraft (als Wissensdienstleistungen) wurde auf Folgendes geachtet:

Unsere Follow Ups sind:

Die Abfrage von weiteren interessanten Fragen der Ausbildung in den KMU, ein Schreiben an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach den Veranstaltungen, der Versand von Fotos und die Sicherstellung, dass alle Vereinbarungen, die MitarbeiterInnen mit TeilnehmerInnen getroffen haben, auch eingehalten werden. Ohne Follow up sind die Chancen für eine Auftragsgewinnung deutlich geringer.

„Was haben sie noch zu bieten?“ An dieser interessierten Nachfrage einer Ausbilderin bei der Ergebnispräsentation nach einer Planspiel-durchführung im Sept. 2013 wird der Erfolg der Marketingstrategie deutlich:

Das „Marketing der Beziehungen“ führte zu einem gestiegenen Interesse des Ausbildungsunternehmens an weiteren Angeboten des Modellversuchs. Dieser wird im Dialog und Austausch als Partner bei der konkreten Bewältigung spezifischer Herausforderungen der betrieblichen Ausbildung akzeptiert.

3. Ausblick

Die EJSa Rothenburg wird die im Modellversuch entwickelten Bildungsdienstleistungen für auszubildende KMU zur Nutzung der vielfältigen Potenziale junger Menschen in der Ausbildung und im Übergang auch in Zukunft anbieten und in der Region für einen neuen Umgang mit Diversity Ausbildungsfragen zur Verfügung stehen.

Impressum

Modellversuchstitel

MehrWERT Fachkraft – flexible Coaching- und (Fort-) Bildungsmodule für KMU zur Sicherung und zum Ausbau des Fachkräftepotenzials

Förderkennzeichen

21BBNJ10

Modellversuchsträger

EJSa Rothenburg gGmbH
Kirchplatz 13
91541 Rothenburg o. d. T.
Geschäftsführer: Thomas Raithel
Projektleitung: Lissi Emmert
0981/9720-386
lissi.emmert@ejsa-rot.de



Wissenschaftliche Begleitung

SALSS – Sozialwissenschaftliche
Forschungsgruppe GmbH, Bonn/Berlin

ISOB – Institut für sozialwissenschaftliche
Beratung GmbH, Regensburg

Institut für Berufs- und Betriebspädagogik der
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Programmleitung und fachwissenschaftliche Koordination

Gisela Westhoff, Marion Trimkowski
Bundesinstitut für Berufsbildung

Haushalt und Administration

Karl-Friedrich Thüren, Manfred Sczislo
Bundesinstitut für Berufsbildung

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Herausgeber

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
53142 Bonn

www.bibb.de/heterogenitaet

- Marketing beginnt mit der Entwicklung der an konkrete Bedarfe angepassten/anpassbaren Dienstleistungen für auszubildende KMU, die zu besseren Lösungen für konkrete Ausbildungsprobleme führen. Darin besteht die „Flexibilität“ des Angebots von Bildungsdienstleistungen.
- Das Marketing kann demzufolge nicht von den Personen getrennt werden, die den konkreten Dialog mit den Unternehmen führen. „Das Marketing der Beziehungen“ ist ein wesentlicher Kernpunkt.

Ein erfolgreicher Vertriebsweg für die Coaching und Bildungsmodule ist daher das Networking mit persönlichen Kontakten in Arbeitskreisen Schule-Wirtschaft, bei Unternehmensnetzwerken, kommunalen Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung und vergleichbaren Gelegenheiten.

Die Coaching- und Bildungsmodule werden hier zunächst sehr zurückhaltend beworben. Vielmehr steht das Hören auf aktuelle Problemlagen der KMU bei der Akquise von Auszubildenden und im Ausbildungsalltag im Mittelpunkt der Gespräche. Dabei kann der MV dann z.B. ein Ausbildercoaching anbieten oder zum Planspiel für Auszubildende einladen und diese als passgenaue Antworten auf die geschilderten aktuellen Herausforderungen in KMU darstellen.

An die hier entstandenen Kontakte wird dann bei der Werbung für einzelne Angebote angeknüpft. Neben den allgemeinen Rundmails und schriftlichen Einladungen mit denen zu Veranstaltungen und Seminaren eingeladen wird, erfolgt noch eine persönliche Kontaktaufnahme. Mit einer beigefügten Postkarte oder einer ergänzenden E-Mail knüpfen wir an den letzten persönlichen Kontakt und die dabei von KMU geschilderten und von uns wahrgenommenen Herausforderungen des Unternehmens an. Dabei stellen wir kurz und speziell für das Unternehmen zugespitzt den Nutzen des Angebots dar.

Bei einem Arbeitskreis Schule-Wirtschaft hatte z.B. eine Personalverantwortliche über die fehlende Lernmotivation einzelner Azubis geklagt. Es zeigte sich in einem folgenden ausführlichen Gespräch, dass die Auszubildenden offensichtlich den Stellenwert guter Fachkenntnisse für ihre Mitarbeit im Unternehmen zuwenig erkannten. Hier konnte dann das Planspiel „Unternehmerisch Denken und Handeln lernen“ für Auszubildende als passgenaues Angebot dargestellt werden.

Die dann folgende Teilnahme der beiden Azubis am Planspiel bestätigte, dass für Bildungsdienstleistungen das Networking der erfolgreichste Vertriebsweg ist.

2. Marketing im Modellversuch – Beispiel BLICKpunkt Ausbildung

Umgesetzt wird die Strategie zudem in neuen Veranstaltungsformaten.

Seit November 2012 wird in zweimonatigem Abstand den Unternehmen ein **BLICKpunkt Ausbildung** angeboten. Er bietet Impulse in dreierlei Hinsicht:

EinBLICK in innovative und erfolgreiche Ausbildungsstrategien einzelner Betriebe oder Innungen, **WeitBLICK** zu einem ausgewählten Thema, z. B. der erfolgreichen Gestaltung von Praktika (siehe Foto) und Zeit für den **AugenBLICK**. Bei einem guten Essen in angenehmer Atmosphäre



Der **BLICKpunkt Ausbildung** bietet neue **EinBLICke**

wird die Gelegenheit geboten, mit anderen auszubildenden Fachkräften und dem Modellversuchsteam zu den aktuellen Fragen ins Gespräch zu kommen.

Als sinnvolle Ergänzung zu den **BLICKpunkten Ausbildung** erwies sich das im Netzwerk Jugend und Ausbildung initiierte und vom Modellversuchsteam federführend verantwortete **Ausbilderforum**.

In Kooperation mit Wirtschaftsförderung, Kammern, Berufsschulen, weiteren Bildungsträgern, Jobcentern, Arbeitsagentur und anderen Netzwerkpartner/innen findet einmal pro Jahr das Ausbilderforum statt. Landkreisweit werden alle Unternehmen eingeladen. Das Ausbildungsforum beginnt mit einer Plenumsphase, z.B. einer Podiumsdiskussion zum Schwerpunktthema. Danach finden parallel Vorträge und Workshops statt, die Einzelaspekte beleuchten. Dabei können sich auch die anwesenden Ausbilder/innen beteiligen, wie dies beim **BLICKpunkt Ausbildung** möglich ist. Zusätzlich ermöglicht das Forum, die Verzahnung von Unterstützungsangeboten deutlich zu machen durch die Zusammenarbeit unterschiedlicher Anbieter/Institutionen, z.B. von Ausbildungscoaching und abH.

Beide Veranstaltungsformate bieten dem Modellversuch die Möglichkeit, die konkreten Herausforderungen für Ausbildung und Fachkräftesicherung von einzelnen Unternehmen und Verbänden kennenzulernen. Hieraus kommen wesentliche Impulse für die (Weiter)Entwicklung der Coaching- und Bildungsmodule.

Im Besonderen bieten die Veranstaltungsformate die Möglichkeit, die Fachkompetenz des Modellversuchs in der Bearbeitung des jeweiligen Themas unter Beweis zu stellen. Dabei können die Alleinstellungsmerkmale und besonderen Vorteile der Coaching- und Bildungsmodule aufgezeigt werden. U.a. liegen sie in der besonderen Kenntnis der regionalen Erfordernisse, den besonderen Kompetenzen im Umgang mit



Erfolgreiche Praxis ist beim **Ausbilderforum** gefragt

Jugendlichen und in der Flexibilität und Innovationskraft der Coaching- und Bildungsmodule. So gibt es z.B. das Planspiel zu Unternehmerischem Mitdenken und Handeln für Auszubildende in der Region nur vom MV MehrWERT Fachkraft.

Entscheidender Erfolgsfaktor ist auch hier der Perspektivenwechsel durch die Marketingstrategie:

Bei Veranstaltungen stehen die Fragen und Herausforderungen der KMU zu Ausbildung und Fachkräftesicherung im Vordergrund. Erst dann kann ein konkretes Angebot aussichtsreich unterbreitet werden. Darin besteht die Angebotsflexibilität eines Bildungsdienstleisters, der auf die konkreten Bedarfe eines einzelnen Ausbildungsunternehmens zugeschnittene Unterstützungsangebote bietet. Denn KMU müssen den Bildungsdienstleister als Entwicklungspartner erleben.

Ein wirksames Follow Up entscheidet über den nachhaltigen Erfolg einer Veranstaltung. Schon im Design sollte vorgesehen sein, dass es einen Grund für ein persönliches Gespräch nach der Veranstaltung geben soll. Wir schaffen damit einen selbstverständlichen Anlass für weitere und regelmäßige Kontaktaufnahmen mit den Teilnehmer/innen. Diese weiteren Kontakte und Informationen müssen von deren Seite aus erwünscht sein.