

Drei Jahre AVGS: Freiheit als Chance

Kommentar von Robert Fischer

Im April 2012 wurde der Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein im Rahmen des damals neuen Zulassungsstandards AZAV eingeführt. Die dreijährige Erfahrung mit dieser Maßnahmenkategorie zeigt: Mit der richtigen Produktstrategie entwickeln AVGS-Maßnahmen großes Potenzial und Wertschöpfung.

Die Einführung des „Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheins in Kombination mit aktivierenden, orientierenden und unterstützenden Maßnahmen“ war eine sinnvolle und logische Reaktion darauf, wie sich die Zielgruppen am Arbeitsmarkt entwickelt haben.

Beispiel Langzeitarbeitslosigkeit: In Berlin waren im Dezember 2014 rund 80 % der Arbeitslosen dem Rechtskreis SGB III zugeordnet, d. h. seit mehr als einem Jahr arbeitslos. Für viele dieser Personen ist eine Förderung beruflicher Weiterbildung nach [§ 81 ff SGB III](#) alleine nicht der Schlüssel zur Integration in den Arbeitsmarkt. Häufig liegen (oft mehrfache) persönliche Vermittlungshemmnisse vor, die es zunächst zu beseitigen gilt. Solche Personen individuell bei der Lösung von Problemen zu unterstützen, zu aktivieren und motivieren, wurde erst durch die gesetzliche Verankerung dieses Instrumentes im [§ 45 SGB III](#) möglich.

Für Sie als Träger der Arbeitsförderung erschließt diese Maßnahmenform die Möglichkeit zur Akquise eines zusätzlichen Teilnehmerpotenzials. Das sollten Sie auch für sich nutzen, denn ein Engagement in diesem Förderinstrument hat noch weitere Vorteile:



Wünsche oder Hinweise? - Schreiben Sie mir!
[robert.fischer\[at\]strategiehorizont.de](mailto:robert.fischer[at]strategiehorizont.de)

1. Inhaltliche Gestaltungsfreiheit:

Bei Auswahl und Gestaltung der Maßnahmenangebote haben Sie inhaltlich wie methodisch freie Hand. Wenn die Ziele positiven Einfluss auf den regionalen Arbeitsmarkt haben, sind auch Kurse zur gesunden Ernährung, Yoga, systemische Coachings oder Berufsorientierung möglich. Um eine für die Zielgruppe sinnvolle Maßnahmen zu entwickeln, müssen Sie allerdings im Vorfeld der Maßnahmenkonzeption eines der [möglichen Maßnahmenziele](#) festlegen. Das ist gut zu überlegen.

2. Individualität und Kundennähe

Auch in anderer Hinsicht haben Sie Freiheit: Die Umsetzung kann in der Gruppe oder in Einzelsitzungen mit den Teilnehmern (Face-to-Face) stattfinden. Gerade durch solche Einzelmaßnahmen, etwa systemische Coachings, können Hemmnisse individuell bearbeitet werden. Sie lernen den Teilnehmer genau kennen und bauen Vertrauen auf: beste Voraussetzungen für eigene Anschlussprodukte.

3. Keine Kostenzustimmung der BA

FbW-Maßnahmen dürfen die Bundesdurchschnittskostensätze (B-DKS) nur mit Genehmigung der Bundesagentur überschreiten (Tipps dazu im [Bildungsblatt 5/14](#)). Bei AVGS-Maßnahmen kann Ihr Zertifizierer selbst entscheiden, ob das Überschreiten des B-DKS gerechtfertigt ist, sofern Sie es nachweisen können.

Diese AVGS-Freiheiten ermöglichen lukrative, genau auf den Markt und das eigene Unternehmen zugeschnittene Erfolgsangebote. Brauchen Sie Ideen zur Entwicklung Ihrer eigenen Maßnahmen? Rufen Sie uns an: **030 - 9441 3934**.

Themen:

Drei Jahre AVGS – Freiheit als Chance

Jobcenter – Verwaltungsetat frisst Förderbudgets

Szenario 2030: Flächendeckender Technikermangel

Strategiehorizont – nah am Kunden

PAT – Arbeit statt passiver Leistungsbezug

Jobcenter: Verwaltungsetat frisst Förderbudgets?

Die Jobcenter, Anlaufstelle für Unterstützungsbedürftige, stecken selbst in einer finanziellen Klemme: der Aufwand für korrekte Leistungserbringung steigt ständig, und damit die Verwaltungskosten. Laut BA-Zahlen standen 2013 bereits 40 % weniger Mittel für Wiedereingliederungsleistungen zur Verfügung als 2010, das Geld floss in Personal und Verwaltung. Die verbleibenden Restmittel wurden praktisch komplett ausgeschöpft. Jedes Jobcenter kann selbst über die Verwendung des Eingliederungsbudgets entscheiden und Gelder auch umlenken. Die Wirtschaftswoche [rechnet](#) die aktuelle Tendenz fort: Dann würden 2018 rund eine Mrd. Euro zwar für Maßnahmen ausgewiesen, dann aber für Verwaltung ausgegeben.

Unsere Einschätzung: An der Bürokratisierungstendenz im SGB-Bereich wird sich wenig ändern. Mehr Effizienz in den Jobcentern ist zwar gewollt, aber schwer erreichbar. Und dazu boomt die Wirtschaft – doch ganz versiegen wird der Mittelfluss nicht. Weiterbildungsanbieter müssen mit kluger Produktpolitik auf die Realität des Marktes reagieren: „Einfach“ können die Jobcenter selbst – trauen Sie sich an die schwierigen Zielgruppen! Lassen Sie uns gemeinsam über die konkrete Umsetzung nachdenken: **Telefon: 030 - 9441 3934**

Szenario 2030: Flächendeckender Fachkräftemangel bei Technikberufen?

Halten die aktuellen Tendenzen an, wird schon 2030 flächendeckender Mangel an technischen Berufen herrschen und gleichzeitig ein Überangebot an kaufmännischen Dienstleistern, Kaufleuten im Warenhandel, lehrenden Berufen sowie Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlern. Das besagt eine [Studie](#) des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) und des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB). Allerdings zeigt die Prognose erhebliche regionale Unterschiede. In Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg und Bremen etwa wird ein Überangebot an Gesundheitsberufen erwartet. In Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland wird zwar der Finanzsektor weiterhin bestimmend bleiben, doch die Forscher prophezeien einen Überhang an Wirtschaftswissenschaftlern und Juristen. Im Süden der Republik wird die Bevölkerung wachsen, hier wird sich der Fachkräftemangel am geringsten auswirken. Im Osten schließlich schrumpft die Bevölkerung, dort entwickelt sich der Gesundheitssektor zur größten Branche und nur dort wird es an Akademikern fehlen.

Diese Prognose ist nicht in Stein gemeißelt. Dennoch sind erkennbare Tendenzen für die zukünftige regionale Ausrichtung von Weiterbildungsanbietern wichtig – Stellen Sie sich heute auf den Markt von Morgen ein!

Strategiehorizont – Kundennähe sorgt für Fortschritt und neue Ideen

Der Markt für Weiterbildungsdienstleistungen lässt sich nicht aus der Ferne studieren. Unser Anspruch ist: Neue Tendenzen früh erkennen, spüren, wie die Kunden unserer Kunden „ticken“ und sich durch neue, gut gemachte Angebote, inspirieren zu lassen. Deshalb sind wir zum Beispiel stets auf der Berliner Weiterbildungsmesse „Marktplatz Bildung“ zu finden. Dort treffen wir bestehende Kunden und jedes Mal auch viele neue Anbieter (die oft genug das Bildungsblatt und Strategiehorizont auf Anhieb „einsortieren“ können ☺). Zurück kommen wir dann mit einer Riesenmenge an Flyern und Broschüren, an Anregungen, Beispielen und Kontakten. Aus dieser bunten „Rohmasse“ gewinnen wir konkrete Empfehlungen und strategische Hinweise für unsere Kunden. Denn solide Beratung erfordert echte Kundennähe. Deshalb erkunden, vergleichen und analysieren wir selbst... und Sie profitieren davon durch unsere Empfehlungen.



Passiv-Aktiv-Transfer (PAT) – Arbeit statt passiver Leistungsbezug

Langzeitarbeitslose sind eine der härtesten Nüsse für Vermittler, aber neue Fördermodelle machen Hoffnung. In Baden-Württemberg wird seit 2012 der „[Passiv-Aktiv-Transfer](#)“ (PAT) als Modell eines Sozialen Arbeitsmarkts getestet. Die Zwischenergebnisse des noch bis 2016 laufenden Projekts sind positiv. Grundidee: SGB-III-Leistungen wie ALG II oder Mietkostenübernahme werden in pauschale Zuschüsse an Arbeitgeber umgewandelt, die Langzeitarbeitslose längerfristig auf Mindestlohnbasisbeschäftigen – sozialversicherungspflichtige wohlgemerkt. Die so Vermittelten werden gleichzeitig sozialpädagogisch betreut. Baden-Württemberg fördert das Modellprojekt mit insgesamt 2,7 Mio. Euro.

Aktive Beschäftigungsförderung statt passivem Leistungsbezug, diese Idee hat inzwischen viele Befürworter. Für eine Ausweitung des Modellversuchs auf Bundesebene, wie sie unter anderem der Bildungsträgerverband BBB fordert, muss allerdings das SGB III geändert werden – bislang ist nur die Förderung zusätzlicher bzw. gemeinnütziger Beschäftigung gestattet. Eine Änderung scheint uns auch im Horizont des Möglichen. Sie wäre sehr zu begrüßen. Die aktive Orientierung am Markt könnte für Langzeitarbeitslose mit Vermittlungshemmnissen endlich echte Alternativen schaffen – und die KMU für die Zielgruppe stärker sensibilisieren.