

# Evaluierung ausgewählter Bildungsmaßnahmen – AMIMBOS

Im Auftrag der Landesgeschäftsstelle des AMS Niederösterreich wurde eine Evaluation von arbeitsmarktbezogenen aktivierenden und integrativen Maßnahmen sowie Maßnahmen der Berufsorientierung (kurz: AMIMBOS) in Niederösterreich durch das Institut für Berufs- und Erwachsenenbildungsforschung an der Universität Linz (IBE) durchgeführt (Untersuchungszeitraum: Juli 2000 bis Juni 2001). Aufgrund der Breite des angewendeten Methodenspektrums (TeilnehmerInnen- und TrainerInnenbefragung, Gruppendiskussionen mit TrainerInnen, Stärken-/Schwächen-Workshops mit Trägern und AMS-RGS, ExpertInneninterviews, Analyse der (anonymisierten) personenbezogenen AMS-Daten, Literatur- und Aktenanalyse, Sekundärdatenanalyse) und der daraus resultierenden Fülle an Untersuchungsergebnissen können im Rahmen dieses AMS infos nur einzelne, d.h. ausgewählte Aspekte angesprochen werden.

## 1. Die Maßnahmen

Die für diese Evaluation ausgewählten Maßnahmen wurden an drei verschiedenen Standorten (Amstetten, Ternitz, Wiener Neustadt) und von drei verschiedenen Trägern (WIFI NÖ, bfi NÖ, Volkshilfe NÖ) durchgeführt. Die Maßnahmen lassen sich einer Reihe unterschiedlicher (Maßnahme-)Typen (Bewerbungstraining, JobCoaching, Aktivierende Maßnahmen, Integrative Maßnahmen) zuordnen.

Aufgrund dieser unterschiedlichen Inhalte, stark divergierender Eingangsvoraussetzungen der TeilnehmerInnen und deutlich abweichender Rahmenbedingungen (regionale Arbeitsmarktsituation etc.) können und sollen die verschiedenen Maßnahmen und Standorte hinsichtlich einzelner Ergebnisse nicht direkt miteinander verglichen werden. Vielmehr sind bei allen komparativen Betrachtungen die unterschiedlichen Kontexte zu berücksichtigen.

## 2. Zielgruppen

Zu den Beginnzeiten der Kurse ist das Potential der KundInnen entsprechend den formalen Zielgruppenkriterien (hinsichtlich Vormerkdauer bzw. Bildungsabschluß) meist weitgehend ausgeschöpft, sodaß diese Kriterien seitens der »zuweisenden« Regionalen Geschäftsstellen (RGS) des AMS häufig (zu unterschiedlich hohen Teilen) nicht erfüllt werden können, u.a. um das Zustandekommen der Kurse nicht zu gefährden.

Nachfolgende Tabellen ermöglichen einen Überblick über die jeweiligen formalen Zielgruppenkriterien und deren Erfüllungsgrad, und zwar in Abhängigkeit von Maßnahmetypen und Standorten.

**Tabelle 1: Erfüllungsgrad der formalen Zielgruppenkriterien (bfi Ternitz)**

| Maßnahme                   | Formale Zielgruppenkriterien    | Erfüllungsgrad |
|----------------------------|---------------------------------|----------------|
| Bewerbungstraining         | Vormerkdauer < 3 Monate         | 16%            |
|                            | Abgeschlossene Berufsausbildung | 61%            |
| JobCoaching                | Vormerkdauer < 3 Monate         | 14%            |
| Integrative MN             | Vormerkdauer > 6 Monate         | 57%            |
| Aktivierende MN für Frauen | Vormerkdauer < 6 Monate         | 50%            |
| Berufsorientierung         | Vormerkdauer < 6 Monate         | 60%            |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten; MN = Maßnahme

**Tabelle 2: Erfüllungsgrad der formalen Zielgruppenkriterien (WIFI Amstetten)**

| Maßnahme           | Formale Zielgruppenkriterien     | Erfüllungsgrad |
|--------------------|----------------------------------|----------------|
| Bewerbungstraining | Vormerkdauer < 3 Monate          | 38%            |
|                    | Abgeschlossene Berufsausbildung: | 69%            |
| Aktivierende MN    | Vormerkdauer < 6 Monate          | 83%            |
| Integrative MN     | Vormerkdauer < 6 Monate          | 42%            |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten; MN = Maßnahme

**Tabelle 3: Erfüllungsgrad der formalen Zielgruppenkriterien (»Patchwork«-Wiener Neustadt)**

| Maßnahme    | Formale Zielgruppenkriterien | Erfüllungsgrad |
|-------------|------------------------------|----------------|
| »Patchwork« | Vormerkdauer < 12 Monate     | 97%            |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten

Einen überdurchschnittlich hohen Erfüllungsgrad (97%) der formalen Zielgruppenkriterien weist das Projekt »Patchwork« in Wiener Neustadt auf, das aber im Vergleich zu den anderen Maßnahmetypen wesentlich unspezifischere – d.h. leichter zu erfüllende – Zielgruppenkriterien (Vormerkdauer < 12 Monate) aufweist.

Die Abweichung erfolgt überwiegend dahingehend, daß auch Personen mit längerer Vormerkdauer und geringerer Ausbildung als TeilnehmerInnen rekrutiert werden.

### 3. Struktur- und Prozeßqualität

Die Befragungen der TeilnehmerInnen und TrainerInnen bescheinigen den Trägern der Maßnahmen überwiegend eine hohe Struktur- und Prozeßqualität. Hohe Zufriedenheitswerte seitens der TeilnehmerInnen mit Kursorganisation und TrainerInnen (meist über 90%) belegen dies.

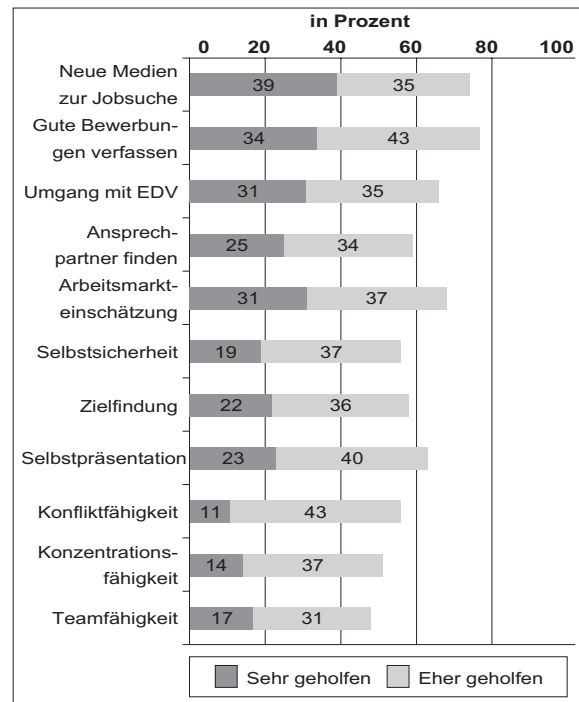
Allerdings wird häufig die mangelnde Vorinformation über die Maßnahme beklagt. Die Information seitens der Träger am Info-Tag wird häufig als zu spät erlebt, da zu diesem Zeitpunkt die Entscheidungen über die jeweiligen Maßnahmetypen etc. schon weitgehend gefallen sind. Auch sind die TeilnehmerInnen vor Beginn der Maßnahme nicht immer vom Nutzen für ihre eigene Jobsuche überzeugt. In einer Einrichtung werden explizit Mängel in der technischen Infrastruktur angesprochen. In Summe führen diese Faktoren dazu, daß die Werte für die Gesamtzufriedenheit mit der Maßnahme (70% bis 85%) unter jenen für Kursorganisation und TrainerInnen liegen.

Eine Analyse der Schnittstelle zwischen Trägern und AMS-RGS ergibt das Bild einer funktionierenden und von allen Beteiligten positiv bewerteten Kooperation (Ausnahme: die bereits angesprochene Zielgruppenselektion und »unfreiwillige« Kursteilnahmen).

### 4. Personenbezogene Kurswirkungen

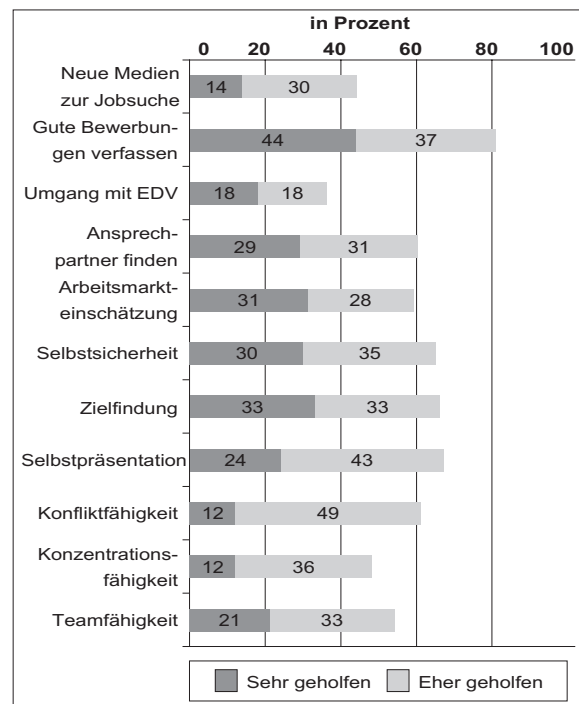
Die TeilnehmerInnen erleben mehrheitlich eine Fülle von – sehr positiv bewerteten – personenbezogenen Kurs- und Lerneffekten:

**Grafik 1: Inhalte/Nutzen (bfi Ternitz)**



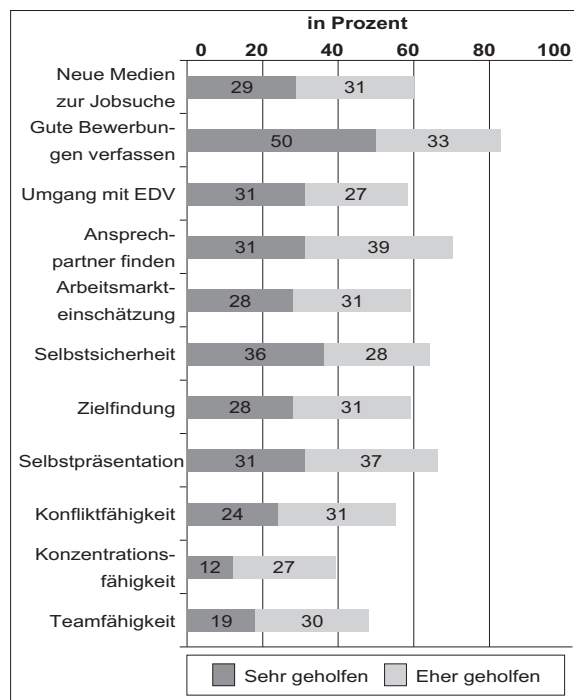
Quelle: TeilnehmerInnenbefragung

**Grafik 2: Inhalte/Nutzen (WIFI Amstetten)**



Quelle: TeilnehmerInnenbefragung

**Grafik 3: Inhalte/Nutzen (»Patchwork«-Wiener Neustadt)**



Quelle: TeilnehmerInnenbefragung

Wie die obigen Grafiken illustrieren, wird den Maßnahmen eine Reihe positiver Effekte bescheinigt, insbesondere im Bereich Bewerbung (»Gute Bewerbungen verfassen«, »Selbstpräsentation« etc.).

Teilweise im Gegensatz zu diesen sehr positiven Bewertungen steht der Umstand, daß Arbeitsmarktrelevanz und berufliche Verwertbarkeit von den TeilnehmerInnen weniger stark eingeschätzt werden. Besonders deutlich kommt dies darin zum Ausdruck, daß nur 13% bis 36% der nach Kursende berufstätigen TeilnehmerInnen der Maßnahme eine wichtige Bedeutung für die Arbeitsaufnahme zumessen.

Hier wird offensichtlich die Thematik bzw. Problematik von explizit nicht als Qualifizierungsmaßnahmen konzipierten Maßnahmetypen und den unter Umständen damit verbundenen Kommunikationsdefiziten hinsichtlich der jeweiligen Ziele der Maßnahmen spürbar.

## 5. Arbeitsmarktintegration

Die »objektivierbaren« Kurswirkungen im Sinne der Arbeitsmarktintegration können überwiegend als sehr zufriedenstellend beurteilt werden. Die Auswertung der AMS-Daten zeigt, daß der Anteil arbeitsloser Personen in fast allen Maßnahmetypen 90 Tage nach Kursende deutlich unter 50% liegt. Wenig überraschend ist, daß zwischen Maßnahmenerfolg und Kurstyp insofern ein sehr starker Zusammenhang besteht, als die Eingangsvoraussetzungen der TeilnehmerInnen (Vormerkdauer etc.) stark divergieren.

**Tabelle 4: AL-Status\* 90 Tage nach Kursende (bfi Ternitz)**

| Maßnahme                   | Anteil AL-Status |
|----------------------------|------------------|
| Bewerbungstraining         | 34%              |
| JobCoaching                | 46%              |
| Integrative MN             | 57%              |
| Aktivierende MN für Frauen | 42%              |
| Berufsorientierung         | 30%              |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten; MN=Maßnahme

**Tabelle 5: AL-Status 90 Tage nach Kursende (WIFI Amstetten)**

| Maßnahme           | Anteil AL-Status |
|--------------------|------------------|
| Bewerbungstraining | 14%              |
| Aktivierende MN    | 26%              |
| Integrative MN     | 52%              |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten; MN=Maßnahme

**Tabelle 6: AL-Status 90 Tage nach Kursende (»Patchwork«-Wiener Neustadt)**

| Maßnahme    | Anteil AL-Status |
|-------------|------------------|
| »Patchwork« | 30%              |

Quelle: Auswertung der AMS-Daten

Ein vorzeitiger Kursabbruch/Kursausstieg – sei es zur unmittelbaren Arbeitsaufnahme oder aus einem sonstigen Grund – kann keineswegs von vornherein als »Mißerfolg« gewertet werden und führt insgesamt betrachtet nicht zu höheren Arbeitslosenquoten.

Die Nachhaltigkeit der Arbeitsmarktintegrationseffekte ist für alle Typen und Standorte von Maßnahmen in hohem Maße gegeben. Der Anteil der arbeitslosen Personen variiert kaum zwischen dem Zeitpunkt 90 Tage nach Kursende und dem Datenerhebungsstichtag (im Schnitt rund 150 bis 200 Tage nach Kursende).

## 6. Schlußfolgerungen und Empfehlungen

Aus den Ergebnissen dieser Evaluation können nun wichtige Schlußfolgerungen für die zukünftige Gestaltung von AMS-Maßnahmen gezogen werden:

Die untersuchten Maßnahmen erweisen sich insgesamt betrachtet als geeignetes Mittel, Personen mit teilweise schwierigen beruflichen und persönlichen Lebensverläufen am Arbeitsmarkt zu (re-)integrieren (siehe Vermittlungsquoten). Die TeilnehmerInnen profitieren auch eindeutig im Hinblick auf arbeitsmarktrelevante Persönlichkeitsentwicklung (z.B. Selbstsicherheit, Konfliktfähigkeit etc.) und Selbstpräsentation (inkl. dem Verfassen von Bewerbungsunterlagen).

\* Erläuterung: AL-Status = als arbeitslos vorgemerkt.

Sehr deutlich wird aber, daß die formalen Zielgruppendefinitionen (Vormerkdauer, Berufsausbildung) vielfach nicht erfüllt werden können. Die Notwendigkeit, Kurse »auffüllen« zu müssen, wird hier spürbar. Dies führt dazu, daß sich TeilnehmerInnen mit sehr unterschiedlichen Ausgangslagen, Voraussetzungen und Bedürfnissen in gemeinsamen Kursen befinden.

Als mögliche Weiterentwicklungsstrategien und Optimierungsszenarien sind vorstellbar:

**a) (Weitere) Individualisierung, Flexibilisierung und Modularisierung der Maßnahmen**

Durch eine (weitere) Intensivierung individueller »Bildungswege« innerhalb der Maßnahmen und den Ausbau modularer Elemente (vgl. »Patchwork«, wo dies bereits in vielerlei Hinsicht geschieht) könnte stärker auf die Bedürfnisse der einzelnen TeilnehmerInnen eingegangen werden, und auch die Gruppenzusammensetzung ließe sich in einem bedürfnisorientierten Sinne homogener gestalten. Der zusätzliche organisatorische und finanzielle Aufwand könnte durch breitere (gemeinsame) Eingänge und einer fortlaufenden Differenzierung, Modularisierung und Spezialisierung im Maßnahmenverlauf in einem bestimmten Rahmen gehalten werden. Die Thematik der erforderlichen »Mindestgröße« von Ausbildungseinheiten ist bei einer modularen Konzeption allerdings ein Schlüsselaspekt. Auch der verstärkte Einbau von (an individuellen Bedürfnissen orientierten) Qualifizierungselementen wäre bei einem derartigen Ausbildungsmodell möglich und sinnvoll.

**b) Stärkenanalyse und Stärkenförderung**

Im Rahmen der Thematiken »Zielgruppendefinitionen« und »pädagogisches Konzept« ist grundsätzlich zu überlegen, inwie-

weit die Stärken der TeilnehmerInnen ausreichend Beachtung finden. Ein »bißchen« Persönlichkeitsbildung und ein »bißchen« EDV-Qualifikationen sind für die moderne Arbeitswelt oft nicht genug. Ein im Sinne der bisherigen Tradition radikaler Umkehransatz wäre eine konsequente Stärkenorientierung.

Diese Umorientierung könnte auch dazu führen, Zielgruppen nicht anhand ihrer Schwächen zu definieren, sondern anhand ihrer Stärken (z.B. Personen mit hohen handwerklichen Begabungen, Personen mit kommunikativer Kompetenz etc.), um – aufbauend auf ihren Stärken – dort entsprechende Arbeitsmarktintegrationsstrategien zu entwickeln.

**c) Kommunikationspolitik**

Ein relativ hoher Anteil der TeilnehmerInnen und TrainerInnen beklagt mangelnde Vorinformationen über den Kurs. Die TeilnehmerInnen an derartigen Maßnahmen sollten daher im Rahmen einer kundInnenorientierten Kommunikationspolitik und unter Nutzung verschiedenster Kommunikationswege und Kommunikationsmittel noch intensivere und personenzentrierte Informationen vor Beginn der Maßnahmen erhalten (optimalerweise Einzelgespräche in vertraulicher Atmosphäre).

**d) TeilnehmerInnen- und Maßnahmenauswahl**

Es wäre aus Motivationsgründen und im Sinne eines personen- und bedürfniszentrierten Ansatzes sinnvoll, den TeilnehmerInnen verstärkt Möglichkeiten zur Ausbildungsauswahl unter mehreren Optionen zu bieten. Im Auswahlprozeß selbst kommt der Beratungskompetenz eine Schlüsselfunktion zu; um diese entsprechend zu verstärken und zu verankern, gilt es, ausreichend zeitliche Ressourcen und spezifische Weiterbildungsmöglichkeiten (BeraterInnen/TrainerInnen) zu offerieren.

**Sind Sie an näheren Informationen interessiert?**

Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse findet sich im Projektbericht. Bestellungen bitte schriftlich an den Verlag (s.u).

**Auftragnehmer: Institut für Berufs- und Erwachsenenbildungsforschung an der Universität Linz**

A-4020 Linz, Raimundstraße 17, Tel.: +43/732/60 93 13, E-Mail: office@ibe.co.at, Homepage: <http://www.ibe.co.at>

Alle bisher erschienenen AMS Infos können im Link »Forschung« über die Homepage des AMS Österreich abgerufen werden:

<http://www.ams.or.at/amsallg/index.htm>

Ausgewählte Themen des AMS info werden als Langfassung in der Reihe AMS report veröffentlicht.

**AMS report Einzelbestellungen**

€ 5,80 (öS 80,-) inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten

**AMS report Abonnement**

12 Ausgaben AMS report zum Vorteilspreis von € 47,20 (öS 650,-) – jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten (dazu kostenlos: AMS info)

Ausgewählte Forschungsberichte des AMS Österreich, die nicht in der Reihe AMS report publiziert werden, können gegen Ersatz der Produktions- und Versandkosten in einer kopierten Vollversion bezogen werden. Der Versand der Forschungsberichte erfolgt per Nachnahme. Ebenso können Informationen (Titelliste, Publikationsvorhaben) beim Verlag angefordert und über die Homepage des AMS Österreich (s.o.) eingesehen werden.

**Bestellungen und Bekanntgabe von Adreßänderungen bitte schriftlich an: Verlag Hofstätter, Steinfeldgasse 5, A-1190 Wien, Tel.: +43/1/370 33 02, Fax: +43/1/370 59 34, E-Mail: [verlag@vh-communications.at](mailto:verlag@vh-communications.at)**

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M