

Deutscher Weiterbildungstag, 22.09.2020

Wie lässt sich die Zusammenarbeit von Wirtschaft / regionalen KMU / Hochschule und Weiterbildungsinstituten nachhaltig gestalten?

Wichtige Erkenntnisse sind:

- es braucht eine Person, die die Initiative ergreift und bspw. alle Weiterbildungsträger zum Austausch versammelt.
- Zusammenarbeit / Austausch im ländlichen Raum ist scheinbar einfacher als im städtischen, da die Konkurrenz nicht so groß ist; Behörden sind unflexibler als Wirtschaft
- Betriebe haben oft eigene Technik, Weiterbildungskonzepte oder Weiterbildner und sind nicht auf regionale Weiterbildungsinstitutionen angewiesen
- um Fuß zu fassen, ist der Kontakt zu (Handels-)Kammern, Wirtschaftsverbänden, Jobcenter, Bundesagentur für Arbeit ausschlaggebend
- Ist der Kontakt hergestellt, muss ein regelmäßiger Austausch über Angebote und Bedarfe erfolgen.
- Aufbau einer Vertrauensbasis erfordert meist jahrelanges Dranbleiben, Kommunikation auf Augenhöhe
- Alle regionalen Veranstaltungen, die thematisch passen, nutzen, um Kontakte zu knüpfen
- Fördertöpfen nutzen
- Gutes Marketing und eine strategische Zielsetzung sind notwendig
 - o teilweise schwierig, da man sich auf Kunden schlecht einstellen kann
 - o Anforderungen am Markt ändern sich sehr schnell
- Vertrieb der Weiterbildungsinstitute ist ausbaufähig; meist ist hierfür eine Person aus dem Unternehmen zuständig, welches gar nicht das Handwerkszeug dafür hat, entweder Personal professionalisieren oder externe Akquisiteure zu Rate ziehen
- Verbände müssen sich besser positionieren
 - o → aktuell: Weiterbildungsinstitute gehen einzeln auf Kammern zu
 - o → Besser: Bündelung der Themen und dann über Verbände auf Kammern zu gehen
- Mut für mehr Offenheit
- Unterschiedliche Zielgruppen im Auge haben, unterschiedliche Ansprache
- Ergebnisoffen in Gespräche gehen
- Problem der Volkshochschulen / Fachhochschulen: alter angestaubter Ruf haftet immer noch