

Bildungswirtschaft – quo vadis?

Zukünftige Herausforderungen für Bildungsdienstleister
oder
die Untiefen des Monopsons

Achim Albrecht

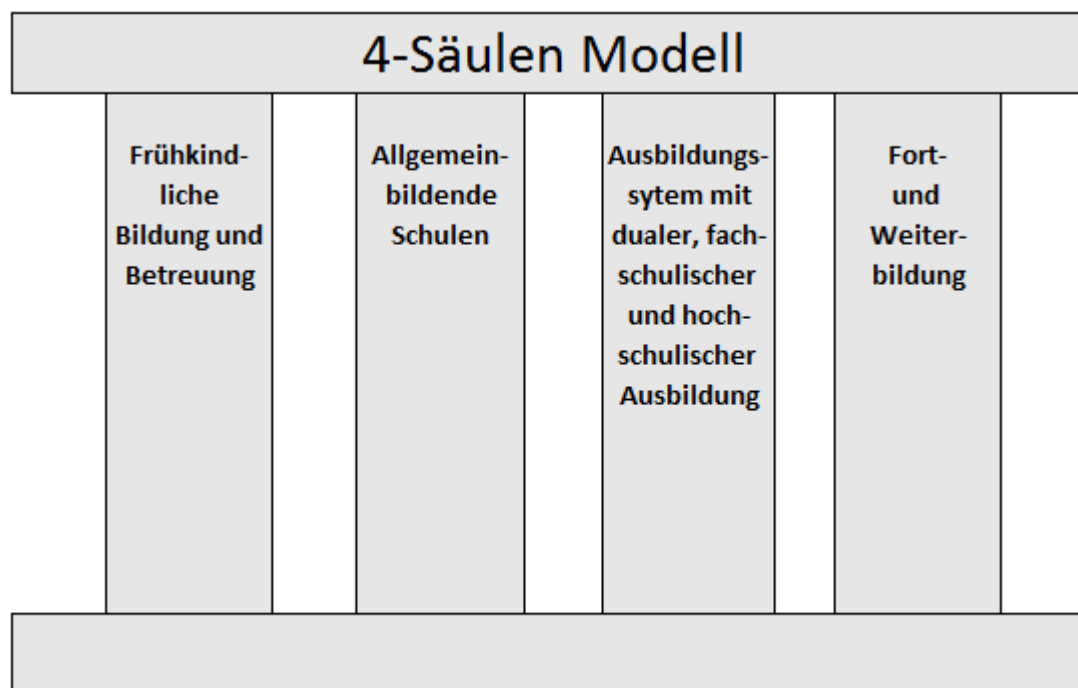
Vorstand Stiftung Grone-Schule

Bildungskonferenz 2014

„Gute Aussichten: Bildung im Fokus, Wirtschaft im Aufwind.“

17./18. November 2014, Estrel Hotel Berlin

Zur Einordnung der Weiterbildung



Die schlechteste Marktform für Anbieter – das Monopson

Markt- und Preistheorie: Marktformen – Vom Polypol, Oligopol und Monopol

Nachfrager ↓	Anbieter		
	viele kleine	wenige mittlere	ein großer
viele kleine	Polypol (vollständige Konkurrenz) <i>Bäckereien oder Gaststätten in Großstädten; großer Wochenmarkt</i>	Oligopol (Angebotsoligopol) <i>Banken, Versicherungen, Pkw-Hersteller, Chemie, Mineralölindustrie, Tabakindustrie</i>	Monopol (Angebotsmonopol) <i>(regionale) Energieversorgung; Bahn; Müllabfuhr</i>
wenige mittlere	Oligopson (Nachfrageoligopol) <i>Molkereigenossenschaft</i>	bilaterales Oligopol (zweiseitiges Oligopol) <i>Spezialmaschinen; Fluglinien und Flugzeughersteller</i>	beschränktes Angebotsmonopol <i>Hersteller eines Spezialmittels und Chemieunternehmen; Erfinder und Lizenznehmer</i>
ein großer	Monopson (Nachfragemonopol) <i>Bundesagentur für Arbeit und Weiterbildungsunternehmen; große Discounter und Lieferanten</i>	beschränktes Nachfragemonopol <i>Rüstungsindustrie; Staat und Straßenbauindustrie</i>	bilaterales Monopol (zweiseitiges Monopol) <i>Staat und ein Hersteller eines Waffensystems</i>

Anmerkung: Die Bezeichnung „viele kleine“, „wenige mittlere“ oder „ein großer“ bezieht sich nicht auf die tatsächliche Anzahl an Unternehmen in dem jeweiligen Marktsegment, sondern ausschließlich auf die Marktstärke des oder der Unternehmen.

Folgen eines nicht-regulierten Nachfragemonopols

- Preisdiktat des nachfragenden Monopolisten
- Ruinöse Konkurrenz
- Preisdumping
- Qualitätsdumping
- Lohndumping

Marktdeterminanten

Demographische Trends

- Demographie und damit einhergehender Rückgang von Arbeitskräftepotenzial
- Fachkräftemangel in unterschiedlichen Sektoren in bestimmten Regionen – mit zunehmender Tendenz

Geschäftspartner

- Umstrukturierungen bei öffentlichen Auftraggebern (BFD, Justiz)
- Zurückhaltung bei Unternehmern beim Thema Weiterbildung

Technologische Trends

- Online-Learning Systeme
- Web 2.0 /Social Media
- Neue Lernformen

Konkurrenzsituation

- Stark steigender Wettbewerbsdruck
- Regionale Anbieter werden stärker
- Verlagerung auf Ausschreibungsgeschäft, Reha & Gesundheit
- Zusammenschlüsse von Anbietern (Bietergemeinschaften)

Markt-/ Wettbewerbsdynamik

Interne Situation

- Kleinere Gruppengrößen
- Verschiebung oder Absage von Maßnahmen
- Margenprobleme
- Stärkere vertriebliche Aktivitäten nötig
- Personalgewinnung immer schwieriger

Wirtschaftliche Trends

- Trotz Seitwärtstendenz stabile Entwicklung der Konjunktur
- Flexiblere Strukturen in den Unternehmen werden kritischer (Zeitarbeit)
- Stagnierende Arbeitslosenquote

Kunden/Teilnehmer

- Rückgang des Potenzials an Arbeitslosen
- Änderung der Profillagen
- Vermittlung als Maxime

Politische Trends

- Verschiebungen im Haushalt im SGB II
- SGB III ausreichend ausgestattet
- Fachkräftemangel
- Umsetzung der Instrumentenreform
- Durchlässigkeit der Systeme
- Übergang Schule / Beruf

Im Fokus stehende Kundensegmente

QUELLEN ZUR AKTIVIERUNG EINES ZUSÄTZLICHEN ARBEITSKRÄFTEPOTENTIALS Ansatzpunkte mit Relevanz für Bildungsdienstleister

Ältere Menschen

- Altersgerechte Bildungsangebote
- Ausbau Dienstleistungen zum Gesundheitsmanagement

Frauen

- Ausbau Betreuungsstruktur für Kleinkinder
- Bildung lokaler Familienzentren sowie Ausbau familienunterstützender Dienstleistungen

Migranten

- Qualitätserhöhung bestehender Migrations-/u. Integrationsangebote
- Integrationsangebote für qualifizierte Neu-Zuwanderer ("Willkommenskultur")

Benachteiligte Jugendliche

- Verbesserungsmanagement zwischen Schule und Beruf
- Ausbau von Sprachförderangeboten

Arbeitslose

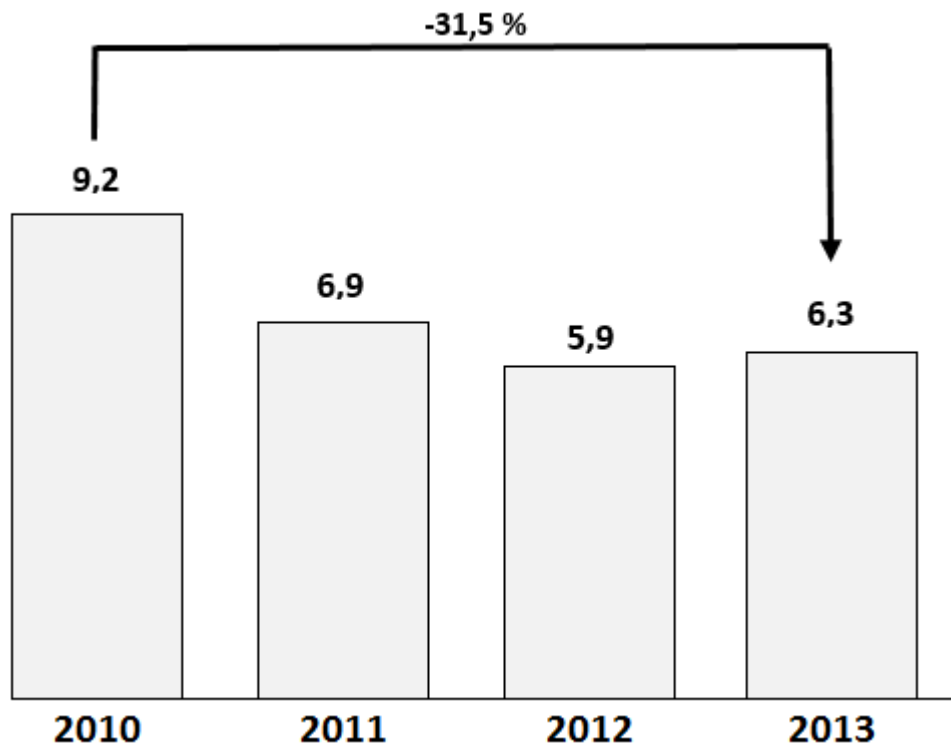
- Angebote zur Erhöhung der Lernmotivation

Behinderte

- Fachpraktikausbildung
- Kooperation mit Betrieben

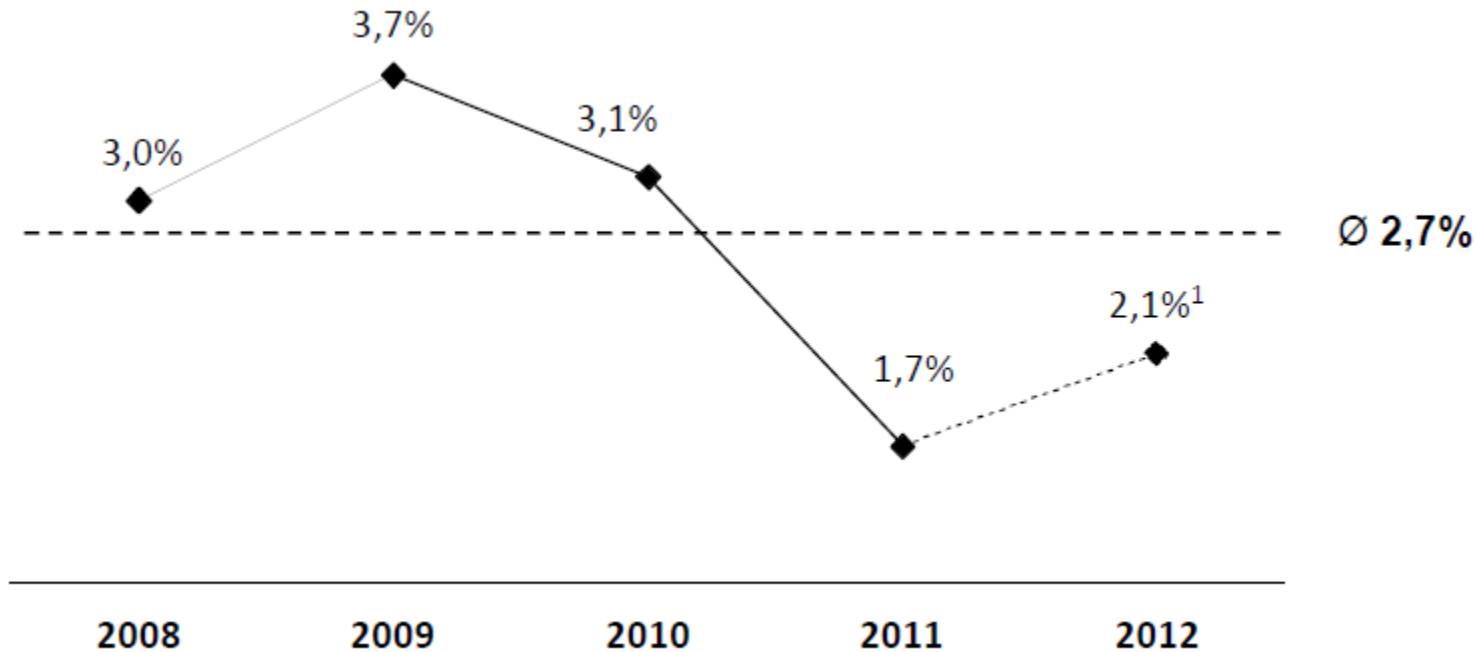
SGB III/III-Haushalt ohne REHA

in Mrd. EUR



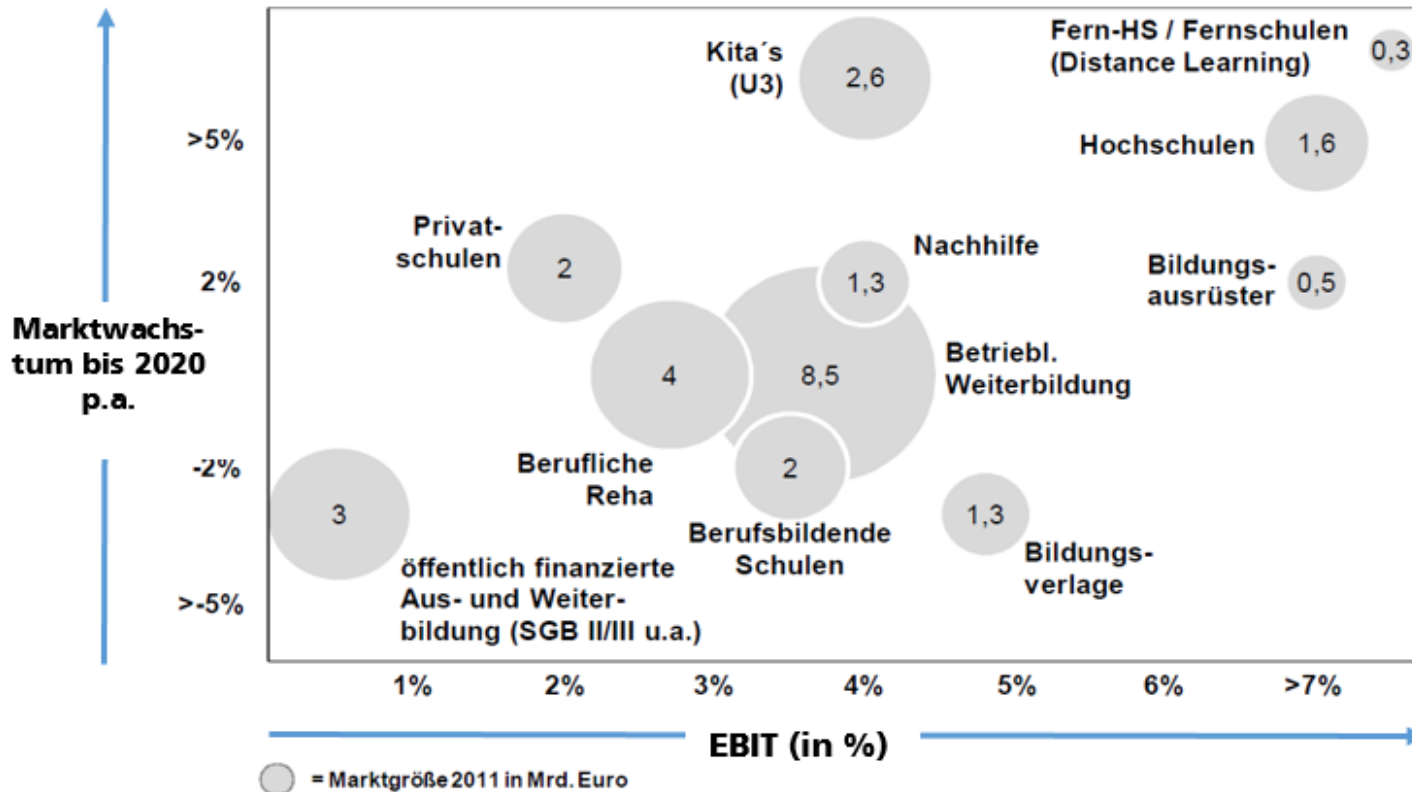
Rendite in Unternehmen der Aus- und Weiterbildung

Basis: Finanzanalyse von 17 Unternehmen

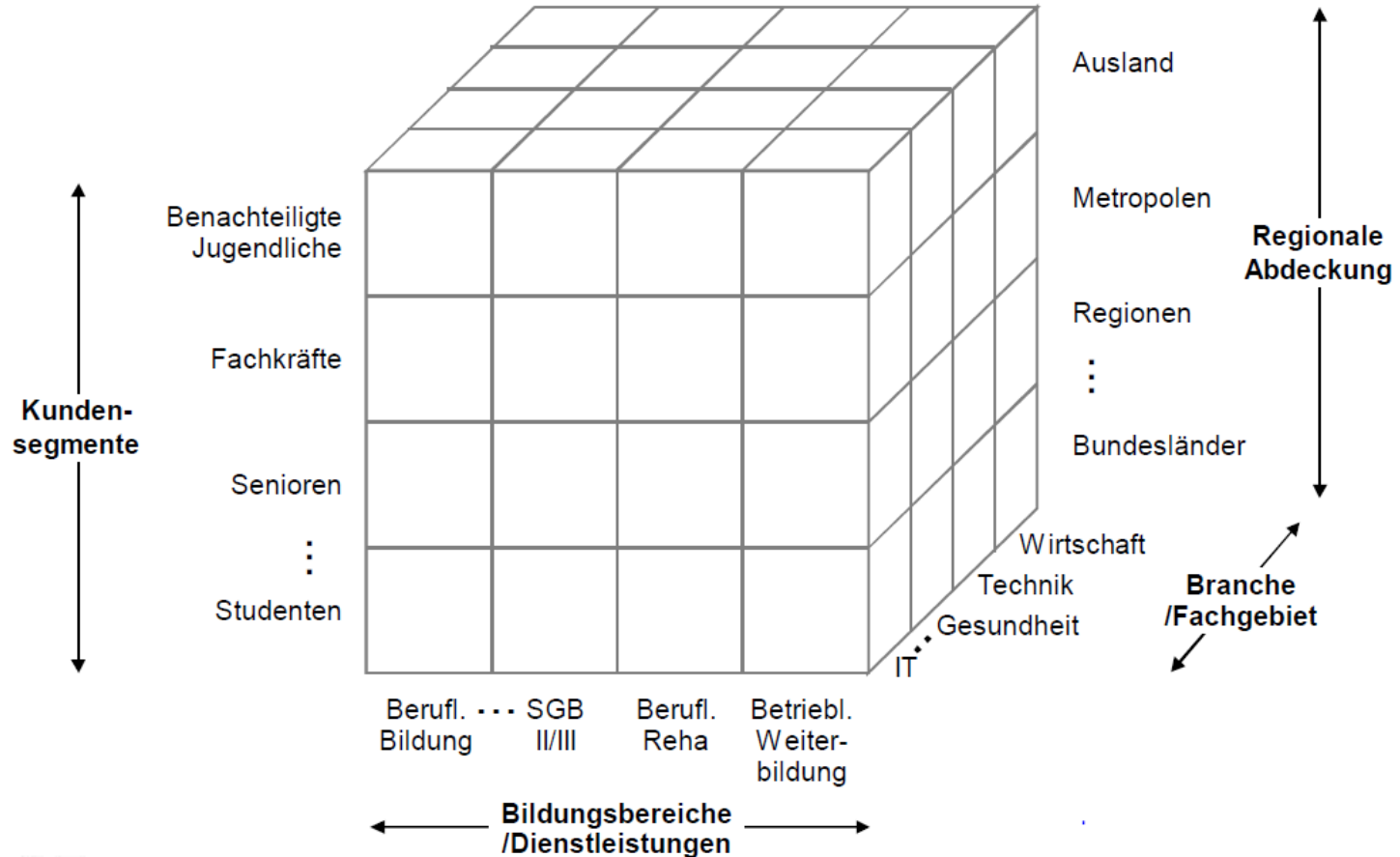


Marktattraktivität ausgewählter Bildungssegmente

Im Hinblick auf Wachstumspotential und Rendite



Strategische Dimension der Ausrichtung von Weiterbildungsdienstleistern



Strategische Herausforderung für Bildungsdienstleister

