

Workshop für JOBSTARTER – Projekte

„Betriebe in der Krise unterstützen – Strategien und Argumente“ am 16. September 2009 in Frankfurt am Main

veranstaltet vom JOBSTARTER-Regionalbüro Süd im Rahmen des Programms „JOBSTARTER – Für die Zukunft ausbilden“, gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und der Europäischen Union – Europäischer Sozialfonds.



Die Situation auf dem Arbeitsmarkt ist weiterhin angespannt. Die Bereitschaft der Unternehmen, Ausbildungsplätze anzubieten, ist aufgrund der konjunkturell schwierigen Lage in den vergangenen

Monaten weiter gesunken. Mit dem Workshop griff das JOBSTARTER-Regionalbüro Süd das Anliegen der Projekte in den Regionen Baden-Württemberg, Bayern und Hessen auf, sich über Strategien zur Gewinnung von Betrieben auch in der derzeit schwierigen Wirtschaftssituation auszutauschen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten die Gelegenheit Argumentationsstrategien und geeignete Marketingaktionen zu entwickeln, um Unternehmen auch in der jetzigen Situation davon zu überzeugen, dass Ausbildung eine Investition in die Zukunft ist.

Programm	
10:00	Begrüßung und Tagesordnung JOBSTARTER-Regionalbüro Süd
10:15	Erfahrungsaustausch: Auswirkungen der wirtschaftlichen Lage auf die Projektarbeit
11:00	„Ausbildung in der Krise – Fakten und Prognosen“ JOBSTARTER-Regionalbüro Süd
11:30	Kaffeepause
11:45	Arbeit in Arbeitsgruppen: Argumente für Ausbildung auch in konjunkturell schwierigen Zeiten
13:00	Mittagsimbiss
14:00	Arbeit in Arbeitsgruppen: Erfolgreiche Marketinginstrumente und Aktionen für Ausbildung trotz Wirtschaftskrise
15:15	Kaffeepause
15:30	Ergebnispräsentation aus den Arbeitsgruppen Moderation: JOBSTARTER-Regionalbüro Süd
16:30	Ende der Veranstaltung

Ausbildung in der Krise – Fakten und Prognosen

Sabine Fischer, JOBSTARTER-Regionalbüro Süd



Wie ist die derzeitige Lage auf dem Ausbildungsmarkt? Wie wirkt sich die Wirtschaftskrise auf die Ausbildungsbereitschaft der Betriebe aus? Welche Gründe gibt es für Betriebe, die Zahl der Ausbildungsplätze zu erhöhen? Diese und andere Fragen sowie ein Blick in die Zukunft waren Schwerpunkte des Vortrags.

Vortrag

Erfahrungsaustausch



Die am häufigsten genannten Gründe für geringe oder fehlende Ausbildungsbereitschaft

- Keine geeigneten Bewerber
- Zu wenig Bewerber → keine echte Auswahl möglich
- Schlechte Auftragslage
- Unsicherheit und Zukunftsangst
- Verschieben von relevanten Entscheidungen
- Hemmnis durch die Wiedereinführung der AEVO
- Wirtschaftskrise als Argument gegen Ausbildung nur vorgeschoben
- Betriebseigentümer, die aus Altersgründen bald aufhören, wollen keine neuen Auszubildenden mehr einstellen → Verantwortung

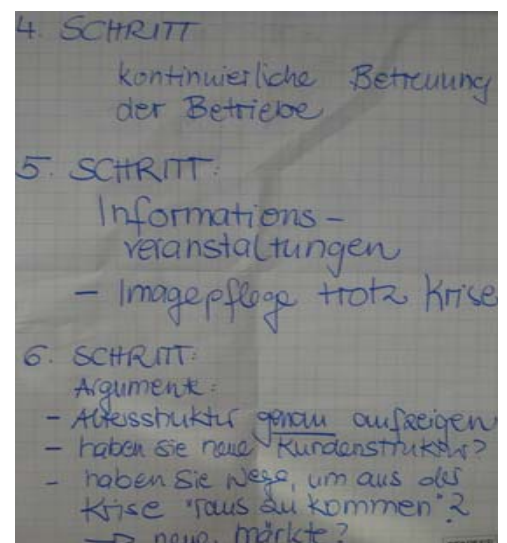
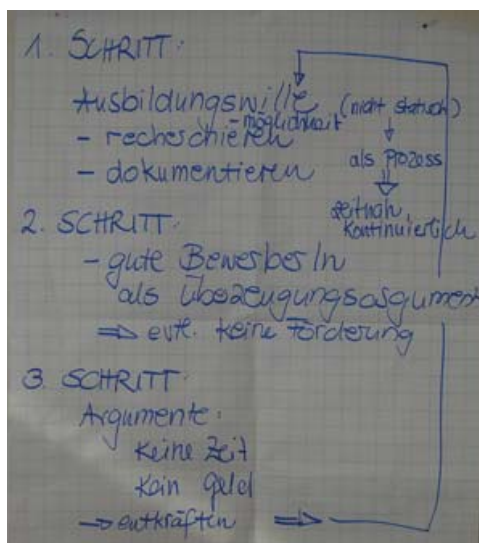
Bei dem Umgang mit der Krise, lassen sich in Abhängigkeit von der Betriebsgröße und den Branchen Unterschiede feststellen. Es gibt auch positive Entwicklungen an denen die Projektarbeit ansetzen kann.

- Neue Märkte werden erschlossen
- Neue Branchen entstehen
- Kleinere regionale Betriebe sind besser verwurzelt
- Spezialisten boomen
- Die Produkte von übermorgen boomen → Entwicklungsabteilungen
- Veränderte Ausbildungsverläufe → zusätzliche Qualifizierungen

Die Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen

In zwei moderierten Arbeitsgruppen standen folgende Fragestellungen im Mittelpunkt:

Welches sind die Schritte bei der Akquisetätigkeit?



Welche Argumente von Betrieben gibt es gegen eine Ausbildung in der derzeitigen Lage?

CONTRA

- Keine Zeit in der Krise
- Kapazitäten nicht da
- Keine Mittel dazu
- Unsichere zukünftige Entwicklung
- Zusätzliche Belastung
- Schlecht qualifizierte Schüler
- viele Jugendliche sind nicht ausbildungswillig, das kostet zu viel Nerven + Behaltensaufwand
- Zu wenig qualifizierte Bewerbungen
- AL ↑ mehr pflegende Angehörige
- Auszubildende sind kaum im Betrieb
- Zusätzlich Kosten ↑
- unsichere Zukunft - fehlende Aufträge
- Schlechte Erfahrungen mit Azubis
- Kosten für Ausbildung
- Jugendlichen (schlechte Qualifikation, fehlende Motivation, geringes Wissen über den Ausbildungsprozess...)
- keine passenden Bewerber
- In der Krise schlechte Zukunftsprognose / Betriebsinhalte → keine Nachfrage
- keine Aufträge ⇒ lernt nichts
- zu klein
- Wenn die Krise auf keine Betriebsdurchlässigkeit, weiß auch ein Azubi nichts. Auszubildende sollte vom Betrieb wissen, was die Personalstelle macht
- Mitarbeiter halten
- Arbeitskräfte haben und wichtiger ist geht vor Ausbildung
- Unsicherheit ob A-Dauer UN besteht
- Azubi nerven
- Auszubildende sind

Welche Argumente zur Gewinnung von Betrieben gibt es?

Pro Argumente pro/contra Ausbildung

- Langfristiger Danken
- Ausbildung nicht nur Azubi
- Weniger, spezialisiertere Mitarbeiter für morgen
- gute Hilfskräfte zu Fachkräften ausbilden in der Krise hat man die Zeit
- Zeit in der Krise nutzen, um Fachpersonal aufzubauen, das man beim Aufschwung braucht
- Attraktivität, Ansehen der Betriebs
- Neues, aktuelles Wissen durch Auszubildende
- Sicherung der Fachkraftquote
- zukünftige Fachkräfte ⇒ Versorgung
- Fachkräftebedarf nach der Wirtschaftskrise
- Azubi zahlt sich nach ca. 1 1/2 J. aus
- Azubi günstiger als externe Fachkraft anwerben
- Passgenaue Bewerber für den Betrieb
- Fachkräftemangel ⇒ Ausbilder für morgen
- aktuelle bestehende Fördermöglichkeiten
- Passgenaue Ausbildung Fachkräfte für den Betrieb
- Neue Ideen
- Nachwuchssicherung
- Gesellschaftlicher Vorteil
- Professionsbindung des Betriebs
- Günstige Arbeitskräfte
- Ausbildungsleistung als Türöffner beim Kunden
- Firmenbindung

Welche Strategien und Instrumente gibt es, um die Betriebe trotz wirtschaftlich schwieriger Situation für Ausbildung zu gewinnen?



- Bindung an ein den Betrieb
- "Rüsten für den Aufschwung"
- ↳ Fachkräfte für die Zukunft
- Neue Berufsbilder "anbieten" → neue Märkte
- Betriebe "loben" → emotional
- "Betriebe werben Betriebe" ↳ warum habe ich ausgebildet?
- Workshops für Ausbilder ↳ Experten HS
- Ausbilderkreise besuchen
- Verbände nutzen

- Aktionen** (tagesabhängig)
- * Zusammenarbeit mit Zeitung
 - ↳ Unternehmerzitate "Warum bilde ich aus?"
 - * Unternehmer + Eltern mit Migrationshintergrund zusammen bringen
 - ⇒ Gute Unternehmer zu Wort kommen lassen
 - * Azubis in Zeitung über erfolgreiche Ausbildung

Fazit

Die Akquisearbeit in Zeiten der Wirtschaftskrise ist keine andere als die bisherige!

Es bedarf keiner neuen Strategien, Instrumente und Materialien.

Es gibt kein Patentrezept für die erfolgreiche Akquise in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Wichtig ist ein differenziertes Vorgehen, um die individuellen Problemlagen der Betriebe herauszufinden.

Dies ist die Grundlage, um auf die spezifischen Bedarfe der Betriebe und die regionalen Besonderheiten eingehen zu können und Betriebe bei ihrer Entscheidungsfindung zu unterstützen.

Bildergalerie



JOBSTARTER Regionalbüro Süd