

Päda.tipp!



Editorial

Geschätzte Fachfrauen und Fachmänner

Der Frühling ist kalendarisch schon recht fortgeschritten. Trotzdem haben wir lange auf wärmere und sonnigere Tage warten müssen.

Auch die vorliegende Ausgabe des Päda.tipp! kommt etwas später als sonst. Neben zahlreichen Aufgaben und verschiedenen grösseren Mandaten ist es nicht immer einfach, mit dem Marketing termingerecht am Ball zu bleiben.

Marketing von Kinderkrippen und Kinderhorten steht auch im Brennpunkt dieser Nummer. Meine Erfahrungen zeigen, dass es in vielen Firmen einen grösseren Bedarf zur Verbesserung des Auftritts gibt. Da sich der Markt selber stark und rasch verändert, dürfen Anpassungen nicht verschlafen werden. Wie immer möchte ich Ihnen darüber hinaus einen Einblick in meine Arbeit geben, diesmal unter dem Stichwort «Budget- und Finanzplanung». Abgerundet wird diese Ausgabe wie gewohnt mit dem aktuellen Kursprogramm sowie einigen Hinweisen auf Entwicklungen im Berufsfeld.

Zum Kursprogramm: Beachten Sie, dass ich den spannenden Kurs «Kranke Mitarbeitende – nicht schon wieder!» dieses Jahr zum zweiten Mal anbiete und im Umfang verdoppelt habe. Die Rückmeldungen der bisherigen Teilnehmer/Innen zeigten, dass die reichhaltige Thematik zwei Kurstage in Anspruch nimmt.

Ich wünsche Ihnen Erfolg und Freude in Ihrer Arbeit und grüsse Sie herzlich.

Ihr Daniel Eggenberger

- 1 Im Brennpunkt
- 2 Päda.blog!
- 3 Einblick
- 4 Kursprogramm
- 5 Aufgeschnappt
- 6 Tipps und Tricks
- 7 Materialien

Im Brennpunkt

Marketing und Auftritt von Kinderkrippen und Horten

Grosse qualitative Unterschiede
Kürzlich konnte ich in der Beratung von zwei Kinderkrippen die folgende Erfahrung machen: Die eine Kita hatte soeben ein Redesign der Website und ihres Prospekts abgeschlossen. Der neue Auftritt wirkte frisch, fröhlich und informativ. Die Website entpuppte sich als gepflegt, aussagekräftig und gut strukturiert. Der Prospekt besass ein einladendes Format, war ansprechend gedruckt und fühlte sich vom Papier her haptisch sehr gut an.

Im anderen Fall erlebte ich das Gegenteil. Einen Prospekt gab es nicht. Die Website wirkte «staubig» und «trocken», enthielt Fehler und verwirrte mich in ihrem Aufbau. Bei gewissen Seiten erschien eine Fehlermeldung, weil die Seite nicht gefunden werden konnte. Einzelne Informationen waren veraltet, so z.B. diejenigen über die Ferien und Veranstaltungen vom Vorjahr. Das Design wirkte wenig einladend, da es als Billigprodukt von der Stange gekauft war.

Gegenstand der Beratung waren in beiden Fällen ernsthafte betriebliche Probleme, die durch einen Rückgang der Nachfrage bedingt waren. Dadurch entstanden Einbrüche in der Auslastung. Dies

führte zu einem Rückgang der Einnahmen und zu einem jährlichen Defizit. Im ersten Beispiel führte das Redesign des Auftritts in Kombination mit weiteren Massnahmen jedoch zu einer Trendwende, so dass wieder Gewinne erzielt werden konnten.

Viele Angebote sind blosser Durchschnitt

Grosse Unterschiede im Auftritt von Kinderkrippen und Kinderhorten stelle ich auch fest, wenn ich eine Markt- und Konkurrenzanalyse vornehme. Dabei vergleiche ich u.a. circa 10 bis 15 Websites von Firmen, die sich im regionalen Umfeld befinden und sammle systematisch Informationen über die einzelnen Angebote. Diese stelle ich tabellarisch zusammen, so dass sich eine nützliche Übersicht ergibt. Wichtige Bewertungskriterien beziehen sich auf den Auftritt, den Innovationsgrad und das pädagogische Profil. Regelmässig gelange ich zum Schluss, dass nur ein kleiner Prozentsatz aller Firmen bei diesen Kriterien punkten kann. Der grösste Teil der Angebote erweist sich jeweils als durchschnittlich.

Marketing als elementare Managementaufgabe

Das Thema, von dem ich hier spreche, lautet «Marketing». Da-

bei geht es darum, wie sich Unternehmen «verkaufen»; wie sie zeigen, wer sie sind und was sie zu bieten haben; wie sie dem Kunden ihre Angebote schmackhaft machen; und wie sie sich von ihren Konkurrenten unterscheiden. Zweck des Marketings ist es, Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten. Es umfasst alle Aktivitäten eines Unternehmens (z.B. in Werbung, Marktanalyse und gezielter Angebotsentwicklung), die das Ziel haben, den Gewinn zu erhöhen. In betriebswirtschaftlicher Hinsicht ist das Marketing ein elementarer Teil eines Unternehmens.

Ungenügender Auftritt von Kitas und Kinderhorten

Ein gutes Marketing ist immer nötig. Wenn aber der Markt schwieriger und die Zahl der Konkurrenten grösser wird, ist ein effektives Marketing überlebenswichtig. Dessen sind sich viele Kinderkrippen und Kinderhorte noch nicht bewusst. Ich wundere mich darüber, wie nachlässig in dieser Branche mit Marketing umgegangen wird. Angesichts des in gewissen Regionen sehr starken Ausbaus der Krippen- und Hortplätze verstehe ich nicht, weshalb man nicht alle Register zieht. Denn faktisch wissen unterdessen viele Fachleute, dass die Zeiten von





Wartelisten vorüber sind. Immer wieder höre ich, dass Plätze nicht mehr ausreichend ausgelastet werden können. Wenn die Belegung aber über längere Zeit unter 85% bleibt, wird es kritisch und entstehen Verluste. Höchste Zeit also, am eigenen Auftritt zu arbeiten und alles zu tun, um potentielle Kund/Innen für sich zu gewinnen. Was aber gehört alles zu einem Marketingprozess?

Profil und Alleinstellungsmerkmale

Die Arbeit am eigenen Auftritt ist nicht trivial, sondern anspruchsvoll und komplex. Ein erstes wichtiges Element sind Antworten auf die folgenden Fragen: Wer sind wir eigentlich? Wodurch zeichnen wir uns aus? Wie unterscheiden wir uns von der Konkurrenz? Wo haben wir unsere Stärken? Welches pädagogische Profil zeichnet uns aus? Die Antworten auf diese Fragen führen zu den sogenannten Alleinstellungsmerkmalen, den berühmten Unique Selling Propositions (USP). Diese gilt es herauszuarbeiten und sichtbar zu machen, denn über die USP kann man sich von der Konkurrenz unterscheiden und im Markt positionieren.

Meiner Erfahrung nach wissen viele Kinderkrippen und Kinderhorte zu wenig genau, wodurch sie sich von anderen Angeboten

unterscheiden. Deshalb können sie es auch nicht deutlich machen. Die Folge davon ist, dass sich diese Kitas und Horte nicht herausheben, sondern durchschnittlich bleiben. Dies wiederum führt dazu, dass sie übersehen werden.

Corporate Identity und Design

Ein zweites wichtiges Element ist die Corporate Identity und das Corporate Design. Die Identität lässt sich aus den Antworten auf die oben formulierten Fragen ableiten. Im Design wird der Auftritt einheitlich gestaltet. Zu einem Corporate Design gehört üblicherweise auch ein Logo, das als grafisches Zeichen die Institution repräsentiert. Es wird auf den verschiedenen Erzeugnissen eingesetzt, die für den Auftritt benutzt werden. Das umfasst die Briefschaften wie Couverts, Briefpapier, Visitenkarten, Postkarten und Prospekte, durch die sich das «verkörperte» Design als roter Faden konsequent hindurchzieht. Weitere Produkte, die «designt» werden können, sind z.B. Hauschilder, Banner, Flaggen, Fahrzeuge oder Gadgets (etwa Ballone, Bälle, Sonnenmützen usw.), die zur Zielgruppe passen.

Erreichung der Kunden

Ein drittes Marketingelement ist die Frage nach der Erreichung der Kund/Innen. USP, Identität und

Design nützen nichts, wenn sie nicht zu neuen Kund/Innen führen. Als erste Adresse spielt die Firmenwebsite ganz klar die Hauptrolle. Ihre Bedeutung kann nicht überschätzt werden, weshalb sich eine hochwertige Website hundertprozentig lohnt. USP, Identität und Design müssen als Botschaften bereits auf der Website erkennbar sein.

Weiter bieten sich für die gezielte Verteilung der Botschaften folgende Möglichkeiten an: Das regelmässige Direct-Mailing durch Mieten von Postadressen, die persönliche Verteilung von Postkarten in die Briefkästen in der Umgebung, das Auflegen von Flyers und Postkarten in zielgruppennahen Geschäften und das Aushängen von Plakaten und Flyers an öffentlichen Orten. Darüber hinaus stellt auch eine Fanpage in Facebook eine interessante Möglichkeit dar, um sich zu zeigen und auf sich aufmerksam zu machen.

Also: Leisten Sie sich mit Ihrer Firma ein professionelles Marketing. Es ist zu wichtig, um darauf zu verzichten.

Wünschen Sie weitere Informationen zum Thema? Gerne stehe ich Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Päda.blog!

Neuste Beiträge

Hier die neusten Beiträge im Päda.blog!

- Auflösung von Lehrverträgen
- Auftrag der Kinderhorte
- Stellvertretung der Leitung
- Empfehlungen für Kinderhorte und Co.

www.paeda-logics.ch/blog

Siehe hierzu das Angebot «Positionierung im Markt mit Marketing» im nebenstehenden Kursprogramm.



Einblick ins Angebot

Budget- und Finanzplanung

Erstaunlich, aber wahr: Nicht alle Firmen und Institutionen verfügen über ein Budget und eine solide Finanzplanung. Insbesondere bei Kinderkrippen und Kinderhorten fällt mir auf, dass solche betriebswirtschaftlich relevanten und elementaren Grundlagen manchmal fehlen. Ohne Budget ist aber eine gesunde, sorgfältige und kostenbewusste Entwicklung des Unternehmens nur begrenzt möglich. Denn ein Budget ist das Herzstück der Unternehmensplanung.

Ein Budget stellt eine Voraussetzung für ein kritisches Controlling von Ausgaben und Einnahmen dar. Es dient dazu, gesetzte (kostenrelevante) Ziele zu erreichen, Ressourcen im Unternehmen zu verteilen und Entwicklungen zu steuern. Ein wichtiger Aspekt ist die Möglichkeit, Ab-

weichungen von getroffenen Kostenannahmen zu erkennen und – wenn nötig – frühzeitig zu korrigieren. Wenn die Kosten aus dem Ruder laufen bzw. Einnahmen drastisch unter den Erwartungen bleiben, ist das für den Erfolg der Firma zukunftsentscheidend. Zudem trägt ein Budget dazu bei, Vollkosten abzubilden, Vollkostenrechnungen zu erstellen und die Preise – z.B. für Krippen- und Hortplätze – festzulegen.

Weitere Elemente für eine vernünftige Finanzplanung sind die Ist- und Soll-Analyse (bzw. Abweichungsanalyse), der Forecast (bzw. die Hochrechnung), die Erfolgsrechnung (bzw. Gewinn- und Verlustrechnung), die Bilanz und allenfalls die Cash-Flow-Rechnung. Bei Neugründungen von Firmen spielt zudem das Entwick-

lungsbudget und das Investitionsbudget eine wichtige Rolle.

In den letzten Monaten konnte ich in verschiedenen Fällen etwas zur Finanz- und Budgetplanung beitragen. Beispiele sind: Erstellung von Investitions-, Betriebs- und Entwicklungsbudget bei Neugründung von Firmen. Erstellung Betriebsbudget bei bestehenden Unternehmen. Überprüfung, Anpassung und Ausdifferenzierung des Betriebsbudgets bei sich verändernden Institutionen. Dabei stützte ich mich einerseits auf vorhandene Daten der Auftraggeber, andererseits auf zahlreiche Erfahrungs- und Vergleichsdaten. Hilfreich dabei waren insbesondere die eigenen dynamischen Budgettools, die sich in vielen Mandaten bewährten und verschiedenste Szenarien abbilden helfen.



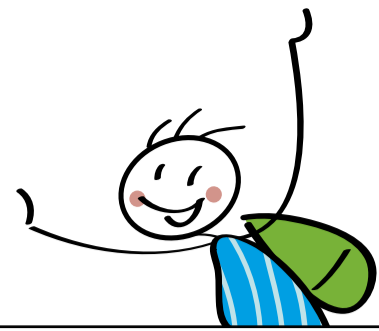
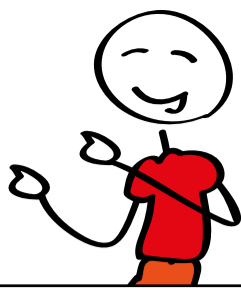
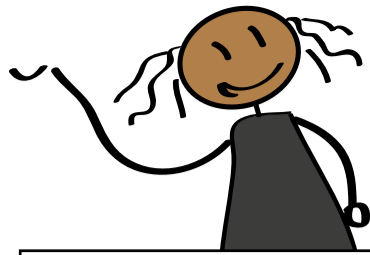
Das Angebot von Päda.logics!

Führung | Beratung | Entwicklung | Bildung im pädagogischen und sozialen Berufsfeld

Schwerpunkte

Coaching, Beratung und Expertise in der familien- und schulergänzenden Kinderbetreuung | Berufsbildung

Konzept-, Organisations- und Teamentwicklung | Supervision | Führungscoaching
Projektleitung | Leitung auf Zeit | Laufbahnberatung | Evaluationen



Kursprogramm 2018/19

Führungskurse

Führungskurs für Stellvertreter/Innen

Die Kunst, gleichzeitig nach oben und unten zu schauen und sich im Sandwich trotzdem wohl zu fühlen

Kursdauer: 3 Tage
Freitag, 1.6., 24.8., 26.10.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 775.-

Basics für die Team- und Gruppenleitung

Einführung ins Leiten eines Teams

Kursdauer: 6 Tage
Freitag 2.11.2018, 11.1., 8.3., 10.5., 5.7., 6.9.2019
9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 1550.-

Teamanalyse

Hilfsmittel für die Standortbestimmung und Entwicklung meines Teams

Freitag, 30.11.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 270.-

Positionierung im Markt mit Marketing

Dem Profil der Institution Kontur verleihen, um markt- und konkurrenzfähig zu bleiben

Kursdauer: 2 Tage
Freitag, 9.11.2018 und 25.1.2019, 9.30 – 16.30 Uhr | Zürich | Fr. 450.-

Kranke Mitarbeitende – nicht schon wieder!

Vom Umgang mit erkranktem Personal und belasteten Teams

Kursdauer: 2 Tage
Freitag, 7.12.2018 und 18.1.2019, 9.30 – 16.30 Uhr | Zürich | Fr. 450.-

2. Durch-
führung

Weiterbildungskurse

Entscheiden und Nein-Sagen

Methoden der Entscheidungsfindung, um besser «Nein» und «Ja» sagen zu können

Kursdauer: 2 Tage
Freitag, 16.11. und 23.11.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 540.-

Reflexion und Intuition

Möglichkeiten zur Weiterentwicklung von Reflexions- und Intuitionsfähigkeit im pädagogischen und sozialen Kontext

Freitag, 7.9.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 270.-

Berufsbildungskurse

Professionelle Praktikumsanleitung

Werkzeuge und Grundlagen zur Gestaltung eines pädagogischen Praktikums

Kursdauer: 2 Tage
Freitag, 25.5. und 15.6.2018, 9.30 – 17 Uhr | Zürich | Fr. 500.-

Lernziele formulieren und Ausbildung planen

Kunst und Praxis der Lernzielformulierung

Freitag, 22.6.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 270.-

Ausbildungsqualität weiter entwickeln

Verfahren und Massnahmen zur Entwicklung von Ausbildungsqualität

Freitag, 29.6.2018, 13 – 17 Uhr | Zürich | Fr. 160.-

FaBe ausbilden: Ausbildungswissen kompakt

Grundlagen, Hilfsmittel und Tipps und Tricks für die Ausbildung von Fachfrauen / Fachmännern Betreuung

Freitag, 13.7.2018, 9.30 – 17.30 Uhr | Zürich | Fr. 270.-

Ausbildungsstellen besetzen

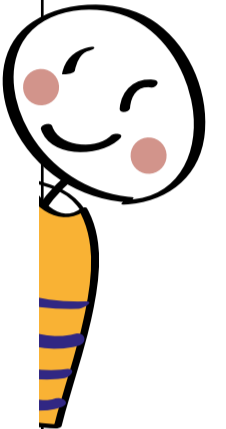
Möglichkeiten, Mittel und Ideen zur Auswahl von Personen in Ausbildung

Freitag, 31.8.2018, 9.30 – 17 Uhr | Zürich | Fr. 250.-

Lerndokumentationen – Bezüge zur IPA

Arbeits- und Projektdokumentationen als Mittel zur Reflexion und als ideale Vorbereitung der IPA

Freitag, 14.9.2018, 9.30 – 13.30 Uhr | Zürich | Fr. 160.-



Zielgruppe

Pädagogisch und sozial tätige Fachleute | Fachleute der familien- und schulergänzenden Kinderbetreuung | Führungskräfte | Trägerschaftsmitglieder | Praktikumsanleiter/Innen | Berufsbildner/Innen | Berufsbildungsverantwortliche aller Berufsgruppen | andere Interessierte

Details, Informationen, Anmeldung

www.paeda-logics.ch | 044 380 04 70 oder 076 50 20 345

Ausführliche Beschreibung von jedem Kurs

www.paeda-logics.ch/kurse

Kursleitung

Daniel Eggenberger



Aufgeschnappt

Ein sympathisches Projekt

Für Kinder mit besonderen Unterstützungsbedürfnissen gibt es nur wenige familienergänzende Betreuungsmöglichkeiten. Das macht das Leben betroffener Familien sehr anspruchsvoll. In Abhängigkeit von der Art und Schwere einer Beeinträchtigung benötigen die Kinder mehr oder weniger intensive Betreuung. Was tun, um Eltern und Kinder entlasten zu können?

KITApus ist ein Programm, das Rahmenbedingungen schafft, um Kindern mit besonderen Bedürfnissen den Besuch von Kinderkrippen zu ermöglichen. KITApus wird in normalen Kindertagesstätten umgesetzt und dabei so weit wie möglich in den normalen Kita-Alltag integriert. Ein eigentliches Förderprogramm besteht dabei nicht. Kinder, Eltern und Kitas werden von speziell geschulten heilpädagogischen Früherzieher/Innen begleitet. Dank KITApus werden die Eltern von Kindern mit besonderen Bedürfnissen durch wohnortnahe Betreuungsangebote entlastet und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gefördert.

Die heilpädagogischen Früherzieher/Innen bringen ein fundiertes Fach- und Erfahrungswissen über die Integration von Kindern mit besonderen Bedürfnissen mit. Sie berücksichtigen die Bedürfnisse der Kinder und Eltern ebenso wie die Bedürfnisse der Kindertagesstätten. In regelmässig stattfindenden Rundtischgesprächen werden unterstützende Massnahmen festgelegt und überprüft.

KITApus wurde 2012 im Rahmen eines Pilotprojekts in Luzern erprobt und unterdessen auch von den Kantonen Nidwalden, Uri, St. Gallen und der Stadt Bern übernommen. Weitere Kantone prüfen die Einführung. Die Trägerschaft von KITApus setzt sich aus der Stiftung Kind und Familie, KIBESUISSE sowie den jeweiligen Heilpädagogischen Diensten und der öffentlichen Hand vor Ort zusammen.



www.kindertagesstaette-plus.ch



Tipps und Tricks

Für Berufsbildner/Innen

Digitalisierung in der Berufsbildung

Seit einiger Zeit spricht man viel vom digitalen Wandel. Dieser findet so gut wie in allen Lebensbereichen statt. Auch bestehende Berufsbilder sind davon betroffen, weshalb sie sich anpassen und Lernende vermehrt digitale Kompetenzen entwickeln müssen. Welche das sind, zeigt die Website «Berufsbildung digital». Mit der Eingabe des gewünschten Berufes lassen sich dort die benötigten Digitalkompetenzen anzeigen. Der folgende Link bezieht sich auf das Berufsbild «Fachfrau / Fachmann Betreuung».

<http://kurzelinks.de/fachmannbetreuung-digital>

Berufsbildung 2030

Wohin und wie soll sich die Berufsbildung in der Schweiz entwickeln? Im Rahmen des Projekts Berufsbildung 2030 wurden ein Leitbild und strategische Leitlinien entwickelt. Zudem wurden verschiedene konkrete Stossrichtungen festgelegt. Auf dieser Grundlage können sich Lehrbetriebe und Berufsbildner/Innen Gedanken darüber machen, was das für die Weiterentwicklung der eigenen Ausbildungstätigkeit heissen könnte.

<http://kurzelinks.de/berufsbildung-2030>

Für Fachleute Kinderbetreuung

Professionalisierung im Vorschulbereich

Im Zuge wachsender Anforderungen an die Fachleute im Vorschulbereich kommt es immer wieder zur Forderung, dass dieser Bereich professionalisiert und akademisiert werden müsste. Das würde

bedeuten, die Ausbildung der Fachleute mehr und mehr an die Hochschulen zu verlegen. Margrit Stamm beleuchtet dieses brisante und spannende Thema in ihrem jüngsten Dossier (18/1). Sie nimmt eine kritische Bestandaufnahme vor und diskutiert hierzu verfügbare Erkenntnisse.

www.margritstamm.ch/dokumente/dossiers.html

Beziehungen mit Kindern ethisch gestalten

Gute pädagogische Beziehungen bilden ein Fundament dafür, dass Leben, Lernen und Sozialisation heranwachsender Menschen gelingen kann. Worauf aber sollen pädagogisch tätige Fachleute vor allem achten? Die sog. Reckahner Reflexionen zeigen in zehn Leitlinien auf, woran sich pädagogisches Handeln bei der Gestaltung von Beziehungen mit Kindern und Jugendlichen orientieren sollte.

<http://paedagogische-beziehungen.eu>



Materialien

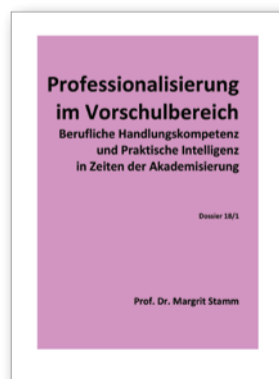
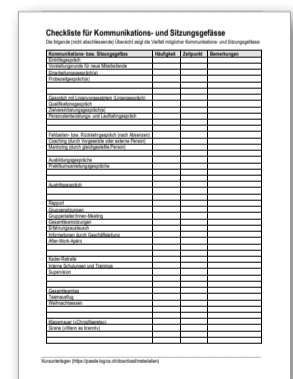
Im pädagogischen und sozialen Berufsfeld spielen Kommunikation und Information eine wichtige Rolle. Eine sinnvolle und wirksame Kommunikationskultur trägt viel zur Qualität der Zusammenarbeit und der zu erbringenden Dienstleistungen bei. Mit der «Checkliste für Kommunikations- und Sitzungsgefässe» können Sie die aktuelle Situation daraufhin überprüfen, ob allenfalls wichtige Gefässe fehlen sowie Häufigkeit, Zeitpunkte und Bemerkungen eintragen.

<https://paeda-logics.ch/download/materialien>

Weitere Materialien in Pinterest:

www.pinterest.com/paedalogics

Neu: Pinwand über «Zeitmanagement»



Impressum

Herausgeber:
Päda.logics!

Text:
Daniel Eggenberger
Pädagoge und
Erziehungswissenschaftler

Erscheint 2mal jährlich

Gestaltung und Layout:
Beatrice Graf
www.grafvonalonso.ch



Anmeldung Newsletter:
www.paeda-logics.ch/newsletter

www.facebook.com/paeda.logics

Kontakt

Päda.logics!
Daniel Eggenberger

Röthlerstrasse 18
5616 Meisterschwanden

Juliastrasse 5
8032 Zürich

+41 44 380 04 70
+41 76 50 20 345
info@paeda-logics.ch
www.paeda-logics.ch