

Bildungsgutscheine: Auswirkungen auf Angebot und wirtschaftliche Situation von Weiterbildungsanbietern in Ost und West

STEFAN KOSCHECK

► Mit der Einführung von Bildungsgutscheinen im Rahmen der Gesetze für moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt wurde die Weiterbildungsförderung nach SGB III ab 2003 neu strukturiert. Ziel war es insbesondere, Wettbewerb und Transparenz zu schaffen sowie die Qualität der Bildungsmaßnahmen zu verbessern. Die Ergebnisse der *wbmonitor*-Umfrage 2009 geben Aufschluss darüber, wie Anbieter die damit verbundenen Auswirkungen einschätzen.¹

DIFFERENZIERTES ANGEBOT DURCH VERÄNDERTE NACHFRAGE

Mit den neu eingeführten Bildungsgutscheinen wurden die geförderten Bildungsziele stärker an den individuellen Weiterbildungsbedarfen ausgerichtet. Die Anbieterwahl liegt seitdem bei den geförderten Personen selbst. Infolge der veränderten Nachfrage, etwa nach spezielleren oder bislang nicht angebotenen Bildungszielen,

¹ Für eine ausführlichere Ergebnisdarstellung siehe KOSCHECK/OHLY/SCHADE 2010.

wbmonitor ist eine gemeinsam vom BIBB und dem Deutschen Institut für Erwachsenenbildung – Leibniz-Zentrum für lebenslanges Lernen (DIE) bundesweit durchgeführte Online-Umfrage unter Weiterbildungsanbietern, die jährlich im Mai stattfindet. 2009 nahmen 1525 Weiterbildungseinrichtungen am *wbmonitor* teil. Die Angaben der Umfrageteilnehmenden wurden auf die dem *wbmonitor* zum Umfragezeitpunkt bekannte Grundgesamtheit existierender Anbieter in Deutschland (16.200) gewichtet und hochgerechnet.

geben bundesweit zwei Drittel aller Anbieter an, ihr Angebot angepasst zu haben (vgl. Abb. 1), wobei in den neuen Bundesländern der Anteil der Anbieter mit Angebotsanpassungen mit 77 Prozent insgesamt über dem Bundesdurchschnitt (67 %) liegt. Besonders stark von Angebotsanpassungen ist die Gruppe mit hohem Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen (50 % und mehr) betroffen; nur einer von zehn Anbietern aus dieser Gruppe konnte auf Anpassungen verzichten.

Offensichtlich in Zusammenhang mit der freien Anbieterwahl sowie den damit verbundenen Vergleichsmöglichkeiten hinsichtlich der Passgenauigkeit des Bildungsangebots verschiedener Anbieter hat sowohl in den alten als auch den neuen Ländern die überwiegende Mehrheit der Anbieter die Zahl der Beratungen (stark) ausgeweitet (bundesweit 79 %). Zudem hat die Diversifizierung und Spezialisierung der individuellen Bildungsziele durch die Bildungsgutscheine bei den meisten Anbietern zu einer (starken) Ausweitung sowohl der Zahl der Kurse (67 %) als auch des Themenangebots (78 %) geführt. Reduziert wurden Anzahl und Themen der Kurse lediglich von elf bzw. sechs Prozent der Anbieter. Dass in den neuen Ländern mehr Anbieter die Anzahl der Plätze je Kurs reduziert (34 %) als ausgeweitet haben (20 %), ist ein Hinweis darauf, dass es sich dort für Anbieter schwieriger darstellt, ihre Kurse auszulasten. In den alten Ländern dagegen wurde die Anzahl der Plätze je Kurs von mehr Anbietern erhöht (ausgeweitet: 18 %; reduziert: 10 %).

UNTERSCHIEDLICHE EINSCHÄTZUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN SITUATION IN OST UND WEST

Der durchschnittliche Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen ist bei Weiterbildungsanbietern in den neuen Ländern mit 34 Prozent doppelt so hoch wie in den alten mit 15 Prozent (bundesweit: 18 %). Entsprechend werden Bildungsgutscheine von den Anbietern auch häufiger akzeptiert (neue Länder: 71 %; alte Länder: 55 %; bundesweit: 60 %). Aufgrund der stärkeren strukturellen Abhängigkeit der Weiterbildungsanbieter von Arbeitsagenturen in den neuen Ländern – vermutlich begründet in geringeren alternativen Finanzierungsmöglichkeiten – sind unterschiedliche Auswirkungen der Einführung der Bildungsgutscheine auf die wirtschaftliche Situation der Anbieter in Ost und West zu erwarten.

Ostdeutsche Weiterbildungsanbieter berichten von einer Verschlechterung ihrer wirtschaftlichen Situation aufgrund der Einführung von Bildungsgutscheinen (vgl. Abb. 2). Vor allem trifft dies auf Anbieter zu, die eine starke finanzielle Abhängigkeit von Arbeitsagenturen aufweisen (50 % und mehr Finanzierungsanteil). Die Öffnung des Marktsegmentes der Förderung der beruflichen Weiterbildung hat für sie die Konkurrenzsituation verschärft.

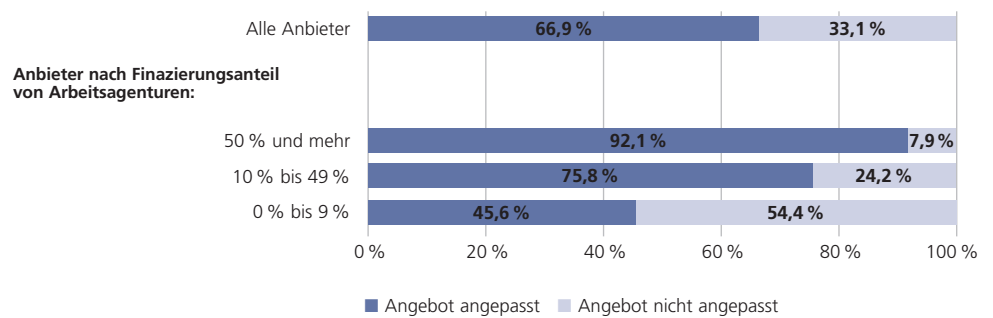
Weiterbildungsanbieter in den alten Bundesländern haben dagegen von der Einführung der Bildungsgutscheine profitiert, insbesondere wenn sie mischfinanziert sind (10–49 % Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen). Offensichtlich ist es Anbietern, deren Kerngeschäft bisher nicht bzw. nicht zum Großteil in der Arbeit für Arbeitsagenturen lag, gelungen, ihre Kurse trotz des mit der AZWV verbundenen administrativen Aufwands für Adressaten mit Bildungsgutscheinen zu öffnen und so die Kursauslastung zu

² Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Geschäftsberichte

steigern und eine zusätzliche Einkommensquelle zu erschließen.

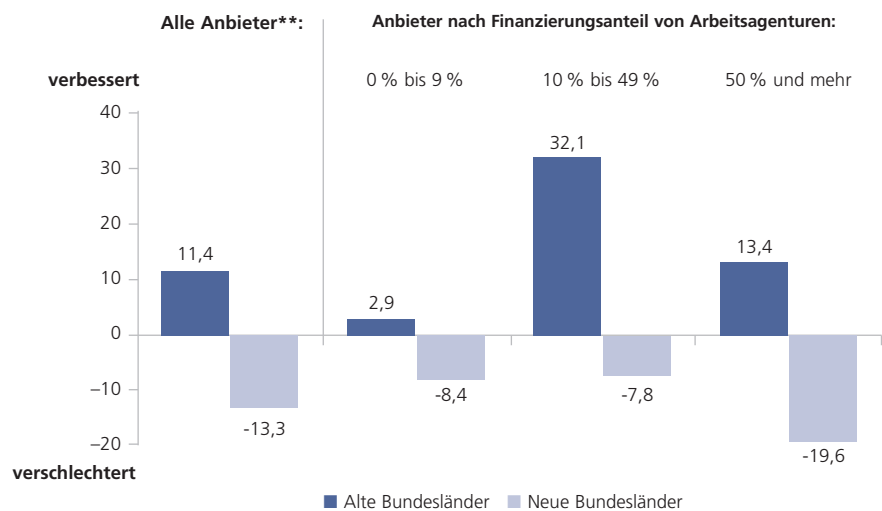
Fazit: Durch die Umstellung auf Bildungsgutscheine wurde die Förderung der beruflichen Weiterbildung nach SGB III stärker adressatenorientiert ausgerichtet. Die Diversifizierung der geförderten Bildungsziele anhand individueller Weiterbildungsbedarfe hat zum einen dazu geführt, dass die meisten Anbieter ihr Angebot an die veränderte Nachfrage angepasst haben. Zum anderen wurde der Markt im SGB-geförderten Weiterbildungsbe- reich für weitere Anbieter geöffnet; insbesondere für solche mit Mischfin- ananzierung. Das Volumen geförderter Personen hat sich somit auf mehr Wei- terbildungsanbieter verteilt. In den alten Bundesländern konnte dies dadurch kompensiert werden, dass die Anzahl der per Bildungsgutschein geförderten Personen inzwischen an- gestiegen ist: Nach zwischenzeitlichem Rückgang lag der Bestand an Personen in Maßnahmen der geförderten beruf- lichen Weiterbildung nach dem SGB im Mai 2009 mit rund 155 Tsd. wie- der deutlich über dem Ausgangsniveau von 2004 (rund 121 Tsd.).² In den neuen Bundesländern wurde dagegen lediglich wieder das Ausgangsniveau erreicht (rund 63 Tsd.), und der Wett- bewerbsdruck hat sich erhöht. Für viele ostdeutsche Weiterbildungsan- bieter ist es daher schwierig Kurse aus- zulasten. Ihre wirtschaftliche Lage hat sich nach eigener Aussage insgesamt verschlechtert. ■

Abbildung 1 **Effekte der Einführung von Bildungsgutscheinen aus Sicht der Anbieter: Anpas- sung des Angebots infolge veränderter Nachfrage**



Quelle: BIBB/DIE-wbmonitor-Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von n = 836 Anbietern

Abbildung 2 **Effekte der Einführung von Bildungsgutscheinen aus Sicht der Anbieter: Veränderung der wirtschaftlichen Situation der Einrichtung***



* Differenz der positiven/negativen Anteilswerte (Saldenwerte). Sie gibt die Richtung und Stärke des Einflusses an.

** Beispiel zu „Alle Anbieter“: Der Anteil der Anbieter, die angeben, die Einführung der Bildungsgutscheine habe die wirtschaftliche Situation ihrer Einrichtung verbessert, übersteigt um 11,4 Prozentpunkte den Anteil der Anbieter, die eine Verschlechterung melden.

Quelle: BIBB/DIE-wbmonitor-Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von n = 863 Anbietern

Literatur

KOSCHECK, S.; OHLY, H.; SCHADE, H.-J.: Aus- wirkungen der Einführung von Bildungsgut- schein aus Sicht der Weiterbildungsanbieter. In: BIBB (Hrsg.): Datenreport zum Berufsbil- dungsbericht 2010, Bonn 2010