

Inhalt

1	Zielsetzung: Lernen Sie unternehmerisch Denken und Handeln	1
1.1	Von der Idee der Selbständigkeit	2
1.2	Brennpunkte zwischen Bildung und Ökonomie.	7
1.2.1	<i>Marktfähige Ideen</i>	8
1.2.2	<i>Bildungsmarkt</i>	10
1.3	Gezielt Know-How erwerben.	12
1.3.1	<i>Zum Qualifikationsprofil von Diplompädagogen</i>	13
1.3.2	<i>Pädagogisches und unternehmerisches Handeln</i>	16
1.3.3	<i>Praxiserfahrungen machen sich bezahlt</i>	23
2	Entscheidungsfindung: Wollen Sie unternehmerisch erfolgreich sein?	29
2.1	Wollen Sie erfolgreich sein?	29
2.2	Was zeichnet Erfolgreiche aus?	32
2.2.1	<i>Persönliche Ziele und Strategien</i>	32
2.2.2	<i>Effiziente Selbstorganisation</i>	34
2.2.3	<i>Optimale Nutzung von Informationen</i>	36
2.2.4	<i>Positive Selbstmotivation und Konzentration der Kräfte</i>	39
2.2.5	<i>Wirksame Kommunikation</i>	40
2.2.6	<i>Umfeldorientierung</i>	43
2.3	Persönlichkeitstest für Unternehmer	46

2.4	Exkurs für beschäftigte Pädagogen Wann wagen Sie den Sprung ins Ungewisse?	48
2.5	Woran können Existenzgründer scheitern?	51

3 Planungsüberlegungen: Ein Bildungskonzept entwerfen 53

3.1	Von der Idee zum Konzept	54
3.2	Einschätzung des Bildungsmarktes	55
3.3	Analyse der Bildungsanbieter	56
3.4	Die Aussichten des Bildungsmarktes erkunden	56
3.5	Ein Bildungskonzept vermarkten	57
3.6	Die Finanzen müssen stimmen	58
3.7	Aspekte zur Existenzgründung	59
3.8	Von anderen lernen.	59

4 Konzeptentwicklung: Von der Idee zum Konzept 61

4.1	Ideenfindung	62
4.1.1	<i>Fallbeispiel: 3-Stunden-Workshop</i>	62
4.1.2	<i>Fallbeispiel: Edutainment und Infotainment</i>	63
4.1.3	<i>Fallbeispiel: »Trainer Cards«</i>	65
4.2	Ideen-Auswahlverfahren	67
4.2.1	<i>Brainstorming</i>	68
4.2.2	<i>Auswahlverfahren</i>	69

4.2.3	<i>Ist Ihre Idee wirklich gut?</i>	70
4.2.4	<i>Entscheider gezielt ansprechen.</i>	72
4.3	Bildungsangebote konzipieren	73
	– <i>Fallbeispiel: Selbstsicherheit, Gelassenheit und Kompetenz für die berufstätige Frau</i>	75
4.4	Anforderungen an Bildungsveranstaltungen	83
4.4.1	<i>Image als Bildungsanbieter</i>	84
4.4.2	<i>Der Titel eines Seminars muß ansprechen</i>	85
4.4.3	<i>Kundennutzen und das Ziel eines Seminars</i>	86
4.4.4	<i>Zielgruppe, Lerngruppe</i>	86
4.4.5	<i>Kursleiter, Dozenten, Trainer</i>	87
4.4.6	<i>Termine, Dauer, Zeiten</i>	87
4.4.7	<i>Tagungsort, Räume, Service</i>	88
4.4.8	<i>Seminarentgelte/Teilnehmergebühr, Nebenkosten</i>	88
4.4.9	<i>Methodik und Didaktik</i>	89
4.4.10	<i>Methodenspektrum</i>	89
4.5	Von der Idee zum Geschäftskonzept	91
4.6	Leitfragen zur Konzeptentwicklung	93

5 Marktstrukturen: Einschätzung des Bildungsmarktes 95

5.1	Marktstruktur	95
5.2	Teilnehmer-, Zielgruppen- und Kundenorientierung	96
5.3	Den Kundenbedarf feststellen	98
5.4	Fallbeispiel: Kundenbedarf im Betrieb ermitteln	100
5.5	Den Markt strategisch beleuchten	105
5.5.1	<i>Erwachsenenbildung und Weiterbildung.</i>	105
5.5.2	<i>Institutionentypologie</i>	107

5.5.3	<i>Typologie der Weiterbildungsangebote</i>	109
5.5.4	<i>Geschäftsfelder und Marktsegmente</i>	110
5.5.5	<i>Marktanteile.</i>	112
5.5.6	<i>Produkt-Markt-Matrix</i>	113
5.5.7	<i>Produktplatzierungsdiagramm</i>	114
5.5.8	<i>Erfahrungskurve und Produkt-Lebens-Zyklus</i>	115
5.5.9	<i>Strategische Konsequenzen</i>	117
5.6	<i>Leitfragen zu Marktstrukturen</i>	118

6 Konkurrenzsituation: Analyse der Bildungsanbieter 121

6.1	Marktanalyse: Die gemischtwirtschaftliche Anbieterstruktur	121
6.2	Marktanalyse: Vielfalt und Pluralität der Trägergruppen.	123
6.3	Marktanalyse: Regionale Gliederung	126
6.4	Marktanalyse: Fachliche Gliederung, thematische Schwerpunkte	127
6.5	Eine Marktanalyse durchführen	131
6.6	Leitfragen zur Konkurrenzsituation	135

7 Zukunftsperspektiven: Die Aussichten des Bildungsmarktes erkunden. 137

7.1	Zukunftsmärkte	137
7.2	Markttrends	139
7.3	Zukunftsmarkt Bildung	143

7.4	Zukunftsperspektiven im Marktsegment Schule . . .	144
7.5	Zukunftsperspektiven im Marktsegment Hochschule .	144
7.6	Zukunftsperspektive im Marktsegment Ausbildung .	145
7.7	Zukunftsperspektive im Marktsegment berufliche/betriebliche Weiterbildung.	146
	– <i>Marktdaten zur betrieblichen Weiterbildung</i> .	149
7.8	Leitfragen zu den Zukunftsperspektiven.	152

8 Bildungsmarketing: Ein Bildungskonzept vermarkten 155

8.1	Der Köder muß dem Fisch schmecken von <i>Bernhard Kuntz</i>	155
8.2	Geplante Strategie statt Bauchladen von <i>Kurt Linné</i>	162
8.3	Kundenorientierung im Marketing	167
	8.3.1 <i>Der Teilnehmer als Kunde</i>	168
	8.3.2 <i>Welche Kunden wollen Sie ansprechen?</i> . . .	170
	8.3.3 <i>Kundennutzen und Wertvergleichs-Methode</i> .	171
	8.3.4 <i>Aus Kunden Stammkunden machen</i>	173
8.4	Marketing-Mix	175
	– <i>Setzen Sie die richtigen Werbemittel ein</i> . . .	177
8.5	Marktauftritt: Ihr Erscheinungsbild muß stimmen . .	181
	8.5.1 <i>Fallbeispiel: BOW-Konzept</i>	182
	8.5.2 <i>Fallbeispiel: WEKA-Verlag</i>	185
8.6	Leitfragen zum Bildungsmarketing	186

9.1	Wieviel Geld brauchen Sie zum Lebensunterhalt? . . .	189
9.1.1	<i>Fallbeispiel: Lebenshaltung von Studierenden</i>	189
9.1.2	<i>Fallbeispiel: Einkommenssituation als Bildungsreferent</i>	190
9.1.3	<i>Checkliste: Private Ausgaben</i>	191
9.2	Tätigkeit und Einkommen als freiberuflicher Kursleiter/Dozent	192
	– <i>Modellrechnung: Kursleiter/Dozent</i>	192
9.3	Tätigkeit und Einkommen als Dozent/Trainer/Unternehmensberater	195
9.3.1	<i>Modellrechnung: Dozent/Trainer/Berater</i>	196
9.3.2	<i>Zum Profil des Trainers und Dozenten</i>	196
9.3.3	<i>Selbstmanagement und Akquisition</i>	197
9.4	Tätigkeit und Einkommen als Bildungsunternehmer	198
9.4.1	<i>Unternehmensentwicklung</i>	199
9.4.2	<i>Gewinnplan bzw. Rentabilitätsvorschau</i>	200
9.4.3	<i>Gewinn- und Verlust-Rechnung</i>	200
9.5	Kalkulation und Kostenrechnung von Bildungskonzepten	202
9.5.1	<i>Fallbeispiel: Kalkulation Tagesseminar I</i>	202
9.5.2	<i>Fallbeispiel: Kalkulation Tagesseminar II</i>	204
9.5.3	<i>Fallbeispiel: Kalkulation Lehrgang</i>	206
9.5.4	<i>Fallbeispiel: Kalkulation Tagung</i>	208
9.6	Kostendisposition – Darstellung der Kostenarten	211
9.6.1	<i>Aufstellung: Kostenarten von Bildungsmaßnahme</i>	212
9.6.2	<i>Kennzahlen zur Kostendisposition</i>	216
9.6.3	<i>Steuern</i>	217
9.6.4	<i>Soziale Sicherung</i>	220
9.6.5	<i>Personalkostenberechnung</i>	223

9.6.6	<i>Abschreibungskreislauf</i>	225
9.6.7	<i>Versicherungen.</i>	226
9.7	Der richtige Preis?	227
9.8	Zur Finanzierung von Bildungseinrichtungen . . .	231
9.8.1	<i>Bilanz</i>	232
9.8.2	<i>Kapital/Vermögen</i>	233
9.8.3	<i>Kredit</i>	235
9.8.4	<i>Kapitalbeschaffung/Finanzierung</i>	235
9.8.5	<i>Investition</i>	238
9.8.6	<i>Kapitalabfluß</i>	242
9.9	Zielsetzungen der Finanzwirtschaft	243
9.9.1	<i>Rentabilität</i>	243
9.9.2	<i>Liquidität</i>	243
9.9.3	<i>Sicherheit</i>	244
9.10	Finanzstrategie	245
9.10.1	<i>Finanzpläne aufstellen</i>	245
9.10.2	<i>Haushaltsplan für ein Geschäftsjahr</i> . . .	246
9.10.3	<i>Finanzbedarf und Umsatzentwicklung für eine Bildungseinrichtung</i>	247
9.10.4	<i>Finanzierungsmatrix der Weiterbildung</i> .	249
9.11	Leitfragen und Checklisten zur Finanzierung . . .	251

10 Unternehmensplanung: Aspekte zur Existenzgründung 257

10.1	Geschäftsverbindungen	257
10.2	Franchising – Konzepte anderer erfolgreich vermarkten	260
10.3	Rechtsformen von Bildungseinrichtungen.	264
10.4	Bestimmung des Standortes	267
10.5	Beratung und öffentliche Förderung	270
10.6	Adressen zur Information und Beratung	273
10.7	Leitfragen zur Existenzgründung	274

11.1	Geschäftsideen für Kursleiter, Trainer	277
11.1.1	<i>Beispielkurs: Alles reine Nervensache!</i> . . .	278
11.1.2	<i>Beispielkurs: Konfliktmanagement</i>	280
11.1.3	<i>Beispielkurs: Farb- und Stilberatung</i> . . .	281
11.1.4	<i>Beispielkurs: Effektive Arbeitstechniken im Sekretariat</i>	282
11.1.5	<i>Beispielkurs: Umweltschutzexperte/in</i> . . .	284
11.1.6	<i>Beispielkurs: Reden schreiben</i>	286
11.1.7	<i>Beispielkurs: Soziale Arbeit mit alten Menschen</i>	289
11.1.8	<i>Beispielkurs: Ausbildung zum NLP-Praktitioner</i>	292
11.1.9	<i>Beispielkurs: Personalauswahl und Personalentwicklung</i>	295
11.2	Geschäftsideen für Bildungsinstitute	297
11.2.1	<i>Geschäftsidee: Institut für angewandte Psychologie und Pädagogik</i>	299
11.2.2	<i>Geschäftsidee: »Testkatalog 1996/97«</i>	300
11.2.3	<i>Geschäftsidee: Management-Training</i>	301
11.2.4	<i>Geschäftsidee: Strategie Forum</i>	302
11.2.5	<i>Geschäftsidee: Geistesblitze vermarkten</i>	303
11.2.6	<i>Geschäftsidee: Bläser-Kerscher-Kolleg</i>	305
11.2.7	<i>Geschäftsidee: Institut für Kulturelle Bildung e.V.</i>	306
11.2.8	<i>Geschäftsidee: Transfair Sprachenschule</i>	309
11.2.9	<i>Geschäftsidee: Frauen-Computer-Schulen</i>	311
11.2.10	<i>Geschäftsidee: Schule für schnelle Leute</i>	315

11.2.11	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Institut für Lernförderung</i>	319
11.2.12	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Hundepädagogin</i>	322
11.2.13	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Fernlehrunterricht</i>	324
11.2.14	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Training aktuell.</i>	327
11.2.15	<i>Geschäftsidee:</i> <i>MINGO – Babysitterzentrale.</i>	329
11.2.16	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Perse – Institut für Personalentwicklung</i>	331
11.2.17	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Fit for Business</i>	333
11.2.18	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Verlag und Trainingsinstitut</i>	334
11.2.19	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Versandbuchhandel.</i>	335
11.2.20	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Tips für stellensuchende Pädagogen.</i>	337
11.3	<i>Geschäftsideen für Lehr-/Lern-Räume</i>	338
11.3.1	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Seminar-Architektur</i>	339
11.3.2	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Büromöbel – Team 7</i>	343
11.4	<i>Geschäftsideen für Lehr-/Lern-Medien</i>	344
11.4.1	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Lehrmittel aktuell</i>	345
11.4.2	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Management Videos</i>	347
11.4.3	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Idea für Windows</i>	348
11.4.4	<i>Geschäftsidee:</i> <i>Das Spielfeld für Ihre Verkaufskarriere.</i>	351
	Literatur.	352
	Stichwortverzeichnis.	359