

# IAB-Ergebnisbericht

## Einsatz und Ausgestaltung von Trainingsmaßnahmen im Rechtskreis SGB II – die Perspektive von Vermittlungsfachkräften

Juliane Achatz  
Johanna Eberle  
Eva Jozwiak  
Sandra Popp  
Brigitte Schels

## Impressum

**Herausgeber:** Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB)  
Regensburger Str. 104, 90478 Nürnberg

**Redaktion:** Dr. Andrea Kargus

**Graphik und Gestaltung:** Monika Pickel

**IAB im Internet:** <http://www.iab.de>

### Anfragen:

Achatz, Juliane; [juliane.achatz@iab.de](mailto:juliane.achatz@iab.de) ; Tel: 0911-179 2527

Jozwiak, Eva; [eva.jozwiak@iab.de](mailto:eva.jozwiak@iab.de); Tel: 0911- 179 1938

Popp, Sandra; [sandra.popp@iab.de](mailto:sandra.popp@iab.de) ; Tel: 0911-179 3389

Schels, Brigitte; [brigitte.schels@iab.de](mailto:brigitte.schels@iab.de) ; Tel: 0911- 179 3338



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangsüberlegungen</b>	<b>5</b>
<b>2. Inhalte und Teilnehmer der Studie</b>	<b>6</b>
<b>3. Nutzung von Trainingsmaßnahmen</b>	<b>6</b>
3.1 Vergabe von betrieblichen und nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen	6
3.2 Inhaltliche Schwerpunkte	7
3.3 Module nicht-betrieblicher Trainingsmaßnahmen	8
<b>4. Ziele von Trainingsmaßnahmen</b>	<b>9</b>
4.1 Ziele von Trainingsmaßnahmen	9
4.2 Ziele von Trainingsmaßnahmen für unter 25-Jährige	10
4.3 Ziele von Trainingsmaßnahmen für schwer Vermittelbare	11
4.4 Administrative Aspekte der Vergabe von Trainingsmaßnahmen	11
<b>5. Vergabeverfahren</b>	<b>12</b>
5.1 Vergabe der Maßnahmen in unterschiedlichen Phasen des Kundenkontakts	12
5.2 Kriterien zur Auswahl von Kunden für Trainingsmaßnahmen	12
5.3 Initiative zur Teilnahme an Trainingsmaßnahmen	13
<b>6. Qualitätssicherung von Trainingsmaßnahmen</b>	<b>15</b>
6.2 Überprüfung der Qualität der Maßnahmen	15
6.3 Mängel und Ausschluss von Maßnahmeträgern	15
<b>7. Fazit und Ausblick</b>	<b>16</b>



# Einsatz und Ausgestaltung von Trainingsmaßnahmen im Rechtskreis SGB II – die Perspektive von Vermittlungsfachkräften

Juliane Achatz, Johanna Eberle, Eva Jozwiak, Sandra Popp und Brigitte Schels

## 1. Ausgangsüberlegungen

Eignungsfeststellungs- und Trainingsmaßnahmen zählen zu den Standardinstrumenten der aktiven Arbeitsmarktpolitik. Sie stehen seit Einführung des Rechts der Grundsicherung für Arbeitsuchende auch zur Förderung von erwerbsfähigen Beziehern von Arbeitslosengeld II zur Verfügung. Zahlenmäßig kommt diesem Maßnahmetypus eine große Bedeutung zu. Etwa die Hälfte der gesamten Zugänge in Trainingsmaßnahmen (laut Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2008a, 2008b etwa eine Million) entfielen im Jahr 2007 auf erwerbsfähige Hilfebedürftige. Aus einem Vergleich der Zugangszahlen aller arbeitsmarktpolitischen Instrumente geht hervor, dass erwerbsfähige Hilfebedürftige nach den Arbeitsgelegenheiten am zweithäufigsten eine Trainingsmaßnahme aufnehmen.

Vor dem Hintergrund der im SGB II verankerten Maxime des „Förderns und Forderns“ stellt sich die Frage, welche konkreten Ziele und Inhalte mit der Förderung durch Trainingsmaßnahmen verbunden sind und welche Eingliederungswirkungen damit erzielt werden können. Während die Wirkung von Trainingsmaßnahmen auf Arbeitsmarktübergänge von Arbeitslosengeld-II-Beziehern bereits in mehreren Studien untersucht wurde (vgl. Bernhard u.a. 2006, Jozwiak und Wolff 2007), ist über die vorhergehenden Abläufe und Auswahlpraktiken in den Arbeitsgemeinschaften bislang noch wenig bekannt. Welche Auswahlkriterien und Zielsetzungen sind für die Vermittlungsfachkräfte von Bedeutung, wenn sie Trainingsmaßnahmen einsetzen? Gibt es Besonderheiten bei der Förderung von Zielgruppen, etwa bei den unter 25-Jährigen oder schwer Vermittelbaren? Gibt es Schwerpunkte bei der Auswahl des Einsatzortes? Welche Bedeutung haben stärker auf die passgenaue Vermittlung ausgerichtete Ziele wie Eignungsfeststellung und Kenntnisvermittlung gegenüber der Prüfung der Vermittlungsbereitschaft der Kunden? Und nicht zuletzt: Wie wird die Qualität der Programme gesichert?

Um mehr Informationen über diese Aspekte zu gewinnen, wurde am Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) Mitte 2008 eine Studie durchgeführt, die den Einsatz von Trainingsmaßnahmen für Empfänger von Arbeitslosengeld II näher erkundet. Dieser Bericht informiert über erste deskriptive Befunde.

## 2. Inhalte und Teilnehmer der Studie

Im Rahmen dieser Erhebung wurden zufällig ausgewählte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Bereich „Markt und Integration“ in 19 SGB-II-Verwaltungsorganisationen schriftlich befragt. Das Fragenspektrum umfasste den Einsatz von Maßnahmemodulen, den Einkauf von Maßnahmen, die Initiative einer Teilnahme, die Auswahlkriterien und Ziele der Fachkräfte sowie die Verfahren der Qualitätssicherung.

Von den 599 angeschriebenen Fachkräften beteiligten sich 310 an der Befragung. Im betrachteten Referenzzeitraum haben 24 Personen im Rahmen ihrer Tätigkeit keine Trainingsmaßnahmen vergeben, beispielsweise weil sie vorwiegend eine Leitungsfunktion ausgeübt haben oder im Arbeitgeberservice tätig waren. Diese Personengruppe wird in den folgenden Auswertungen deshalb nicht berücksichtigt. Die Ergebnisse beziehen sich auf jene 286 Personen, die seit Juni 2007 persönlich Trainingsmaßnahmen eingesetzt haben.

Vermittlungskräfte stellen mit drei Viertel die Mehrheit der Befragten; rund ein Fünftel ist als Fallmanager und knapp ein Zehntel als Teamleiter tätig. Insgesamt nehmen etwa ein Zehntel aller Befragten mehr als eine Funktion wahr. Außerdem ist ein Teil der befragten Fachkräfte auf bestimmte Kundengruppen spezialisiert: Etwas mehr als ein Drittel betreut Jugendliche und junge Erwachsene und wiederum weniger als ein Zehntel ist für Personen mit gesundheitlichen Einschränkungen oder Behinderung zuständig. Außerdem nahmen Ansprechpartner für Migranten, Hochschulabsolventen, über 50-Jährige, schwer Vermittelbare oder marktnahe Kunden an der Studie teil.

## 3. Nutzung von Trainingsmaßnahmen

Trainingsmaßnahmen unterscheiden sich wesentlich nach dem Lernumfeld, in dem das Training stattfindet (Kurtz 2003). Betriebliche Maßnahmen bieten die Gelegenheit, den realen Arbeits- und Berufsalltag kennen zu lernen. Schulungseinrichtungen, Bewerbungscenter oder Selbstlernzentren hingegen können schulische und praktische Elemente verbinden und damit ein breiteres Spektrum an Lernformen anbieten. Im folgenden Abschnitt fragen wir danach, ob mit der Auswahl des Lernorts ein spezifischer Schulungszweck verfolgt wird und ob sich spezifische Schwerpunkte in der inhaltlichen Ausrichtung abzeichnen.

### 3.1 Vergabe von betrieblichen und nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen

Hinsichtlich des Lernumfelds ist bei den beiden Maßnahmeformen zunächst keine deutliche Rangordnung festzustellen. Betriebliche Maßnahmen wurden von den Vermittlungsfachkräften etwas häufiger vergeben (etwa 96 Prozent) als nicht-betriebliche (91 Prozent).

### 3.2 Inhaltliche Schwerpunkte

Die in § 49 SGB III verankerten rechtlichen Vorgaben für Eignungsfeststellungs- und Trainingsmaßnahmen legen deren inhaltliche Ausrichtung auf die Unterstützung der Selbstsuche, auf die Er- wie auch Vermittlung von berufsfachlichen Kenntnissen und Fähigkeiten sowie auf die Prüfung von Arbeitsbereitschaft und -fähigkeit fest. Abbildung 1 gibt einen Überblick, welche inhaltlichen Schwerpunkte die Vermittlungsfachkräfte bei der Vergabe von betrieblichen Maßnahmen setzen.

Es zeigt sich, dass über 90 Prozent der Vermittlungsfachkräfte ihre Kunden häufig oder sehr häufig in Betriebe schicken, um die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten und das Leistungsvermögen der Kunden auszuloten. Die Vermittlung von berufsfachlichen Kenntnissen wird zwar von rund 60 Prozent der Fachkräfte ebenfalls häufig oder sehr häufig eingesetzt, ist gegenüber der Eignungsfeststellung aber dennoch deutlich nachrangig. Ein Training des Bewerbungsverhaltens spielt bei betrieblichen Maßnahmen erwartungsgemäß eine geringe Rolle. Die Ergebnisse zeigen, dass betriebliche Maßnahmen vorrangig den Vermittlern und Arbeitslosengeld-II-Empfängern als Entscheidungsgrundlage dienen, ob sie den Anforderungen einer Tätigkeit bzw. eines Betriebs entsprechen und eine Erwerbsintegration möglich ist.

Im Unterschied zum Nutzungsprofil von betrieblichen Trainingsmaßnahmen dominiert bei nicht-betrieblichen kein einzelner Zweck. Wie aus Abbildung 2 hervorgeht, setzen jeweils 60 bis 70 Prozent der Vermittlungsfachkräfte alle drei Schwerpunkte sehr häufig oder häufig ein. Kenntnisvermittlung und Unterstützung der Selbstsuche werden im Vergleich zur Eignungsfeststellung allerdings etwas häufiger vergeben.

Nicht-betriebliche Maßnahmen werden zu über 90 Prozent in Schulungseinrichtungen des Trägers durchgeführt, wohingegen Einrichtungen wie Bewerbungszentren eine deutlich geringere Rolle spielen (28 Prozent). Auch die erst vor kurzem eingeführten Selbstlernzentren werden für nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen noch kaum genutzt (4 Prozent).

In nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen können darüber hinaus auch berufspraktische Elemente eine Rolle spielen. So haben 22 Prozent der Vermittlungsfachkräfte Schulungsmaßnahmen gewählt, die mit einem Betriebspraktikum gekoppelt waren.

Abbildung 1  
Typen betrieblicher Trainingsmaßnahmen nach Häufigkeit der Vergabe

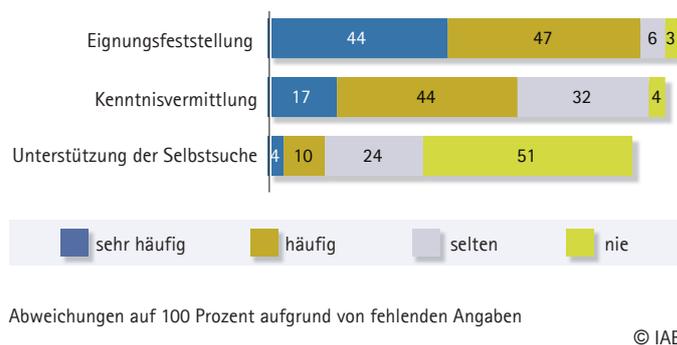
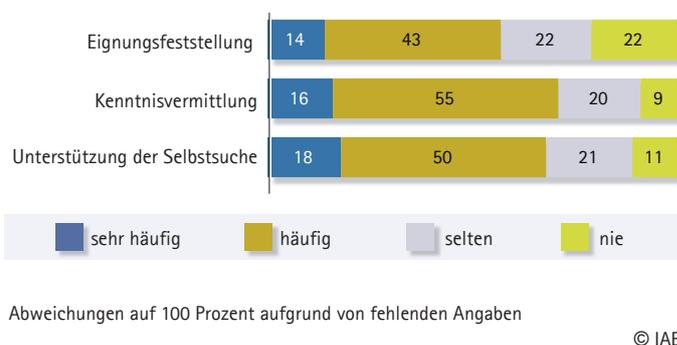
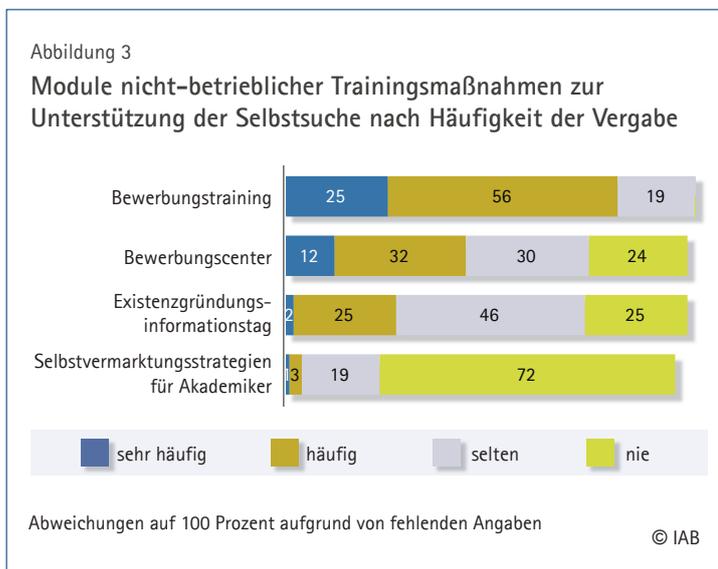


Abbildung 2  
Typen nicht-betrieblicher Trainingsmaßnahmen nach Häufigkeit der Vergabe

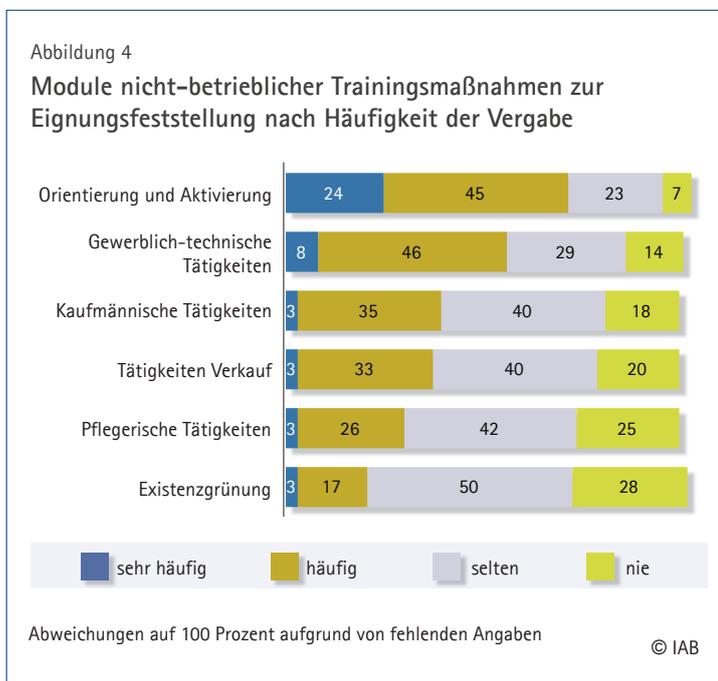


### 3.3 Module nicht-betrieblicher Trainingsmaßnahmen

Die Aufschlüsselung der inhaltlichen Schwerpunkte von nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen weist bereits auf ihre breit gefächerten Einsatzmöglichkeiten hin. Um genaueren Aufschluss über die Trainingsinhalte zu gewinnen, werden im Folgenden die bei der Unterstützung der Selbstsuche, der Eignungsfeststellung und Kenntnisvermittlung eingesetzten Lernmodule detailliert betrachtet.



Nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen zur Unterstützung der Selbstsuche beinhalten in der Regel ein Bewerbungstraining: Über 80 Prozent der Vermittlungsfachkräfte setzen dies sehr häufig oder häufig ein. Deutlich weniger (44 Prozent) weisen ihre Kunden an Bewerbungscenter. Noch weniger (27 Prozent) machen Vermittlungsfachkräfte von der Möglichkeit Gebrauch, erwerbsfähige Hilfebedürftige durch Schulungen zur Existenzgründung zu fördern. Selbstvermarktungsstrategien für Akademiker spielen im Kundenkreis der Bezieher von Arbeitslosengeld II kaum noch eine Rolle: Die Mehrheit (72 Prozent) hat im genannten Zeitraum keine solche Maßnahme vergeben.



Auch bei den Modulen zur Eignungsfeststellung lässt sich aus der Häufigkeit der Vergabe auf eine Bedeutungshierarchie schließen. Abbildung 4 zeigt, dass Trainingsmaßnahmen vor allem die allgemeine Orientierung und Aktivierung von erwerbsfähigen Hilfebedürftigen unterstützen sollen. Unter den berufsfeldbezogenen Maßnahmen überwiegt die Vorbereitung auf gewerblich-technische Tätigkeiten. Die Eignungsfeststellung für Dienstleistungstätigkeiten (kaufmännische Tätigkeiten, Verkauf, pflegerische Tätigkeiten und Hotel- und Gastronomiegewerbe) wird deutlich weniger eingesetzt. Die Eignung von potenziellen Existenzgründern wurde von fast 80 Prozent der Vermittlungsfachkräfte selten oder überhaupt nie durch eine Maßnahmeteilnahme geprüft. Ein Grund dafür könnte der geringe Anteil potenziell geeigneter oder interessierter Personen sein.

Berufsfachliche Kenntnisse werden insbesondere für Tätigkeiten in der Lagerhaltung/Logistik wie auch für gewerblich-technische Tätigkeiten geschult. Eine etwas geringere Rolle spielen Schulungen für die Bereiche EDV, Verkauf sowie für kaufmännische Tätigkeiten. In einem etwas größeren Abstand folgen Vorbereitungskurse für pflegerische Tätigkeiten, für das Wachgewer-

be, für das Hotel- und Gastronomiegewerbe sowie für eine Existenzgründung. Vergleichsweise geringe Bedeutung haben Qualifizierungen für kaufmännisches Englisch. Diese wurden von mehr als 90 Prozent der Befragten selten oder überhaupt nie genutzt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Während nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen zur Kenntnisvermittlung gezielt auf spezifische Berufsfelder zugeschnitten sind, dienen Maßnahmen zur Eignungsfeststellung vor allem der allgemeinen Berufsorientierung und Aktivierung von erwerbsfähige Hilfebedürftigen. Die Überprüfung ihrer Eignung für bestimmte Berufsfelder hat demgegenüber eine nachrangige Bedeutung. Maßnahmen zur Unterstützung der Selbstsuche beinhalten vor allem ein allgemeines Bewerbungstraining.

## 4. Ziele von Trainingsmaßnahmen

Der Einsatz von Trainingsmaßnahmen durch Vermittlungsfachkräfte ist immer auch vor dem Hintergrund der im SGB II verankerten Ziele und Aufgaben zu bewerten. Neben der Förderung der Eingliederung in den Arbeitsmarkt kann die Teilnahme an arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen auch auf eine persönliche oder soziale Stabilisierung abzielen. Zudem dürfte die Überprüfung der Arbeitsbereitschaft von Kunden im Kontext des SGB II von hervorgehobener Bedeutung sein, da die Forderung nach der aktiven Mitwirkung von erwerbsfähigen Hilfebedürftigen an allen Eingliederungsmaßnahmen in § 2 SGB II explizit normiert ist. Ferner können Trainingsmaßnahmen, deren Zeitdauer auf maximal zwölf Wochen begrenzt ist, auch Bestandteil einer umfassenderen Eingliederungsstrategie sein, die von vorne herein Anschlussmaßnahmen vorsieht. In welcher Relation diese Zielsetzungen zueinander stehen, soll im Folgenden gezeigt werden. Dabei wird auch eine mögliche Ausrichtung auf besondere Zielgruppen wie unter 25-Jährige und schwer Vermittelbare eingegangen. Abbildung 6 zeigt den Anteil der Befragten, die die genannten Ziele als „sehr wichtig“ einstufen.

### 4.1 Ziele von Trainingsmaßnahmen

In der Förderpraxis der Vermittlungsfachkräfte ist die Beendigung der Arbeitslosigkeit von erwerbsfähigen Hilfebedürftigen das vorrangige Ziel. Für 67 Prozent der Befragten hat eine unmittelbare Integration in Beschäftigung einen sehr hohen Stellenwert. Demgegenüber erscheint eine persönliche Stabilisierung von Kunden durch die Teilnahme an Trainingsmaßnahmen als weniger bedeutsam: 39 Prozent der Vermittlungsfachkräfte stufen dieses Ziel als sehr wichtig ein. Fast genau so viele (37 Prozent) erachten eine Überprüfung der Verfügbarkeit und

Abbildung 5

### Module nicht-betrieblicher Trainingsmaßnahmen zur Kenntnisvermittlung nach Häufigkeit und Vergabe

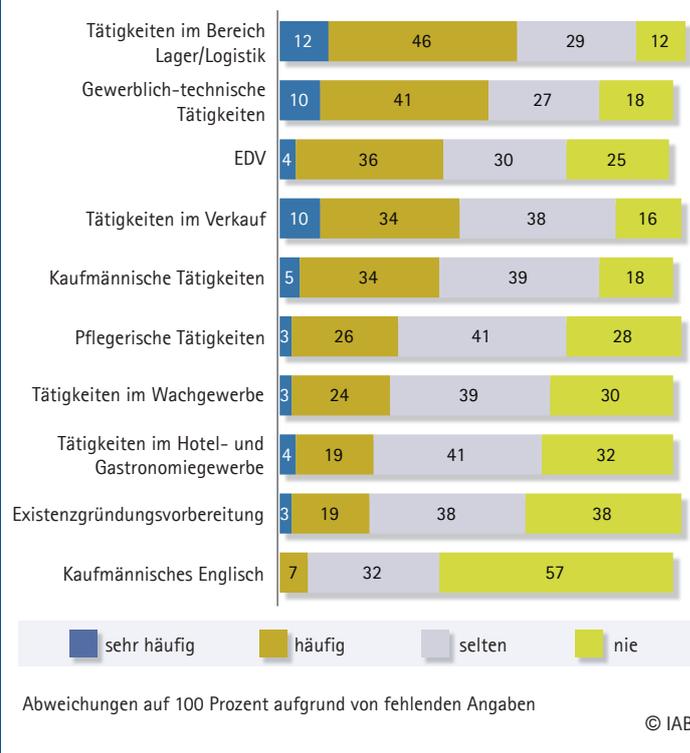
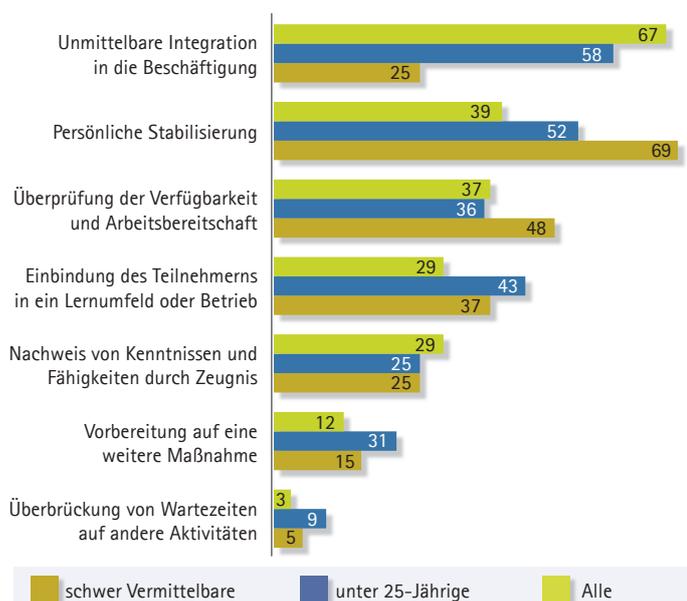


Abbildung 6

### Ziele von Trainingsmaßnahmen für unterschiedliche Zielgruppen

Anteil der Befragten in Prozent, die jeweiliges Ziel als sehr wichtig betrachten



© IAB

Arbeitsbereitschaft von erwerbsfähigen Hilfebedürftigen als sehr wichtig.

Von geringerer Bedeutung sind der Nachweis von Kenntnissen und Fähigkeiten durch Zeugnisse (29 Prozent „sehr wichtig“) sowie die Einbindung des Teilnehmers in ein Lernumfeld oder einen Betrieb (ebenfalls 29 Prozent). Seltener sollen Trainingsmaßnahmen der Vorbereitung auf eine weitere Maßnahme der aktiven Arbeitsmarktpolitik (12 Prozent) oder der Überbrückung von Wartezeiten auf andere Aktivitäten (3 Prozent) dienen. In einer offenen Nachfrage nannten die Vermittlungsfachkräfte weitere Ziele, die sie mit dem Einsatz von Trainingsmaßnahmen verbinden. Sie dienen beispielsweise auch der Kenntnisvermittlung sowie der allgemeinen Erhöhung von Integrationschancen, wenn auch keiner direkten Vermittlung in Arbeit. Außerdem soll durch die Teilnahme an Trainingsmaßnahmen die Motivation der Kunden erhöht werden.

#### 4.2 Ziele von Trainingsmaßnahmen für unter 25-Jährige

Die Zielsetzungen für die unter 25-Jährigen weichen in einigen Punkten von der allgemeinen Einschätzung ab. Das von den meisten Vermittlungsfachkräften als sehr wichtig eingestufte Ziel ist zwar auch hier die unmittelbare Integration in Beschäftigung (58 Prozent). Es wird jedoch fast ebenso oft die Vorbereitung auf eine Ausbildung (57 Prozent) genannt. Dieser Aspekt wurde nur für die Zielgruppe der unter-25-Jährigen abgefragt und ist daher nicht in Abbildung 6 enthalten. Ferner wird die persönliche Stabilisierung der Maßnahmeteilnehmer von einer knappen Mehrheit (52 Prozent) als sehr wichtig eingestuft. Dies gilt auch für das Ziel der sozialen Stabilisierung durch die Einbindung der Kunden in ein Lernumfeld oder einen Betrieb: 43 Prozent der Befragten bezeichnen dies als sehr wichtig. Auch bei den jungen Erwachsenen erlangt die Überprüfung der Verfügbarkeit und Arbeitsbereitschaft einen ähnlich hohen Stellenwert in der Wichtigkeitshierarchie der Befragten (36 Prozent). Der Nachweis von Kenntnissen und Fähigkeiten durch ein Zeugnis liegt etwas unter dem entsprechenden Anteilswert für alle Kunden. Die Vorbereitung auf eine weitere Maßnahme liegt hingegen für unter 25-Jährige mit einem Anteil von 21 Prozent etwas höher. Mit Blick auf eine anzustrebende berufliche Qualifizierung von jungen Erwachsenen dienen Trainingsmaßnahmen hier öfter als Baustein in einer umfassenderen Förderstrategie. Die Überbrückung von Wartezeiten auf andere Aktivitäten beurteilen schließlich 9 Prozent der Vermittlungsfachkräfte als sehr wichtig, also ebenfalls ein größerer Anteil als in der Einschätzung für die Gesamtheit aller Kundengruppen.

Als weitere Ziele von Trainingsmaßnahmen für unter 25-Jährige wurde in den offen erfragten Einschätzungen neben der Erhöhung der allgemeinen Integrationschancen und Motivation noch die Erweiterung sozialer Kompetenzen genannt.

### 4.3 Ziele von Trainingsmaßnahmen für schwer Vermittelbare

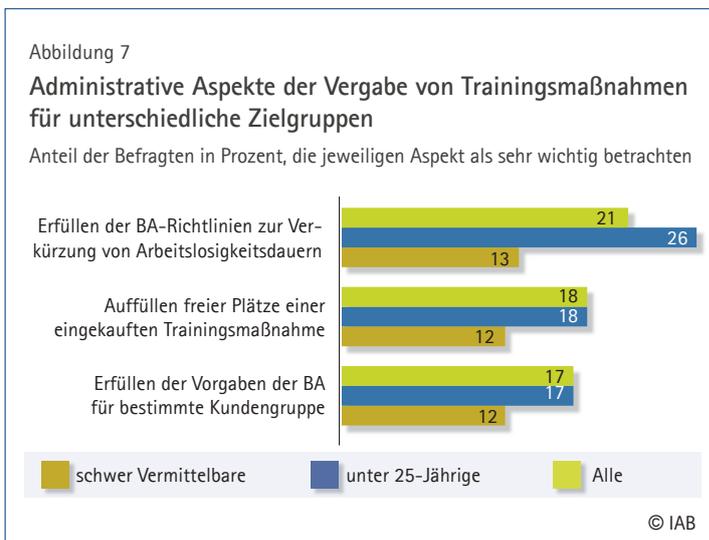
Auch die Zielsetzungen für die Gruppe der schwer Vermittelbaren unterscheiden sich teilweise recht deutlich von den Bewertungen, die für die Gesamtheit der Kunden abgegeben werden. Hier liegt die unmittelbare Arbeitsmarkteingliederung (25 Prozent „sehr wichtig“) deutlich hinter einer persönlichen Stabilisierung der Teilnehmer, die 69 Prozent der Vermittlungsfachkräfte als sehr wichtig erachten. Auch die Überprüfung der Verfügbarkeit und Arbeitsbereitschaft ist in diesem Kundensegment von größerer Bedeutung: 48 Prozent der Befragten bewerten diesen Aspekt als sehr wichtig. Zudem hielten 25 Prozent den Nachweis von Kenntnissen und Fähigkeiten, weitere 15 Prozent die Vorbereitung auf eine weitere Maßnahme und 5 Prozent die Überbrückung von Wartezeiten auf andere Aktivitäten für sehr wichtige Ziele.

Neben den bereits genannten Aspekten spielt in den offenen Angaben noch die allgemeine Verbesserung der Integrationschancen eine wichtige Rolle. Weiterhin betrachten die Befragten die Förderung von Motivation und Arbeitsbereitschaft sowie die Erweiterung sozialer Kompetenzen als sehr wichtig. Im Gesamtbild lässt sich festhalten, dass Trainingsmaßnahmen für schwer Vermittelbare eher auf die Verbesserung von Arbeitsmarktkenntnissen jenseits von berufsfachlichen Kenntnissen zielen.

### 4.4 Administrative Aspekte der Vergabe von Trainingsmaßnahmen

Neben stärker auf die individuelle Förderung von Kunden ausgerichtete Zielsetzungen können in Entscheidungen über den Einsatz von Trainingsmaßnahmen auch administrative Vorgaben einfließen.

Aus Abbildung 7 geht hervor, dass bei der Vergabe von Trainingsmaßnahmen insbesondere die BA-Richtlinien zur Verkürzung von Arbeitslosigkeitsdauern (z.B. Sofortangebote) von den Vermittlungsfachkräften zu berücksichtigen sind. Rund 20 Prozent stufen diese Vorgabe als sehr wichtig ein. Auch die Besetzung von freien Maßnahmeplätzen spielt hierfür eine Rolle: 18 Prozent der Vermittlungsfachkräfte halten diesen Aspekt für sehr wichtig. Ähnliches gilt für die Erfüllung der Vorgaben der BA für bestimmte Kundengruppen (17 Prozent).



Leichte Unterschiede zeichnen sich ab, wenn die Vergabe von Trainingsmaßnahmen für die Zielgruppe der unter 25-Jährigen betrachtet wird. Die Erfüllung der BA-Richtlinien spielt zur Verkürzung der Arbeitslosigkeitsdauer eine etwas wichtigere Rolle (25 Prozent). Des Weiteren halten es jeweils etwas weniger als 20 Prozent für sehr wichtig, freie Plätze einer eingekauften Maßnahme aufzufüllen und die Vorgaben der BA für bestimmte Zielgruppen zu erfüllen.

Fachkräfte, die Trainingsmaßnahmen für schwer Vermittelbare vergeben haben, messen administrativen Aspekten hingegen einen weitaus geringeren Stellenwert bei: lediglich jeweils etwas mehr als 10 Prozent bewerten die genannten Aspekte als sehr wichtig.

## 5. Vergabeverfahren

### 5.1 Vergabe der Maßnahmen in unterschiedlichen Phasen des Kundenkontakts

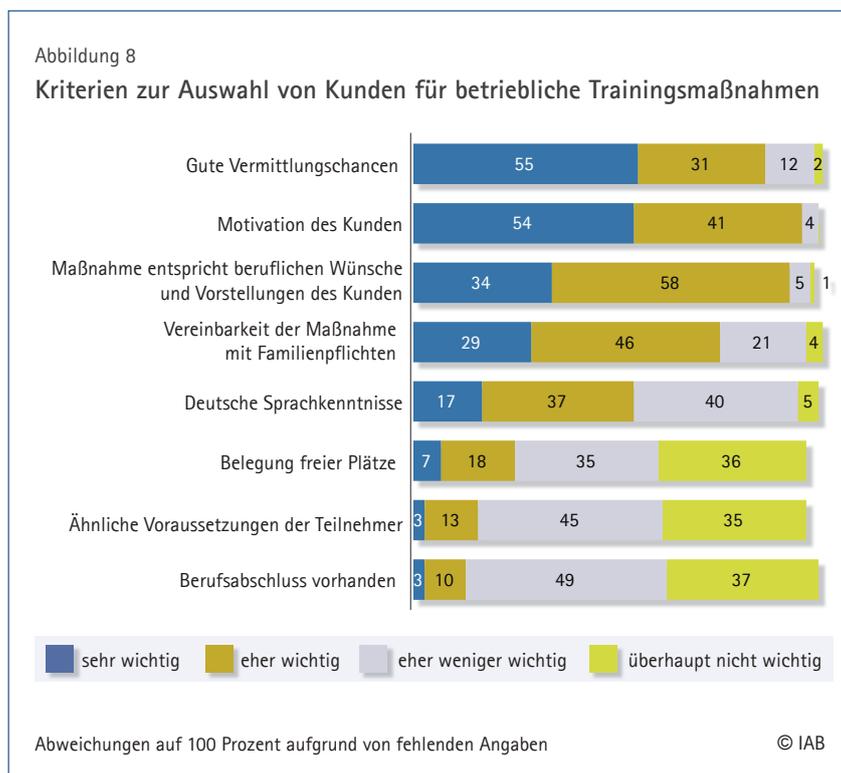
Eignungsfeststellungs- und Trainingsmaßnahmen können in unterschiedlichen Phasen des Kundenkontakts – bereits beim Erstkontakt, nach mehreren Kontakten oder nach Durchführung eines umfassenden Profilings – angeboten werden. Wie sich zeigt, vergeben Vermittlungsfachkräfte die Maßnahmen nur selten bereits nach dem ersten Gespräch: Etwas mehr als 15 Prozent der Befragten geben an, Kunden häufig oder sehr häufig beim Erstkontakt in Maßnahmen zu vermitteln. In der Regel gehen dem Einsatz einer Trainingsmaßnahme mehrere Kontakte (77 Prozent) oder ein Profiling voraus (61 Prozent).

### 5.2 Kriterien zur Auswahl von Kunden für Trainingsmaßnahmen

Welche Kunden kommen aus Sicht der Vermittler nun eher für betriebliche und welche eher für nicht-betriebliche Angebote in Frage? Um dies zu beantworten, sollten die Vermittler beurteilen, wie wichtig individuelle Kundenmerkmale für die Vergabe von betrieblichen und nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen sind (Abbildung 8 und Abbildung 9).

Bei der Auswahl von Kunden für betriebliche Trainingsmaßnahmen stehen vor allem deren Vermittlungsaussichten sowie ihre Motivation zur Teilnahme im Vordergrund. Über 50 Prozent der Vermittlungsfachkräfte bewerten diese beiden Auswahlkriterien als sehr wichtig. Diese werden ebenfalls für nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen als bedeutsam eingeschätzt, aber mit jeweils rund 40 Prozent von deutlich weniger Befragten. Dass die Maßnahme den beruflichen Wünschen und Vorstellungen des Kunden entspricht, wird für Teilnehmer an betrieblichen Trainingsmaßnahmen im Durchschnitt als etwas wichtiger empfunden als für Teilnehmer an

nicht-betrieblichen Angeboten, die je nach angebotenen Maßnahmemodul oftmals aber auch keine berufsspezifischen Inhalte vermitteln. Für die Teilnehmer von nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen scheint es dagegen von größerer Bedeutung zu sein, dass sie über deutsche Sprachkenntnisse verfügen und dass die Teilnahme an der Maßnahme mit ihren Familienpflichten vereinbar ist. Diese Aspekte der Auswahl von Kunden werden dagegen bei betrieblichen Trainingsmaßnahmen etwas seltener als wichtig eingestuft. Ähnliche Voraussetzungen der Teilnehmer sowie eine schnelle Belegung freier Plätze sind eher nebensächlich für die Auswahl von Kunden. Dass potenzielle Teilnehmer über einen Berufsabschluss



verfügen, wird von fast 90 Prozent als eher unwichtig oder sogar überhaupt nicht wichtig empfunden. Dieses Ergebnis überrascht insofern, als bisherige Forschungsarbeiten zumindest für betriebliche Trainingsmaßnahmen eine höhere Teilnahmewahrscheinlichkeit von besser Qualifizierten feststellen (Bernhard et al 2006). Eine mögliche Erklärung ist, dass die Vermittlungschancen von Kunden vor dem Hintergrund ihres gesamten Personenprofils eingeschätzt werden, so dass einzelne Merkmale wie Berufsabschluss eine geringere Rolle spielen.

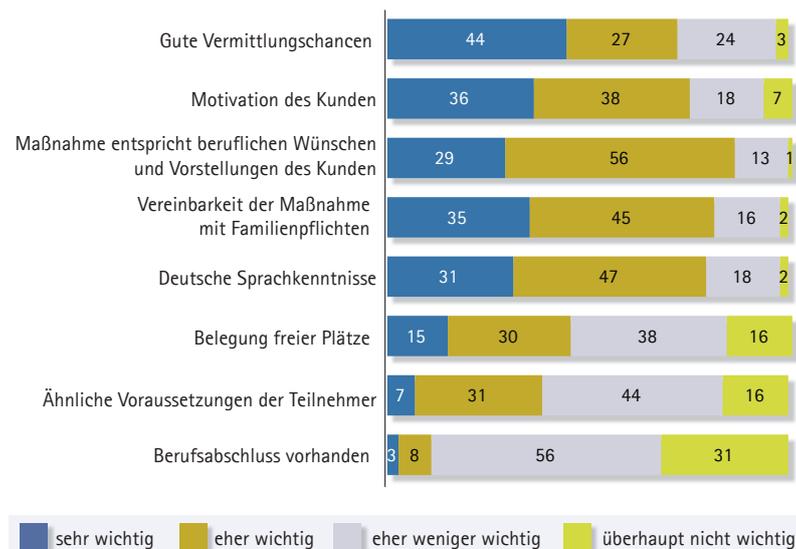
Als wesentliches Ergebnis lässt sich festhalten, dass Vergabekriterien für betriebliche und nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen durchaus differenziert bewertet werden. Dies ist sicher in Zusammenhang mit den unterschiedlichen Zielsetzungen zu sehen. Betriebliche Trainingsmaßnahmen scheinen in den Augen der Vermittlungsfachkräfte eher als Sprungbrett in Beschäftigung wahrgenommen zu werden, so dass sie vor allem Kunden auswählen, die bereits über gute Integrationschancen verfügen. Nicht-betriebliche Kurse werden dagegen eher zur Förderung der individuellen Beschäftigungsfähigkeit der erwerbsfähigen Hilfebedürftigen eingesetzt, um zunächst die Integrationsvoraussetzungen der Kunden zu verbessern.

### 5.3 Initiative zur Teilnahme an Trainingsmaßnahmen

An den Eingliederungsschritten von erwerbsfähigen Hilfebedürftigen können mehrere Instanzen beteiligt sein. Die Initiative zur Teilnahme an Trainingsmaßnahmen kann sowohl von Vermittlungsfachkräften und Fallmanagern als auch von anderen Beratungseinrichtungen, potenziellen Arbeitgebern und nicht zuletzt auch von den Kunden selbst ausgehen. Die Ergebnisse zeigen, wie häufig bestimmte Akteure die Vergabe einer Trainingsmaßnahme forcieren. Im Folgenden wird wiederum zwischen betrieblichen und nicht-betrieblichen Maßnahmen differenziert (Abbildung 10).

Abbildung 9

#### Kriterien zur Auswahl von Kunden für nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen



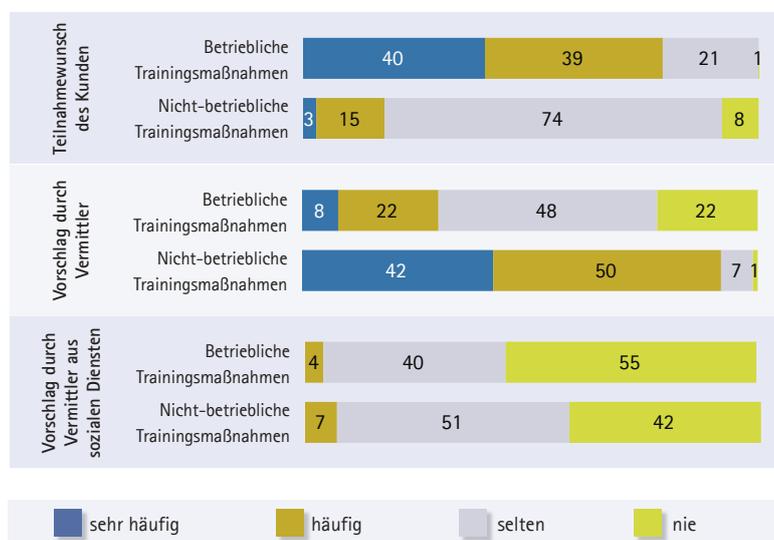
Abweichungen auf 100 Prozent aufgrund von fehlenden Angaben

© IAB

Abbildung 10

#### Initiative zur Teilnahme an betrieblichen und nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen

Anteile in Prozent



Abweichungen auf 100 Prozent aufgrund von fehlenden Angaben

© IAB

Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Maßnahmetypen: Während rund 40 Prozent der Befragten angeben, dass die Kunden sehr häufig selbst den Wunsch äußern, an einer betrieblichen Trainingsmaßnahme teilzunehmen, geht die Initiative zur Teilnahme an nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen sehr selten oder nie von den Kunden selbst aus. Bei letzteren steht die Initiative der Vermittler stärker im Vordergrund. Über 90 Prozent der Befragten sprechen potenzielle Kunden häufig oder sehr häufig gezielt auf eine Teilnahme an einer nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahme an.

Die Befunde weisen darauf hin, dass sich Kunden von der Teilnahme an einer betrieblichen Trainingsmaßnahme erhoffen, potenzielle Arbeitgeber von ihren Fähigkeiten überzeugen zu können und in ein festes Beschäftigungsverhältnis übernommen zu werden. Nicht-betriebliche Trainingsmaßnahmen werden von den Arbeitssuchenden wohl eher weniger mit einer unmittelbaren Verbesserung ihrer Integrationschancen in Verbindung gebracht. Eine weitere Erklärung kann sein, dass sich vor allem Kunden, die aktiv auf Stellensuche sind, um eine betriebliche Trainingsmaßnahme bemühen, während Kunden, die weniger Eigenaktivitäten entwickeln, eher dazu neigen, Vorschläge seitens der Vermittlungsfachkräfte abzuwarten.

Berater aus sozialen Diensten sind nur selten in die Anbahnung von Trainingsmaßnahmen involviert. Einige Befragte merken zudem an, dass Vorschläge zur Teilnahme an betrieblichen oder nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen auch aus dem privaten Umfeld der Betroffenen, von Betreuern, von anderen Stellen oder von Führungskräften der Träger ausgehen. Zum Teil schlagen auch Bildungs- und Maßnahmeträger die Teilnahme eines Kunden vor. Außerdem geht die Initiative zur Teilnahme an nicht-betrieblichen Trainingsmaßnahmen gelegentlich auch von möglichen Arbeitgebern aus, die eine Einstellungszusage an den Erwerb bestimmter Qualifikationen knüpfen.

Bei betrieblichen Trainingsmaßnahmen ist zu berücksichtigen, dass auch Arbeitgeber Interesse am Einsatz von Maßnahmeteilnehmern in ihrem Betrieb haben können. Fast drei Viertel der Befragten (72 Prozent) geben an, dass potenzielle Arbeitgeber häufig bis sehr häufig Kunden auffordern, sich darum zu kümmern, im Betrieb eine Trainingsmaßnahme absolvieren zu können. Dieses Ergebnis kann auf mögliche Mitnahmeeffekte bei der Vergabe von Trainingsmaßnahmen hinweisen. So wird oftmals argumentiert, dass die staatliche Förderung von betriebsgebundenen Maßnahmen als unverbindliche Probearbeit von solchen Bewerbern genutzt wird, die auch ohne Maßnahmebeteiligung eingestellt werden können. In diesem Fall dient die Trainingsmaßnahme nicht primär der Verbesserung der individuellen Eingliederungschancen erwerbsfähiger Hilfebedürftiger, sondern eher der Verringerung von Einarbeitungskosten der Betriebe. Für diese Interpretation spricht auch, dass sich einige Arbeitgeber stark für die Förderung bestimmter Personen durch Trainingsmaßnahmen einsetzen, während sie seltener personenunabhängig Trainingsmaßnahmen in ihrem Betrieb initiieren.

Etwa 60 Prozent der Vermittlungsfachkräfte fordern Kunden häufig oder sehr häufig dazu auf, sich selbst einen Platz für eine betriebliche Trainingsmaßnahme zu suchen. Möglicherweise wird auf diese Weise die Bereitschaft der Kunden, sich im Eingliederungsprozess zu engagieren, überprüft.

## 6. Qualitätssicherung von Trainingsmaßnahmen

Ob erwerbsfähige Hilfebedürftige durch die Teilnahme an Trainingsmaßnahmen ihre Eingliederungschancen verbessern können, hängt nicht zuletzt von der Qualität der Schulung ab. Kriterien wie inhaltliche Ausgestaltung, didaktische Umsetzung und Ausstattung der Schulungsräume liegen zwar in der Hand der Maßnahmeträger oder Betriebe. Die Grundsicherungsträger können jedoch über die Evaluation von Kursen und Anbietern Qualitätssicherung betreiben.

### 6.2 Überprüfung der Qualität der Maßnahmen

Auswertungsgespräche mit den Maßnahmeteilnehmern sind die am meisten genutzte Variante zur Qualitätsprüfung: Über 90 Prozent der Befragten führen mit ihren Kunden abschließende Gespräche über den Verlauf der Maßnahme. Weitere Möglichkeiten zur Evaluation der Maßnahmeangebote werden von den Fachkräften vergleichsweise seltener wahrgenommen: Etwas weniger als 20 Prozent statten den Maßnahmeträgern häufig oder sehr häufig einen Besuch ab. Ein ähnlich großer Anteil zieht Teilnehmerbefragungen seitens der SGB-II-Träger oder der Maßnahmeanbieter heran. Mehr als 30 Prozent ermitteln die Abbruchquoten der Teilnehmer. Darüber hinaus nennen Vermittlungsfachkräfte die Auswertung des Abschlussberichts des Maßnahmeträgers oder die Prüfung der Integrationsquoten nach Ende der Maßnahme als weitere Möglichkeit der Evaluation.

### 6.3 Mängel und Ausschluss von Maßnahmeträgern

Als Resultat der Qualitätssicherung gaben etwas mehr als ein Viertel der Befragten an, dass Maßnahmeanbieter aufgrund von Mängeln nicht mehr bei Auftragsvergaben berücksichtigt wurden. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Am häufigsten werden inhaltliche Mängel, der Einsatz nicht hinreichend qualifizierter Lehrkräfte sowie eine unzureichende Betreuung der Maßnahmeteilnehmer genannt. Auch räumliche, technische und organisatorische Mängel werden festgestellt. Des Weiteren werden Maßnahmeträger aufgrund einer schlechten Preis-Leistungs-Relation, einer nicht zufriedenstellenden Zusammenarbeit mit dem Grundsicherungsträger oder negativen Rückmeldungen durch die Kunden nicht weiter bei der Auftragsvergabe berücksichtigt.



## 7. Fazit und Ausblick

Dieser Bericht präsentiert erste Ergebnisse einer Befragung zur Ausgestaltung und Vergabe von Eignungsfeststellungs- und Trainingsmaßnahmen für erwerbsfähige Hilfebedürftige. Die Befunde beschreiben den Einsatz von Maßnahmetypen durch Vermittlungsfachkräfte, die inhaltlichen Trainingsschwerpunkte, Zielsetzungen und Vergabeverfahren sowie Formen der Qualitätssicherung. Welche Erkenntnisse und Schlussfolgerungen lassen sich nun aus den Ergebnissen ziehen? Welche Fragen für weiterführende Analysen werfen sie auf?

Der Einsatz des betrachteten Förderinstruments ist ein fester Bestandteil im Angebotsrepertoire der Vermittlungsfachkräfte. Die große Mehrheit der Befragten hat im Referenzzeitraum Kunden mit betrieblichen wie auch mit nicht-betrieblichen Maßnahmen gefördert. Trotz des großen Zeit- und Vermittlungsdrucks, der insbesondere auf den Fachkräften in den SGB-II-Verwaltungsorganisationen lastet, fallen Entscheidungen über einen Maßnahmeeinsatz in der großen Mehrheit der Fälle erst nach mehreren Kontakten zu Kunden oder sogar erst nach einem umfassenden Profiling. Aus der Gesamtbewertung der Befunde ergibt sich ein erster Eindruck, wie Arbeitsuchende aus Sicht der Vermittlungsfachkräfte in Trainingsmaßnahmen „sortiert“ werden. In betrieblichen Maßnahmen kommen demnach verstärkt Kunden zum Zug, deren Vermittlungschancen als gut eingestuft werden und die als motiviert gelten. Dies wird auch durch die Einschätzung untermauert, dass Kunden häufig selbst den Teilnahmewunsch äußern. Der Zweck der Maßnahme richtet sich insbesondere auf die Prüfung von Kenntnissen, Fähigkeiten und Leistungsvermögen. Als Ziel steht die unmittelbare Integration in Beschäftigung im Vordergrund. Diskussionswürdig ist allerdings eine mögliche Einflussnahme von Arbeitgebern, die Kunden ihrerseits auffordern, sich um den Einsatz einer Trainingsmaßnahme zu bemühen. Dieser Befund nährt die Befürchtung, dass es beim Einsatz von betrieblichen Trainingsmaßnahmen durchaus zu Mitnahmeeffekten kommen kann.

Neben einer unmittelbaren Erwerbsintegration zielen Trainingsmaßnahmen für Kunden mit einem höheren Bedarf an Betreuung stärker auf eine persönliche und soziale Stabilisierung. Diese Förderziele werden insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene als auch für schwer Vermittelbare als wichtig erachtet. Trainingsmaßnahmen unterscheiden sich folglich für bestimmte Personengruppen in ihrem intendierten Nutzungsprofil. Unterstellt man, dass eine persönliche Stabilisierung nicht kurzfristig zu erwarten ist, so stellt sich die Frage, ob Trainingsmaßnahmen mit einer gesetzlich festgelegten Höchstdauer von zwölf Wochen dafür tatsächlich das geeignete Instrument sind. Um dies aufzuklären, wäre eine weiterführende Studie wünschenswert.

Schließlich soll noch kurz das Verhältnis von administrativen Zielen wie etwa die Umsetzung von BA-Richtlinien zu kunden- und zielgruppenorientierten Zielen (individuelle Förderung und Motivation) angesprochen werden. Im Zuge der Diskussion um die Rahmenbedingungen und die Ausgestaltung der Förderung von Arbeitsuchenden wird die Frage aufgeworfen, ob möglicherweise administrative Vorgaben vorrangig sind vor dem Ziel, erwerbsfähige Hilfebedürftige passgenau nach dem individuellen Bedarf zu fördern. Mit Blick auf den Einsatz von Trainingsmaßnahmen kann diese Annahme nicht untermauert werden. Aus Sicht der Vermittler spielen administrative Ziele beim Einsatz von Trainingsmaßnahmen eine geringere – wenn auch nicht gänzlich unwichtige – Rolle als rein fallbezogene Ziele.

Diese ersten deskriptiven Befunde aus der Studie „Einsatz von Trainingsmaßnahmen für erwerbsfähige Hilfebedürftige“ liefern bereits wertvolle Einsichten in die Vergabepaxis der Vermittlungsfachkräfte. Die Analysen sollen im nächsten Schritt für einen umfassenderen Forschungsbericht noch vertieft werden. Im Mittelpunkt steht dann die Frage, wie die Arbeitsmarktlage im Umkreis der Grundsicherungsträger und der berufliche Hintergrund der Vermittlungsfachkräfte den Einsatz und die Ausrichtung von Trainingsmaßnahmen beeinflussen.

## Literatur

Bernhard, Sarah; Wolff, Joachim und Jozwiak, Eva (2006): Selektivität bei der Zuweisung erwerbsfähiger Hilfebedürftiger in Trainingsmaßnahmen oder zu privaten Vermittlungsdienstleistern. In: Zeitschrift für ArbeitsmarktForschung, Jg. 39, H. 3/4, S. 533-556.

Jozwiak, Eva und Wolff, Joachim (2007): Wirkungsanalyse: Kurz und bündig - Trainingsmaßnahmen im SGB II. IAB-Kurzbericht 24/2007, Nürnberg.

Kurtz, Beate (2003): Trainingsmaßnahmen – Was verbirgt sich dahinter? IAB Werkstattbericht Nr. 8

Statistik der Bundesagentur für Arbeit, 2008a: Einsatz ausgewählter arbeitsmarktpolitischer Instrumente in Deutschland. Jahreszahlen 2007, Nürnberg.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit, 2008b: Einsatz ausgewählter arbeitsmarktpolitischer Instrumente in Deutschland – SGB II. Jahreszahlen 2007, Nürnberg.

