

Weiterentwicklung des Themennetzes KMU

Stand

Die Auftaktveranstaltung des Themennetzes „Einbindung von und Zusammenarbeit mit kleineren und mittleren Unternehmen in Lernenden Regionen“ fand am 10./11.03.2005 in Balingen (Lernende Region Zollernalb) statt. In den vier Arbeitskreisen wurden folgende Arbeitsschritte verabredet (siehe auch Dokumentation unter http://www.lernende-regionen.info/dlr/5_37_166_175.php):

- Regionale Impulse zur Personalentwicklung in KMU: a) Entwicklung eines Wettbewerbkonzeptes (im Rahmen der Programmentwicklung verschoben), b) Ideensammlung für Zugänge zu KMU, c) Profilierung bei Übergang Schule/Wirtschaft: Senkung von Abbruchquoten - Herr Bubach-Bernhardt (Neumünster), Frau Hochschild (Hersfeld) und Frau Neumann (Köln) - keine weitere Aktivität),
- Geschäftsmodelle & Angebotspolitik: Strukturierung des Themas,
- Ansprache & Bedarfsermittlung: Strukturierung und Anregungen - wie Toolbox zur Bedarfserhebung (siehe Angebote von Leneos) und Aufbereitung der Erfahrungen,
- Gemeinsame Angebote & Qualitätsstandards: a) Transfer von Produkten und Experten über Extranet - Frau False (Ilmenau), Herr Roloff (Initiator, Elbe-Elster), Herr Bubach-Burkhardt (Neumünster) - keine weitere Aktivität, Produktbörse soll auch in die Programmentwicklung aufgenommen werden, b) Festlegen qualitätsrelevanter Faktoren - Frau Klingebiel (Koordination, Rheingau-Taunus), Frau Mohr (Nürnberg), Frau Oesten (VIEL) - erste Ergebnisse liegen vor.

Ziele für die weitere Zusammenarbeit

In der weiteren Zusammenarbeit sollten Ziele verfolgt werden, die sowohl dazu dienen, programmübergreifend Ansätze und Erfolge der Lernenden Regionen herauszuarbeiten, wie auch die Lernenden Regionen in ihrer Projektarbeit zu unterstützen. Aus diesen Gründen wird vorgeschlagen, das Themenfeld „Vertrieboptimierung“ zunächst in den Mittelpunkt der unmittelbar folgenden Arbeit zu stellen. Aspekte dieses Themenfeld sind: Akquise von KMU, Erarbeitung von Produktklassen, Synergiepotentiale durch die Zusammenarbeit von LR (Austausch von Produkte und Experten), Verbraucheraufklärung/Produktverbesserung durch Qualitätsmerkmale (Gütesiegel/ Leitfäden) sowie Herausarbeiten der Vorteile der LR in der flexiblen Spezialisierung (zugleich Handlungsempfehlung für andere). Die Zusammenarbeit könnte dabei das Denkbild „Werbering“ verfolgen - da bei der Zielgruppe KMU durchgängig auch das Ziel verfolgt wird Einnahmen für die LR zu generieren. Hierfür wären die ersten Schritte:

Ziele:

1. Bildung von Entwicklungs- und Vertriebspartnerschaften
 - Extranetplattform (Austausch zu Experten und Produkten)
 - Leitfaden für die Lernenden Regionen und andere Bildungsnetzwerke (außerhalb des Programms) zur Erstellung von Angeboten für KMU
 - gemeinsame Werbebroschüre: die Broschüre enthält die Produkte geordnet nach Produktklassen und regionalen Einzugsgebieten sowie Ansprechpartner in den Regionen
2. Marketing für Idee und Praxis des lebenslangen Lernens in KMU

Aktivitäten zu 2. sind derzeit zurück zu stellen, da die Entscheidungen des BMBF über die Programmentwicklung abzuwarten sind.

Weiteres Vorgehen

a) Eintägiger Arbeitsworkshop im Zeitraum 5./6.12.05 in Heilbronn:

- Teilnehmerkreis: Mitglieder der in Balingen gebildeten Arbeitsgruppen
- Beteiligung von Experten (Werbung, „Personalentwicklung-Ring“)
- Verabredung der Ziele und des weiteren Vorgehens für das Themennetz bezüglich der Erstellung einer Broschüre und der Bildung von Vertriebspartnerschaften
- Erarbeitung von Produktklassen (z.B. PE, E-Learning, Führungskräftequalifizierung, Beratung etc.) zur Strukturierung des übergreifenden Vertriebs
- Festlegung von sinnvollen Einzugs bzw. Vertriebsgebieten: regional, überregional, bundesweit
- Erfahrungsaustausch
- Vorbereitung der folgenden Veranstaltungen

b) Broschüre

- Beauftragung einer Agentur zur Erstellung der Werbebroschüre
- Benennung eines 3-5köpfigen Redaktionsteams, das sich zu Redaktionssitzungen trifft und in Zusammenarbeit mit der Agentur die Broschüre erstellt
- Integration der bereits vorliegenden Vorarbeiten der Arbeitsgruppe „Qualitätsmerkmale“
- Öffentlichkeitswirksame Vorstellung der Werbebroschüre unter Beteiligung des BMBF in einer geeigneten Region im Frühjahr 2006

c) Vertriebspartnerschaften

- Die Bildung von Vertriebspartnerschaften ist durch die Lernenden Regionen zu prüfen und zu vereinbaren; evtl. Unterstützung durch PT
- Strukturierung und Betrieb eines Extranets

d) Verpflichtung eines Berichterstatters zur Erstellung des Leitfadens

e) Weitere Workshops Februar 2006, Mai 2006

- Februar 2006: TN-Kreis wie November 2005; Ziel: Redaktion der Broschüre und des Leitfadens
- Mai 2006: TN-Kreis wie Balingen; Ziel: Vorstellung der Endentwürfe für Broschüre und Leitfaden, Einbau letzter Rückmeldungen aus den Lernenden Regionen

Unmittelbare Schritte

- Benennung von Experten zur Teilnahme am Novemberworkshop
- Einladung
- Erstellung einer Leistungsbeschreibung für eine Agentur
- Vorauswertung der Produkterhebung der Wiss. Begleit. nach Produkten für KMU