

# Erfahrungen aus dem Bundesprogramm Bildungsprämie: (Werbliche) Ansprache von Geringqualifizierten

Andrea Hasbach

Simon Marzoll

Bundesinstitut für Berufsbildung

Programmstelle Bildungsprämie

Oldenburg, 15. September 2022

# Bildungsprämie – (Werbliche) Ansprache von Geringqualifizierten

## Die Themen

1. Das Bundesprogramm Bildungsprämie
2. Geringqualifizierte: Wer sind sie?
3. Weiterbildungsbereitschaft
4. Informationsverhalten:
  - Gesprächspartner
  - Informationsquellen
5. Rückschlüsse für die werbliche Ansprache
6. Zusammenfassung

## 1. Das Bundesprogramm Bildungsprämie

**Förderprogramm** (von 2008 bis 2021) des BMBF, kofinanziert vom ESF:

**Ziel:** Berufliche Weiterbildung für alle – auch für Geringverdienende

- Zuschuss von bis zu 500 Euro, pro Kalenderjahr
- Für Erwerbstätige mit niedrigem zu versteuernden Einkommen ( $\leq 20.000 \text{ €}$ ,  $\leq 40.000 \text{ €}$  bei gemeinsam veranlagten Paaren)
- Individuelle berufsbezogene Weiterbildung
- Arbeitgeberunabhängig
- Hohe Flexibilität bei der Wahl der Weiterbildung
- Obligatorische Beratung
- Geringer Aufwand für teilnehmende Personen

## 1. Das Bundesprogramm Bildungsprämie Wen hat die Bildungsprämie erreicht?

### Geringverdienende

→ über 400.000 ausgegebene Prämiegutscheine = finanziell unterstützte Erwerbsbiographien



### Nicht unbedingt Geringqualifizierte:

- Vor allem Menschen mit hohem Schulabschluss / 58 Prozent
- Vor allem Menschen, die eine Ausbildung gemacht haben / 57 Prozent
- Vor allem Menschen mit ISCED-Level 3-4 / 60 Prozent

## 2. Geringqualifizierte – Wer sind sie?

Ansätze der Klassifizierung, z.B.

- OECD/ ISCED 0 – 2: Personen ohne abgeschlossene Berufsausbildung und ohne Abitur
- BA spricht von „wieder ungelernt“, wenn bei vorhandenem Berufsabschluss über mindestens vier Jahre hinweg eine an-/ungelernte Tätigkeit ausgeübt wird

### Real ist die Zielgruppe vielfältig

in ihren...

- ✓ Bildungswegen
- ✓ Einstellungen, auch zum Lernen
- ✓ Erwartungen und ihrem Verhalten

→ Vielfalt braucht eine erweiterte, differenzierte Betrachtung.

### 3. Weiterbildungsbereitschaft

Überblick verwendeter Daten:

- Teilnehmerbefragung 2014 (2060 TN)
- Befragung zur Bekanntheit des Programms Bildungsprämie unter Geringverdienern; 2021 (1026 TN)
- Datensatz Bildungsprämie (3. Förderphase, rd. 146.000 Beratungsgespräche)

### 3. Weiterbildungsbereitschaft

	Verteilung in Prozent	Einlöse- quote	Kosten	Dauer in Tagen
<b>Schulabschluss</b>				
Niedrig	8	69%	877 €	94
mittel	33	70%	889 €	103
Hoch	58	69%	1.010 €	115
<b>Berufsabschluss</b>				
Keinen	6	64%	983 €	115
Ausbildung	57	71%	914 €	105
Meister/Fachschule	3	69%	948 €	96
Hochschule	33	68%	1.035 €	118
<b>ISCED</b>				
0-2	3	64%	907 €	108
3-4	60	70%	921 €	106
5-8	36	68%	1.026 €	116

Unabhängig davon, welcher Aspekt der Geringqualifikation herangezogen wird:  
Im Programm Bildungsprämie ist diese Personengruppe unterrepräsentiert.

Monitoringdaten Bildungsprämie; 3. Förderphase

### 3. Weiterbildungsbereitschaft

	Gesamt	Betrieblich	Individuell	Allgemein
<b>Schulabschluss</b>				
Niedrig	44	34	10	11
mittel	60	52	13	15
Hoch	71	55	22	24
<b>Berufsabschluss</b>				
Keinen	47	26	13	21
Ausbildung	57	49	11	13
Meister/Fachschule	71	62	20	18
Hochschule	77	64	26	25
<b>ISCED</b>				
0-2	41	25	12	17
3-4	58	47	13	16
5-8	75	64	24	23

Kein pauschales Desinteresse an Weiterbildung bei geringqualifizierten Personen.

Die Beteiligung von Geringqualifizierten hängt nicht so sehr vom Wollen, als mehr von den Möglichkeiten zu Weiterbildung ab.

*AES Trendbericht 2020; S.36 –  
Zusammenstellung für das Jahr 2020*



### 3. Weiterbildungsbereitschaft

	Interesse	geplant	Gemacht	selbst	AG	Finanzierung
<b>Schulabschluss</b>						
Niedrig	45	37	29	20	10	32
mittel	61	56	45	26	23	46
Hoch	79	65	51	34	20	61
<b>Berufsabschluss</b>						
Keinen	59	43	28	19	12	38
Ausbildung	61	54	42	24	22	46
Meister/Fachschule	77	69	61	41	24	61
Hochschule	80	68	57	42	18	64
<b>ISCED</b>						
0-2	44	28	22	14	8	23
3-4	62	54	41	24	21	47
5-8	79	68	58	42	20	63

Auch wenn das Interesse an Weiterbildung unter Geringqualifizierten geringer ist, ist der Anteil aber bei weitem nicht so niedrig, wie die tatsächliche Teilnahme am Programm Bildungsprämie.

*Ergebnisse Befragung zur Bekanntheit der Bildungsprämie; 2021.  
Angaben in Prozent.*

### 3. Weiterbildungsbereitschaft

	Berufsw chsel	Höhere Position	Einarbeit ung	Anpassun g	Ergänzen de Kenntnis se	Sicherung Arbeitspl atz	Vorbereit ung Selbststä ndigkeit	Zertifikat/ Abschluss	Sonstiges
<b>Schulabschluss</b>									
Niedrig	20	12	5	48	65	35	17	37	2
mittel	15	12	4	50	74	34	16	36	1
Hoch	12	12	4	46	77	27	15	33	2
<b>Berufsabschluss</b>									
Keinen	24	12	6	42	57	30	18	37	4
Ausbildung	14	13	4	49	75	33	16	35	1
Meister/Fachschule	12	13	3	51	75	30	15	35	1
Hochschule	12	11	4	45	78	25	15	32	2
<b>ISCED</b>									
0-2	26	12	6	43	55	34	17	38	3
3-4	14	13	4	49	74	32	16	35	1
5-8	12	11	4	46	78	25	15	32	2

Monitoringdaten Bildungsprämie, 3. Förderphase (2014-2021)

Anders als bei höher qualifizierten Personen haben bei Geringqualifizierten kurzfristige und konkrete Folgen von Weiterbildung eine höhere Wichtigkeit.

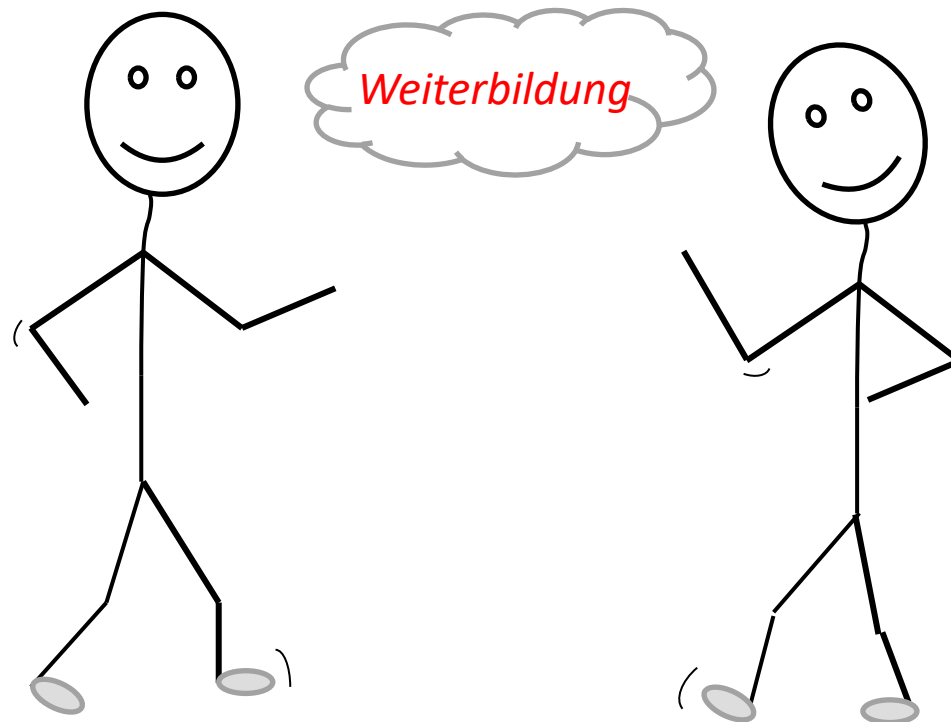
### 3. Weiterbildungsbereitschaft

Einstellung zum Lernen /trifft eher zu (ursprünglich 5er Skala)	Lernen nicht mehr gewohnt	Prüfungssang	Irgendwann hat man ausgelernt	Mit Lernmedien komme ich nicht zurecht
<b>Schulabschluss</b>				
Niedrig	23	28	23	11
mittel	15	25	17	7
Hoch	7	17	8	4
<b>Berufsabschluss</b>				
Keinen	20	26	17	9
Ausbildung	16	25	16	7
Meister/Fachschule	9	18	12	4
Hochschule	6	15	7	4
<b>ISCED</b>				
0-2	30	32	22	10
3-4	15	25	17	7
5-8	7	16	61	4

Als Grund für eine Nicht-Teilnahme an Weiterbildung ist nicht eine ablehnende Haltung gegenüber der Thematik des (Weiter)Lernens verantwortlich.

Ängste den Anforderungen nicht gerecht zu werden spielen eine Hohe Rolle.

## 4. Informationsverhalten



## 4. Informationsverhalten - Gesprächspartner

Zur Weiterbildung	AG	Kollege	Bildungsberater	BA	Familie/Verwandte	Freunde/Bekannte	Andere	Niemand	Berufliches Umfeld	Professionelles Umfeld	Privates Umfeld
<b>Schulabschluss</b>											
Niedrig	42	24	7	9	32	24	1	18	64	20	55
mittel	55	40	8	9	36	31	0	10	78	15	53
Hoch	56	45	9	9	41	43	0	8	79	16	63
<b>Berufsabschluss</b>											
Keinen	36	28	8	12	41	38	0	17	61	21	69
Ausbildung	57	40	8	8	36	33	0	12	80	15	56
Meister/Fachschule	56	43	3	10	42	40	0	5	75	10	56
Hochschule	52	44	12	10	38	40	1	5	75	20	59
<b>ISCED</b>											
0-2	32	19	6	13	38	25	0	21	57	21	62
3-4	56	40	8	8	37	35	0	12	79	15	58
5-8	56	44	8	11	43	43	1	4	75	17	58

*Ergebnisse Befragung zur Bekanntheit der Bildungsprämie; 2021*

## 4. Informationsverhalten - Gesprächspartner

- Gesprächspartner aus dem persönlichen Umfeld oder professionelle Beratungsstellen werden bei Weiterbildungsthemen von geringqualifizierten Personen eher in Anspruch genommen als von höher Qualifizierten.
- Vertrauen als wichtiger Faktor zur Ansprache.

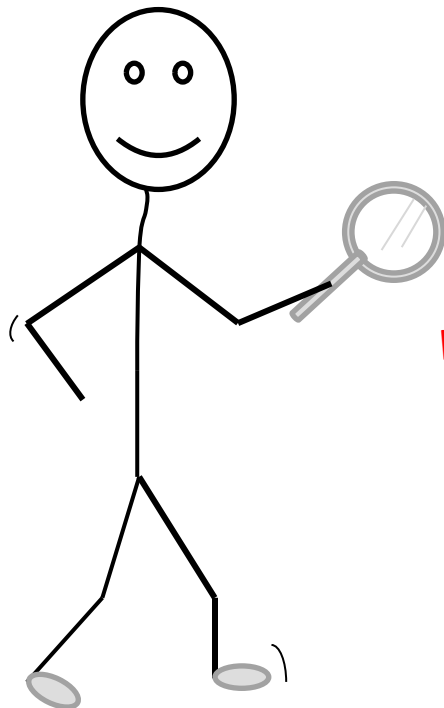
## 4. Informationsverhalten

Zur Beratungsnotwendigkeit	Überblick WB- Möglichkeit n	Informations- bedarf WB- Möglichkeit n	Vorwissen Maßnahme	Vorwissen Einrichtung	Vorwissen beides	Beeinflussun- g durch B- Gespräch	Beurteilung Beratung „gut“
<b>Schulabschluss</b>							
Niedrig	73	53	88	82	75	49	88
mittel	75	51	95	87	85	51	89
Hoch	75	48	97	90	88	45	86
<b>Berufsabschluss</b>							
Keinen	65	52	96	83	83	52	83
Ausbildung	75	50	95	87	84	50	88
Meister/Fachschule	78	44	96	86	84	52	89
Hochschule	74	50	97	91	90	43	85
<b>ISCED</b>							
0-2	61	57	93	75	75	57	82
3-4	75	50	95	87	84	50	88
5-8	74	49	97	91	89	44	86

Überblick über Weiterbildungsmöglichkeiten wird seltener als „gut“ eingeschätzt. Gleichzeitig wird aber nicht unbedingt mehr Information gewünscht.

Teilnehmerbefragung 2. Förderphase, 2014

## 4. Informationsverhalten



*Weiterbildungsförderung*



## 4. Informationsverhalten - Informationsquellen

Zur Förderung	Betrieb	Beratungsstellen	BA/Jobcenter	Personen, die WB machen	Internet	Messen	Andere	Gar nicht
<b>Schulabschluss</b>								
Niedrig	21	21	24	21	59	12	0	16
mittel	12	25	16	32	67	17	1	10
Hoch	9	21	19	38	74	18	3	3
<b>Berufsabschluss</b>								
Keinen	20	26	30	30	68	16	0	9
Ausbildung	14	23	17	32	66	16	2	10
Meister/Fachschule	6	18	12	37	73	27	0	3
Hochschule	6	21	19	37	78	15	3	2
<b>ISCED</b>								
0-2	27	29	37	24	66	10	0	15
3-4	14	23	19	32	66	17	1	10
5-8	5	22	19	39	78	22	2	2
<b>WB-Interessierte</b>								
Begeisterte	5	24	20	37	81	23	2	2
Geneigte	8	25	17	35	71	19	3	3
Eingeschränkte	14	22	24	33	68	12	1	8
Desinteressierte	36	11	10	20	41	7	1	31

Wo suchen Sie bzw. wo würden Sie nach Fördermöglichkeiten für berufliche Weiterbildung suchen?

Ein persönlicher und vertrauensvoller Kontakt wird gegenüber dem Internet unter formal geringqualifizierten Personen stärker nachgefragt.

Ergebnisse Teilnehmerbefragung 2021

## 5. Wie können Geringqualifizierte erreicht werden?

### Breiter Kommunikationsansatz und individuelle Ansprache

#### (1) Persönliche Gespräche im Vertrauen

- ✓ Aktive Ansprache über Vertrauenspersonen im Arbeits- und im privaten Umfeld
- ✓ Empfehlung von Menschen, die Weiterbildung positiv erleben
- ✓ Professionelle Beratung

<p>»Wissen ist das Wichtigste, in das man investieren kann.«</p> <p>Stephany Kahl, Schauspielerin und Moderatorin, nutzte die Bildungsprämie</p>		<p>»Mein Ziel war es, mehr Verantwortung zu übernehmen. Das höhere Gehalt war natürlich auch eine Motivation.«</p> <p>Henning Edeler, Rettungsassistent, nutzte die Bildungsprämie</p>
	<p>»Die Weiterbildung hat mir gezeigt, dass man immer wieder neu anfangen und etwas erreichen kann, auch später im Leben.</p> <p>Rosemarie Madl, Inhaberin eines Pflegedienstes, nutzte die Bildungsprämie</p>	

## 5. Wie können Geringqualifizierte erreicht werden?

### (2) Medien, die zur Zielgruppe passen

- ✓ **Media-Mix:**  
Internet, Soziale Medien, klassische Medien schafft Aufmerksamkeit und informiert
- ✓ Starke Präsenz in unterschiedlichen **Soziale Medien**
  - Kommunikation im Kontext von Freundschaft; Inhalte werden interessens-/verhaltensbasiert ausgespielt
  - Influencer-Kooperationen ermöglichen eine persönliche Ansprache, orientiert am Interesse der Zielgruppe
  - Kraft der Vernetzung

## 5. Wie können Geringqualifizierte erreicht werden?

### (3) Leicht zugängliche Inhalte

- ✓ Auf Teil-Zielgruppen abgestimmt
- ✓ Nutzen-orientiert: kurzfristige Vorteile und Perspektiven durch Weiterbildung
- ✓ Persönliche, emotionale Ansprache
- ✓ Authentische und unterhaltsame Inhalte
- ✓ Leichte Sprache, prägnante Botschaften



→ Gesellschaftlicher Trend: Inhalte werden zunehmend digital, mobil, schneller und vereinzelt konsumiert.

## 6. Zusammenfassung

- ✓ Je genauer die Zielgruppe der Geringqualifizierten beschrieben werden kann, desto gezielter kann sie adressiert werden.
  - ✓ Vertrauen ist ein zentraler Aspekt der Ansprache.
  - ✓ Je geringer das Weiterbildungsinteresse, umso wichtiger ist die aktive, persönliche Ansprache.
  - ✓ Der kurzfristige Nutzen von Weiterbildung und die berufliche Perspektive sollten deutlich werden.
- Grenzen:
- Nicht jeder Geringqualifizierte ist mit seiner beruflichen Situation unzufrieden
  - Nicht jeder Unzufriedene Erwerbstätige kennt Weiterbildung als Option der Veränderung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontaktmöglichkeit:

[hasbach@bibb.de](mailto:hasbach@bibb.de)

[marzoll@bibb.de](mailto:marzoll@bibb.de)