

Mit Bildungsgutscheinen Weiterbildung fördern

Leitfaden zur Planung und Umsetzung von Gutscheinprojekten

Mit Bildungsgutscheinen werden Personen finanziell bei einer Weiterbildung unterstützt. Sie ermöglichen es Akteuren¹ wie Kantonen, Städten und Gemeinden, Stiftungen, Unternehmen und Verbänden, die Weiterbildungsteilnahme einer Personengruppe zu fördern. Die Stärke dieses Förderinstruments liegt in der Nachfrageorientierung und der grossen Flexibilität. Für den erfolgreichen Einsatz von Bildungsgutscheinen müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die einerseits den Zielen und Vorgaben der Auftraggeber/Finanzgeber und andererseits dem Bedarf der Zielgruppe entsprechen. Der vorliegende Leitfaden dient als Orientierungshilfe für die Planung, Umsetzung und Weiterentwicklung von Weiterbildungsgutschein-Projekten (kurz Gutscheinprojekten).

Teil I: Bausteine eines erfolgreichen Gutscheinprojekts

Im ersten Teil des Leitfadens werden sechs Bausteine vorgestellt, die berücksichtigt werden sollten, um ein Gutscheinprojekt zu planen und erfolgreich umzusetzen.

- **Gutscheinparameter** (S.3)
- **Kooperationen** (S. 4)
- **Kommunikation** (S. 5)
- **Technisches Gutscheinsystem** (S. 7)
- **Beratung** (S. 8)
- **Reporting & Evaluation** (S. 9)

Teil II: Empfehlungen für die Umsetzung

Der zweite Teil des Leitfadens enthält Empfehlungen für die Planung und Umsetzung von Gutscheinprojekten. Konkret werden Erfolgsfaktoren und Stolpersteine beschrieben, die zum (Miss-)Erfolg eines Projekts beitragen können.

- **Erfolgsfaktoren** (S.12)
- **Herausforderungen** (S.14)

Der Schweizerische Verband für Weiterbildung SVEB setzt seit 2018 gemeinsam mit verschiedenen Partnern Gutscheinprojekte um und konnte eine entsprechende Expertise aufbauen, wobei ein Schwerpunkt auf der Förderung der Grundkompetenzen liegt. Die in diesem Leitfaden enthaltenen Informationen und Empfehlungen basieren einerseits auf den Erfahrungen in diesen Projekten und andererseits auf einem Grundlagenbericht, in dem der aktuelle Wissensstand aus Praxis und Forschung zum Thema Bildungsgutscheine zusammengefasst dargestellt wird.² Erkenntnisse zu Tipps zur Gestaltung der Prozesse verdankt der SVEB vor allem dem Gutscheinprojekt Grundkompetenzen des Kantons Luzern, der zu fortlaufenden Optimierungen einen grossen Einsatz geleistet hat und jährlich evaluiert wird.³

¹ Im vorliegenden Beitrag werden Begriffe, die sich auf Personen beziehen, jeweils in der weiblichen und männlichen Form geschrieben. Begriffe, die sich auf Organisationen oder Institutionen beziehen, werden nicht gegendert.

² Theiler, Birte/Gollob, Sofie (2023): Mit Gutscheinen die Weiterbildungsteilnahme fördern. Einblick in aktuelle Projekte und Bedarfe. Zürich: SVEB.

³ Weitere Informationen zum Luzerner Projekt auf https://beruf.lu.ch/Beratung_und_Unterstuetzung/Finanzielle_Unterstuetzung/Bildungsgutscheine

Teil I: Die sechs Bausteine eines erfolgreichen Gutscheinprojekts

> Gutscheinparameter

Gutscheine als Förderinstrument sind sehr flexibel einsetzbar, wodurch jedes Gutscheinprojekt unterschiedlich ausgestaltet werden kann. Für den Einsatz von Bildungsgutscheinen müssen bestimmte Parameter festgelegt werden, die sich in vier Kategorien einteilen lassen: monetäre, nachfrageorientierte, angebotsbezogene und informationsbezogene Parameter (Sgier & Haberzeth, 2021)⁴. Bei diesen Parametern handelt es sich um Stellschrauben, die es ermöglichen, ein möglichst passgenaues Gutscheinprojekt zu entwickeln, das den definierten Zielen und Bedürfnissen gerecht wird. Jedem Parameter sind verschiedene Fragen zugeordnet, die man bei der Konzeption eines Gutscheinprojekts abklären sollte.

Monetäre Parameter

FÖRDERHÖHE

- Ist der Förderbetrag fixiert oder variabel?
- Ist der Förderbetrag bei allen Teilnehmenden gleich?
- Ist der Förderbetrag limitiert oder offen?

FÖRDERANTEIL

- Werden die gesamten Kurskosten übernommen oder gibt es eine Kofinanzierung?
- Gibt es eine individuelle oder eine betriebliche Förderung?

KOSTENFORMEN

- Welche Kosten werden übernommen (direkte oder indirekte)?

FINANZIERUNG

- Wie wird ein Gutschein finanziert (Steuermittel, Fonds, Stiftungsmittel etc.)?
- Wie hoch ist das Budget für: >Anzahl Gutscheine
 - > Kommunikation
 - > technisches Gutscheinsystem
 - > Beratung
 - > Reporting und Evaluation

Angebotsbezogene Parameter

ANFORDERUNGEN AN ANBIETER/ QUALITÄTSSICHERUNG

- Welche Voraussetzungen müssen Anbieter erfüllen (Zulassung/Akkreditierung, Qualitätssicherung, Rechtsform, Preisgestaltung etc.)?

VERANSTALTUNGSFORMEN

- Welche Formate sind vorgesehen (Kurse, E-Learning, arbeitsplatzorientiertes Lernen, Beratung, Standortbestimmung etc.)?

ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

- Welche Zulassungsbedingungen gibt es für einzelne Angebote?
- Ist eine Ablehnung von Teilnehmenden möglich?

MELDEPFLICHT UND ERFASSUNG

- Wie werden die Kurs- und Teilnehmendendaten erfasst (z.B. in Datenbank)?

Nachfrageorientierte Parameter

ZIELGRUPPEN

- Sollen spezifische Personengruppen unterstützt werden oder ist ein Gutschein offen für alle?
- Soll ein Gutschein in einem bestimmten Bildungsbereich eingesetzt werden können oder ist er frei einsetzbar?

THEMEN/INHALTE

- Soll ein Gutschein für bestimmte Themen eingesetzt werden können oder ist er frei einsetzbar?

UMFANG UND SEQUENZIERUNG

- Wie viele Gutscheine können bezogen werden (einmaliger vs. mehrmaliger Bezug)?
- Können Gutscheine kumuliert werden?

GELTUNGSBEREICH

- Ist der Einsatz von Gutscheinen geografisch begrenzt?
- Wie lange ist ein Gutschein gültig?

ZUGANG, ZULASSUNGSBEDINGUNGEN UND ANFORDERUNGEN AN LERNENDE

- Finden die Angebote online oder vor Ort statt?
- Wie ist das Antragsverfahren?
- Welche Auswahlkriterien und Bedingungen gibt es (z.B. regelmässige Teilnahme, erfolgreicher Abschluss)?

Informationsbezogene Parameter

INFORMATION

- Wie werden die Gutscheine bekannt gemacht (Intensität, Werbung, Form etc.)?

BERATUNG

- Gibt es eine Beratung (obligatorisch vs. fakultativ)?
- Was soll die Beratung leisten (informierend vs. intensiv)?
- Wie ist sie organisiert (face-to-face vs. Telefon/Mail etc.)?

QUALITÄTSSICHERUNG

- Welche Anforderungen muss die Beratung erfüllen (Zertifizierung, Qualitätsmanagement, Qualifikation des Personals etc.)?

⁴ Neben diesen Parametern sollte frühzeitig geprüft werden, ob die rechtlichen Grundlagen für die Umsetzung vorhanden sind – insbesondere, wenn es sich um Gutscheine handelt, die von der öffentlichen Hand getragen werden.

> Kooperationen

Die Basis eines erfolgreichen Gutscheinsprojekts sind gute Kooperationen. Es gilt, sich von Beginn eines Projekts an zu überlegen, welche Akteurinnen und Akteure in das Projekt involviert werden, da die Förderziele und die Gutscheinsparameter oftmals nur gemeinsam mit Partnern bestimmt werden können. Im Rahmen einer Standortbestimmung muss geklärt werden, welche Projekte, Massnahmen, Kampagnen und Angebote mit ähnlichen Zielsetzungen es schon gibt und welche potenziellen Partner für die Umsetzung eines Gutscheins noch gewonnen werden müssen. Insbesondere Organisationen mit entsprechender Expertise für das Zielpublikum sollten bei der Planung eines Gutscheins einbezogen werden, damit alle möglichen Synergien genutzt werden können, um die Zielgruppe zu erreichen.

MÖGLICHE LEISTUNGEN VON KOOPERATIONSPARTNERN

- Aufbau eines Weiterbildungsangebots, das die Ziele des Gutscheins unterstützt
- Beratung für die Anmeldung und Annahme eines Gutscheins
- Netzwerkarbeit für die Bekanntmachung eines Gutscheins
- Planung und Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen
- Schaffung von Synergien mit anderen Projekten, Massnahmen, Kampagnen und Angeboten
- Technische und administrative Betreuung des Gutscheinsystems

Zusammenarbeit mit Multiplikatoren

Ein Gutschein ist nur erfolgreich, wenn er bei der Zielgruppe, d.h. bei Personen, die die Kriterien des Gutscheins erfüllen, bekannt ist. Eine zentrale Rolle kommt in diesem Zusammenhang Multiplikatoren zu: Personen und Organisationen, die die Zielgruppe auf die Bildungsgutscheine aufmerksam machen und sie dabei unterstützen, an Weiterbildungen teilzunehmen. Es gilt also, mögliche Anlaufstellen für potenzielle Gutscheinnutzende als Multiplikatoren einzubeziehen, die über die unmittelbaren Projektpartner hinausgehen. Oftmals machen sie nicht nur den Gutschein publik, sondern unterstützen die Teilnehmenden beim Einlösen des Gutscheins oder der Anmeldung zu einem Kurs.

Evaluationen bestehender Projekte haben gezeigt, dass insbesondere Weiterbildungsanbieter sowie ehemalige Teilnehmende eine wichtige Multiplikatorfunktion einnehmen, da Tipps für Weiterbildungen oft im privaten Umfeld weitergegeben werden und die Anbieter sich auch gegenseitig weiterempfehlen.

MÖGLICHE MULTIPLIKATOREN IN GUTSCHEINPROJEKTEN

- Weiterbildungsanbieter
- Behörden (RAV, Regionale Integrationsfachstellen RIF, Sozialdienste)
- Beratungsdienste (u.a. Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung BIZ)
- NGO, Stiftungen, Vereine, kirchliche Einrichtungen und soziale Treffpunkte
- Betriebe, Arbeitskollegen
- Berufs-/Branchenverbände
- Ehemalige Teilnehmende

Zusammenarbeit mit Weiterbildungsanbietern

Ein Gutschein braucht das passende Weiterbildungsangebot. Dafür sind Weiterbildungsanbieter zu gewinnen, die bereit sind, Gutscheine entgegenzunehmen. Die gründliche Bestandsaufnahme der Anbieterlandschaft am Anfang eines Projekts ist

absolut erforderlich. Je zahlreicher und vielfältiger die Weiterbildungsangebote im Rahmen eines Gutscheins werden, desto eher lässt sich von einer Win-win-Situation für alle Beteiligten sprechen. Hierfür ist die Beziehungsarbeit mit den Anbietern zentral, denn motivierte Weiterbildungsanbieter sind entscheidende Partner in einem Gutscheinprojekt.

Für den Gutschein ist es von Vorteil, wenn weniger konkurrierende als vielmehr sich ergänzende Angebote auswählbar sind. Nach einer ersten Phase, in der die Annahme eines Gutscheins und das Funktionieren eines Gutscheinsystems getestet wird, kann in einem zweiten Schritt geprüft werden, ob es sich für Anbieter lohnt, neue Angebote zu gestalten und anzubieten (z.B. durch separate Fördermöglichkeiten). Diese können dann für die Gutscheinnutzenden massgeschneidert sein.

FRAGEN FÜR DIE BESTANDSAUFNAHME DER WEITERBILDUNGLANDSCHAFT

- Welche Anbieter und Kurse gibt es bereits? Sind diese passend für den Zweck des Gutscheins? Erfüllen sie den gewünschten Qualitätsanspruch des Geldgebers?
- Sind Angebote passend für das Zielpublikum hinsichtlich des Umfangs und Preises? Wenn der Preis des Angebots den Gutscheinbetrag übersteigt, ist es dem Zielpublikum möglich, den Restbetrag selbst zu tragen?
- Werden die Angebote zu Tages- oder Wochenzeiten angeboten, die vom Zielpublikum auch effektiv genutzt werden können?
- Gibt es zusätzliche Aspekte zum Angebot, die für eine grössere Annahme beim Zielpublikum führen wie z.B. Möglichkeit von Online-Lerneinheiten, Kinderbetreuung oder Lerngruppen für Frauen

> Kommunikation

Um die Zielgruppe treffsicher und vor allem längerfristig zu erreichen, braucht ein Bildungsgutschein die Einbettung in ein Kommunikationskonzept. Die Basis ist eine Website (oder Landing Page) für die Bewerbung und den Bezug des Gutscheins. Zudem muss das Kommunikationskonzept über eine einmalige Bekanntmachung hinaus eine fortlaufende Kommunikationsaktivität gewährleisten. Das bereits erwähnte Netzwerk an Multiplikatoren muss aufgebaut sowie laufend gepflegt und informiert werden. Als Massnahme zur Pflege des Netzwerks könnte beispielsweise ein monatlicher Newsletter zum Förderthema regelmässig Informationen, Anpassungen oder Erfolgsgeschichten über einen Gutschein transportieren. Teil des Mail-Verteilers sind idealerweise involvierte Kursanbieter sowie alle weiteren Multiplikatoren wie Beratungsstellen, Betriebe und auch die Teilnehmenden selbst. Je breiter diverse Akteure für das Förderthema sensibilisiert werden, desto höher die Chance, Aufmerksamkeit für die Bildungsgutscheine zu generieren. Um das Kontaktnetzwerk zu verbreitern, kann es sich auch anbieten, zusätzliche Adressen für den Mail-Verteiler einzukaufen.

Kampagne zur Bewerbung des Gutscheins

Die Bewerbung eines Gutscheins gestaltet sich mit Hilfe einer Kampagne entschieden einfacher. Eine neue Kampagne zu lancieren, ist jedoch anspruchsvoll und kostenintensiv und oft nur erfolgreich, wenn sie von mehreren Kampagnenpartnern getragen und verbreitet wird. Meist braucht es hierfür eine eigene Kommunikationsabteilung oder die Unterstützung durch eine Agentur. Weniger aufwendig ist es, wenn sich die Website zum Gutschein in eine bestehende Kampagne einbetten lässt, um von deren Wiedererkennungswert zu profitieren.

Eine Kampagne kann viele Kommunikationsmassnahmen und Kanäle beinhalten, vor allem sollten diese auf die Zielgruppe und die Multiplikatoren abgestimmt sein. Eine grosse Bedeutung haben dabei Social-Media-Kanäle, die via Storytelling genutzt werden, um Aussagen und Berichte von Teilnehmenden oder Kursanbietern an die Zielgruppe zu bringen. Auch auf die Kampagne abgestimmte Werbung in der Öffentlichkeit wie z.B. Plakatwerbung, Werbung in ÖV als auch ein Postversand an ausgesuchte Haushalte kann die Aufmerksamkeit und Verständlichkeit eines Gutscheins erhöhen.

Thematisch sollte eine Kampagne möglichst breit aufgestellt sein (z.B. in Form einer Beschreibung des Förderthemas) und dennoch konkret klarmachen, was sie erreichen möchte. Die kommunizierte Botschaft zum Gutschein sollte so einfach und eingängig wie möglich gehalten sein.

Aufbau einer userfreundlichen Website

Ein wichtiges Element ist eine userfreundliche Website (oder Landing Page) zum Gutschein.⁵ Von zentraler Bedeutung ist dabei eine kurze und informative User Journey, um den Gutschein einzulösen. Idealerweise beinhaltet die User Journey die automatische Prüfung, ob die interessierte Person für den Gutschein berechtigt ist, zeigt eine Übersicht der für den Gutschein gültigen Kurse mit allen notwendigen Zusatzinformationen und bietet die Möglichkeit, sich direkt zu einem passenden Kurs anzumelden.

Zudem sollte die Website die dringendsten Fragen zu den Kriterien und dem Prozedere zur Einlösung des Gutscheins übersichtlich und einfach erklären. Anleitungen, FAQ, Beratungsmöglichkeiten und Erklärvideos zum Gutschein sollten auf den ersten Blick auffindbar sein. FAQ müssen meist laufend aktualisiert werden können – zumindest in der Anfangsphase, in der sich noch viele Fragen stellen.

Schliesst die Website des Gutscheins an einer Kampagnenwebsite an, können darüber hinaus viele weitere nützliche Informationen zum Überthema/Förderthema gegeben und Synergien genutzt werden.

WICHTIGSTE ELEMENTE EINER WEBSITE ZU EINEM GUTSCHEIN

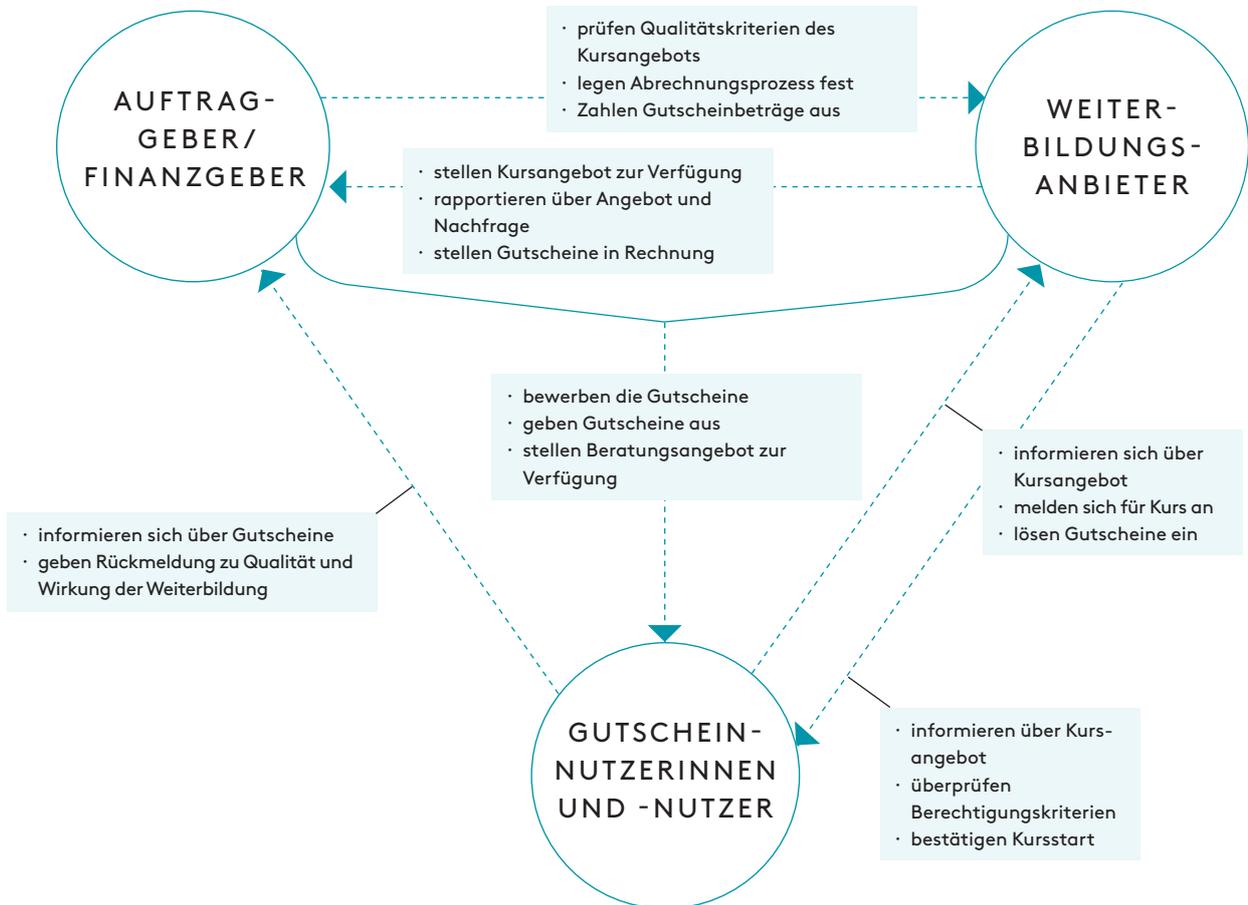
- Einfache und kurz gehaltene Information über Zielgruppe und Rahmenbedingungen des Gutscheins. Dabei Anreize schaffen und Benefits herausstellen.
- FAQ (häufig gestellte Fragen)
- Kontaktangaben, wer den Gutschein verantwortet
- Angabe von Beratungsmöglichkeit z.B. in Form einer Hotline
- Informationen zu Kursen, für die der Gutschein gültig ist, sowie deren Anbieter

⁵ Es kann auch eine Landing Page sein, die Teil einer bestehenden Website ist.

Technisches Gutscheinsystem

Im Prozess von der Ausgabe bis zum Bezug eines Gutscheins sind drei Parteien involviert: der Auftraggeber/Finanzgeber, die Gutscheinnutzerinnen und -nutzer sowie die Weiterbildungsanbieter mit ihren Kursangeboten. Zwischen diesen Parteien müssen Informationen ausgetauscht, Berechtigungskriterien überprüft und Zahlungsflüsse festgelegt werden.

INFORMATIONS- UND FINANZFLÜSSE BEI DER GUTSCHEINABWICKLUNG



Für diese teils komplexen Kommunikationsprozesse braucht es ein digital nutzbares System, das in Ergänzung zur Website zum Einsatz kommt. Dieses System lässt sich auch als Gutscheinsystem bezeichnen; es sollte das Kursangebot, die Anmeldung zum Kurs, die Überprüfung der Teilnahmebedingungen sowie die Gutscheinentwertung bzw. Abrechnung beinhalten und Abläufe weitmöglichst automatisieren. Um diese Anforderungen und Abläufe zu verbinden, kann es Sinn machen, eine zusätzliche Partei zu involvieren, die ein System zur Verfügung stellt, welches eine möglichst unkomplizierte User Journey implementiert, Daten automatisch abgleicht und administrative Aufwände auf jeder Seite geringhält.

Digitaler Zugang

Damit Interessierte einen Gutschein beziehen und an einer Weiterbildung teilnehmen können, muss das System folgende Aufgaben erfüllen:

- Gutschein über eine Website/Landing Page zugänglich machen;
- Gutscheinkriterien transparent machen (u.a. auch die Regelung der Kostenübernahme);
- Übersicht der Kurse und Anbieter geben (inkl. Kursbeschreibungen mit relevanten Informationen als Entscheidungsgrundlage);
- Möglichkeit zur direkten Anmeldung zu einem Kursangebot bieten;
- Kontakt für eine Helpline/Beratung angeben.

ZIEL:
Gutscheinbezug und Anmeldung zu einem Kursangebot

Das System sollte sowohl Teilnehmendendaten erfassen als auch Daten speichern zu den Anbietern und ihren Angeboten. Diese Daten braucht es u.a. um:

- bei der Anmeldung automatisch Gutschein-relevante Kriterien zu prüfen;
- unerlaubte Mehrfach-Anmeldung einer Person zu verhindern;
- gegebenenfalls Restguthaben auszuweisen (wenn nicht der ganze Gutscheinbetrag aufgebraucht wurde);
- ein regelmässiges Reporting zu ermöglichen (vgl. Baustein Reporting & Evaluation);
- die Abrechnung der Gutscheinbeträge vonseiten der Anbieter und der Auftraggeber/Finanzgeber zu prüfen.

ZIEL:
Prüfen der Gutscheinkriterien und Reporting

Datenerfassung

Information

Erfüllt eine Person die definierten Gutscheinkriterien und kann sich erfolgreich anmelden, muss das System folgende Informationen übermitteln:

- Teilnehmende erhalten eine Bestätigung über die erfolgreiche Buchung eines Kurses.
- Kursanbieter erhalten Anmeldung und die Daten der Kursteilnehmenden, damit sie die Anmeldung bestätigen und den definitiven Kursstart kommunizieren können.

ZIEL:
Angemeldete Personen mit Anbietern in Kontakt bringen

Das System muss nicht nur das digitale Einlösen und Buchen des Kurses managen, sondern auch die Abrechnungsprozesse. Folgende Schritte müssen bei der Abrechnung berücksichtigt werden:

- Gutscheinbetrag wird dem Auftraggeber/Finanzgeber zu einem definierten Zeitpunkt (bspw. nach Abschluss eines Kurses) in Rechnung gestellt.
- Angaben der Anbieter zur Anzahl eingelöster Gutscheine sollten mit Anmeldeinformationen abgeglichen werden.
- Ist das Einlösen eines Gutscheins an eine Mindestanwesenheit der Teilnehmenden gekoppelt, muss der Anbieter die Teilnahmequote ausweisen (d.h. zu wie viel Prozent ein Kurs besucht wurde).

ZIEL:
Abrechnung des Gutscheins

Finanzflüsse

> Beratung

Die Beratung nimmt in Gutscheinprojekten eine zentrale Stellung ein. Bei einem Gutschein, der digital abgewickelt bzw. eingelöst wird, ist es unentbehrlich, individuelle Hilfestellungen anzubieten. Deshalb braucht ein Gutscheinprojekt die Einbettung in ein Beratungskonzept.

Ganz entscheidend ist der Moment der Kontaktaufnahme (Intake). Personen werden über den Gutschein informiert und zeigen Interesse. Es besteht jedoch oft Bedarf nach einem persönlichen Kontakt für Hilfestellungen, um sich für den «richtigen» Kurs zu entscheiden. Meist läuft der Erstkontakt über die Anbieter. Ihnen kommt eine wichtige Rolle zu, wenn es darum geht, eine individuelle Einschätzung vorzunehmen und abzuklären, welcher Kurs für die jeweilige Person passend ist. Sie können Interessierte vor Ort beraten und sie bei Bedarf bei der Anmeldung unterstützen.⁶ Darüber hinaus ist es wichtig, weitere Beratungsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Diese Beratungsmöglichkeiten können eine Hotline sein, betrieben von Fachpersonen für das Zielpublikum und/oder auch eine Beratungsstelle, die man persönlich aufsuchen kann.

⁶ Diese kann z.B. im BIZ oder von der Gemeinde/Kanton angeboten werden. Je grösser z.B. der Förderbedarf im Bereich der Grundkompetenzen beim Zielpublikum ist, desto weniger ist davon auszugehen, dass interessierte Personen eigenständig den Gutschein einlösen, sondern Hilfe bei der Wahl eines geeigneten Kurses und beim Anmeldeprozess brauchen.

AUFBAU EINES BERATUNGSKONZEPTS

Zentrale Akteure in der Beratung sind die Kursanbieter, jedoch benötigt es weitere Stellen und Personen, welche beratend unterstützen. Im Besonderen sind folgende Punkte zu beachten:

- Die Beratung ist auf verschiedene Anlaufstellen verteilt;
- Es sind verschiedene Beratungsstufen definiert, die idealerweise aufeinander aufbauen können;
- Jeder Stelle kommt eine definierte Rolle zu, Aufgaben und Verantwortlichkeiten sind klar definiert;
- Die Anlaufstellen wissen voneinander und kennen die Verantwortlichkeiten und Aufgaben der anderen Stellen;
- Die Stellen können gezielt aufeinander verweisen, z. B. telefonischer First-Level-Support, dieser verweist auf die Beratung vor Ort (z.B. im BIZ) oder auf die Beratung durch einen Kursanbieter;
- Die Anlaufstellen werden laufend informiert, speziell dann, wenn Informationen zum Gutscheinsystem verbreitet werden, z.B. in Form eines Mailings.

Bildungskette sicherstellen

Die Zielsetzungen von Gutscheinprojekten beziehen sich meist auf die Förderung der Weiterbildungsteilnahme einer bestimmten Zielgruppe. Das heisst, Bildungsgutscheine funktionieren als Türöffner für neue Bildungswege von Erwachsenen. Denn für den Aufbau einer längerfristigen beruflichen Perspektive braucht es oft mehr als den Besuch eines einzelnen Weiterbildungskurses.

Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend, dass die Beratung über den Erstbezug eines Gutscheins hinausgedacht wird. Wenn ein Folge-Gutschein im Rahmen des Gutscheinprojekts angeboten wird, braucht es die Möglichkeit, nach einer Kursteilnahme erneut ein Beratungsangebot in Anspruch nehmen zu können, um den weiteren Bedarf und die Möglichkeiten zu klären. So kann man auch die Motivation des Teilnehmenden nutzen, um auf Erfolgsmomenten des ersten Kursbesuchs aufzubauen.

AUSGESTALTUNG DES BERATUNGSANGEBOTS

- Unterstützung und Beratung sind häufig in folgenden Punkten notwendig:
- Fragen zu Kursen (z. B. Voraussetzungen, Kurszeiten, Niveau usw.)
- Suche nach einem geeigneten Kurs
- Fragen zum Gutscheinsystem (z. B. Kriterien, Gültigkeit, Gutschein einlösen usw.)
- Fragen/Schwierigkeiten beim Anmeldeprozedere (z. B. Personen haben keine E-Mail-Adresse oder können die Anmeldung online nicht selbst vornehmen, sprachliche Probleme usw.)
- Standortbestimmung nach erfolgreicher Teilnahme/Suche nach einem passenden Folgekurs

➤ Reporting und Evaluation

Das Reporting und die Evaluation sind zwei wichtige Bestandteile eines Gutscheinprojekts. Das Reporting stellt Informationen über den aktuellen Stand und die Leistung eines Gutscheinprojekts bereit, während eine Evaluation ein zentrales Steuerungsinstrument ist, mit dem die Qualität und die Wirkung eines Gutscheinprojekts beurteilt und Verbesserungen bei den Parametern vorgenommen werden können.

Aufgabe des Reportings

Aufgabe des Reportings ist die Rechenschaftslegung gegenüber den Stakeholdern. Die Geldgebenden müssen – wenn möglich regelmässig – Einblick in den Stand eines Gutscheinprojekts und die Entwicklung der Kosten haben, um sicherstellen zu können, dass die Mittelverwendung zweckgemäss ist.

Daher sollte das technische Gutscheinsystem so aufgebaut werden, dass es Informationen zur Nachfrage respektive den Teilnehmenden sowie zu den Anbietern und ihren Angeboten bereitstellen kann (vgl. dazu das Kapitel zum technischen Gutscheinsystem). Informationen zu den Weiterbildungsangeboten sowie den eingelösten Gutscheinen ermöglichen es zu prüfen, inwiefern das Angebot und die Nachfrage aufeinander abgestimmt sind.

RELEVANTE INFORMATIONEN FÜR DAS REPORTING

Entwicklung des Kursangebots und der Kursanbieter

- Anzahl ausgeschriebener Angebote/Kursdurchführungen
- Anzahl ausgeschriebener Angebote/Kursdurchführungen pro Anbieter
- Themen der ausgeschriebenen Angebote/Kursdurchführungen (nach Anbieter)
- Wochentage, Tageszeit und Kursort
- Umfang der Angebote (Anzahl und Dauer der Lektionen, Mindest- und Maximalzahl der Teilnehmenden)
- Preise der Angebote

Teilnehmende

- Alter, Geschlecht und Wohnort der Kursteilnehmenden
- Bildungsabschluss
- Erwerbsstatus
- Sprachniveau
- Vermittelnde Stelle (Wie haben die Teilnehmenden von einem Angebot erfahren)

Anmeldungen und Entwertungen

- Anzahl Anmeldungen pro Zeitraum x
- Anzahl Gutscheinentwertungen pro Zeitraum x
- Summe der Beträge der entwerteten Gutscheine pro Zeitraum x
- Anmeldungen und Entwertungen nach Angeboten/Anbietern/definierten Themenbereichen

Um Aussagen über das Verhältnis von Angebot und Nachfrage machen zu können, sollten die Kurs- und Teilnehmendendaten miteinander abgeglichen werden. Hier kann man beispielsweise mit einer Kurs-ID arbeiten. Die im Reporting gesammelten Daten und Informationen bilden die Basis der Evaluation.

Planung der Evaluation

Bereits zu Beginn eines Gutscheinprojekts sollte der Zeitpunkt für die Durchführung der Evaluation festgelegt und sichergestellt werden, dass ausreichend Ressourcen zur Verfügung stehen. Bei der Planung der Evaluation gibt es mehrere Aspekte zu berücksichtigen, damit sie zielführend ist. Die Ziele und der Zweck der Evaluation sollten klar definiert werden. Es ist zu berücksichtigen, dass die Ziele des Projekts nicht den Evaluationszielen entsprechen.

ZWECKE EINER EVALUATION

- Qualitätssicherung: Wie kann ein Gutscheinprojekt verbessert werden?
- Entscheidungsfindung: Soll ein Gutscheinprojekt längerfristig implementiert werden?
- Zielerreichung: Wird das Ziel eines Gutscheinprojekts erreicht?
- Erkenntnisgenerierung: Welche Bildungsangebote eignen sich für die Teilnehmenden?

Da die laufende Weiterentwicklung und Verbesserung absolut entscheidend für den Erfolg eines Gutscheinprojekts ist, bieten sich formative Evaluationen an, das heisst, im Projektverlauf durchgeführte, begleitende Evaluationen. Es gilt, sich zu überlegen, welche Zielerreichung in welcher Phase eines Gutscheinprojekts zentral ist und wie gemessen werden kann, ob diese erreicht wurde oder wo kritische Punkte bei der Durchführung des Projekts zu erwarten sind, die es zu überprüfen gilt. Zudem kann auch der Effekt einzelner Massnahmen evaluiert werden. Dies ermöglicht es, verschiedene Phasen und Massnahmen miteinander zu vergleichen.

Anschliessend sind Leitfragen zu definieren, welche mit der Evaluation beantwortet werden sollen. Diese Fragen sollten direkt auf die zuvor definierten Ziele abgestimmt sein. Die Leitfragen helfen dabei, den Fokus und den Umfang der Evaluation festzulegen.

MÖGLICHE EVALUATIONSFRAGEN

- Wie hat sich die Nachfrage in einem bestimmten Zeitraum entwickelt?
- Wie hat sich das Angebot in einem bestimmten Zeitraum entwickelt?
- Welche Angebote/Themen wurden vermittelt?
- Welche Angebote/Themen sind besonders beliebt?
- Entspricht das Angebot inhaltlich und formal dem Bedarf der Teilnehmenden?
- Entspricht das Kursangebot den vorgegebenen Qualitätsstandards?
- Welche Massnahmen wurden ergriffen, um die Teilnehmenden zu erreichen?
Wie gut haben diese funktioniert?
- Wie gut konnte eine bestimmte Zielgruppe erreicht werden?
- Lohnt es sich für die Weiterbildungsanbieter in einem Gutscheinprojekt zu partizipieren und entsprechende Angebote umzusetzen?
- Wie beurteilen die Teilnehmenden den Lernerfolg?

Wahl der Evaluationsmethoden

Bei der Wahl der Evaluationsmethoden steht die Frage im Zentrum, mit welchen Daten sich die Evaluationsfragen beantworten lassen und welche Akteure dafür einbezogen werden sollten. Teil des Evaluationsdesigns ist es, festzulegen, welche Fragestellungen mit welchen Erhebungsmethoden bearbeitet werden und aus welchen verschiedenen Datenquellen Informationen gesammelt werden. Dabei sollten die notwendigen Informationen/Daten so erhoben werden, dass die Belastung der Beteiligten in einem angemessenen Verhältnis zum erwarteten Nutzen stehen.

MÖGLICHE EVALUATIONSMETHODEN

- Deskriptive Auswertung der Kurs- und Teilnehmendendaten
(liefert das technische Gutscheinsystem, Basis des Reportings)
- Selbstevaluation ausgewählter Partner
- Gruppengespräche mit Stakeholdern, Fokusgruppe
- Durchführung von standardisierten Umfragen
- Durchführung qualitativer Interviews
- Hospitationen

Der Aufwand, den man sich mit einer Evaluation macht, ist eine Frage der Zeit und des Budgets. Die Auswertung der Kurs- und Teilnehmendendaten sowie der Gruppengespräche sind relativ niederschwellig. Integriert man Selbstevaluationen, Umfragen und Interviews, kann eine umfassende Evaluation umgesetzt werden.

Teil 2:

Empfehlungen für die Umsetzung eines Gutscheinprojekts

> Erfolgsfaktoren

Niederschwellige Gutscheinbedingungen

Zu Beginn eines Gutscheinprojekts ist zu klären, an welche Bedingungen der Gutschein gebunden werden soll. Zu viele Reglementierungen und geforderte Angaben und Nachweise können hinderlich sein. Je weniger Hürden und Bedingungen an einen Gutschein geknüpft sind, desto niederschwelliger ist der Zugang und wird dadurch grössere Personenkreise erreichen. Auch braucht es weniger aufwendige Kontrollmechanismen.

Zugang zum Gutschein inklusiv gestalten

Aus den konzeptionellen Grundlagen sollte klar hervorgehen, welche verschiedenen Zielgruppen mit den Bildungsgutscheinen erreicht werden sollen. Lassen sich über gewisse Weichenstellungen oder stellenübergreifende Zusammenarbeiten bei der Ausgestaltung des Gutscheins weitere Zielgruppen inkludieren? Ein Beispiel anhand eines Bildungsgutscheins für Grundkompetenzen: Personen mit Migrationshintergrund sind laut Evaluation eine grosse Zielgruppe. Sie bewegt sich zwischen zwei Fördersträngen: Der Sprachförderung im Integrationsbereich und der Grundkompetenzenförderung basierend auf dem Weiterbildungsgesetz. Diese Förderstränge, sprich Bildung und Integration, müssen idealerweise kombiniert werden und nicht als konkurrierend betrachtet werden. Je nach Gestaltung dieser grundlegenden Fragen, ist auch das Kursanbot anzupassen (u. a. vermehrte Durchführung von Konversations- und Deutschkursen für Fremdsprachige). Das Innovationspotenzial hierbei ist noch längst nicht ausgeschöpft.

Einfacher Anmeldeprozess

Auch der Anmeldeprozess für den Kurs muss für den Gutscheinempfänger möglichst einfach und verständlich gestaltet sein. Botschaft und Bedingungen müssen so prägnant und unkompliziert wie möglich benannt und die User journey zur Einlösung des Gutscheins einfach und kurz gestaltet werden. Trotz dieser Bemühungen unterstützen oftmals zusätzlich die Multiplikatoren die Zielpersonen, den digitalen Anmeldeprozess zu bewältigen.

Transparente und präzise Kursausschreibung

Je transparenter und präziser die Kursausschreibungen mit relevanten Details publiziert werden, desto besser lässt sich vom Gutscheinnutzenden beurteilen, ob ein Kurs wirklich passend ist. Hierfür müssen Kursanbieter möglichst umfassende Informationen zu den Kursen angeben. Durch die an Kursanbieter gerichtete Initiative «Charta zur transparenten Kursausschreibung» (2019) hat der SVEB bereits einen wichtigen Impuls geliefert. Ziel wäre, dass Kurse im Rahmen eines Gutscheinpro-

jekts so ausgeschrieben sind, dass sie eine gute Entscheidungsgrundlage bilden und weitere Anfragen beim Kursanbieter minimiert werden.

Kursanbieter in ihrer Rolle als Multiplikator stärken

Im Zusammenspiel eines Gutscheinsystems hat sich immer wieder bewiesen, dass die Anbieter ein wichtiges Glied im Gefüge hinsichtlich der Vermittlungsleistung eines Gutscheins darstellen. Sie haben dadurch eine wichtige Funktion als Multiplikator. Oftmals tragen sie massgeblich zur Gewinnung neuer Gutscheinnutzenden bei und unterstützen den Anmeldeprozess über das System. Der Aufwand für die Beratung von potenziellen Kursteilnehmenden ist gross. Eine zusätzliche Aufwandsentschädigung für diese Leistung wäre zu diskutieren.

Zusammenarbeit der vermittelnden Stellen fördern

Für die Kursanbieter ist es sehr hilfreich, wenn von einer vermittelnden Stelle mehrere Personen gleichzeitig zu einem Kurs angemeldet werden, da dies die Durchführbarkeit der Kurse erleichtert. Sie würden es deshalb begrüessen, wenn die Zusammenarbeit mit vermittelnden Stellen verstärkt würde. Auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen ist nicht bei allen Kursanbietern gleich stark etabliert.

Einbettung in eine bestehende Kampagne

Gibt es bereits eine wirksame Kampagne für die Zielgruppe des Gutscheins, sollte man diese als Motor für den Gutschein nutzen. In bereits bestehenden Kampagnen stecken viele Vorüberlegungen, Erfahrungswerte und Optimierungen, die auch bei der Verbreitung eines Gutscheins von Anfang an einen Nutzen bringen. Zudem haben Logo und Kernbotschaft bereits bei potenziellen Multiplikatoren Halt gefunden.

Evaluation trägt entscheidend zum Erfolg bei

In Gutscheinprojekten sind Evaluationen nicht als ein Nice-to-have zu betrachten, sondern absolut erforderlich für den längerfristigen Erfolg eines Gutscheins. Sie ermöglichen es zu überprüfen, ob der Gutschein den Erwartungen gemäss angenommen wird und das «richtige» Zielpublikum erreicht. Sollte dies nicht oder nur teilweise erfolgt sein, kann man die «Stellschrauben» des Gutscheinprojekts entsprechend anpassen.

Insbesondere am Anfang eines Gutscheinprojekts macht es Sinn, realistische Ziele hinsichtlich der Teilnahmezahlen zu setzen. Gutscheinprojekte brauchen ca. zwei Jahre, bis beurteilt werden kann, ob sie bei der Zielgruppe erfolgreich angenommen werden. In dieser Zeit müssen die Gutscheinkriterien (bspw. Förderbetrag, Zugangskriterien) laufend an den Bedarf angepasst werden.

Evaluation als partizipativer Prozess

Die Evaluation eines Gutscheinprojekts sollte auch als Möglichkeit gesehen werden, in einen Austausch zu kommen mit den verschiedenen Partnern und damit die Identifikation derselben mit dem Projekt zu stärken. Dies kann beispielsweise über Anbietertreffen geschehen, in denen Qualitätsfragen besprochen werden. Insbesondere bei der Qualitätsverbesserung gilt, dass es sich bei Gutscheinprojekten um integrative Projekte handelt.

Einführung von Qualitätsrastern für Weiterbildungsangebote

Nach Einführung eines Gutscheinprojekts kann es sinnvoll sein, Qualitätskriterien für die Angebote zu entwerfen und zu schärfen. Darauf aufbauend können Leitfäden für Kursleitende, Kursteilnehmende und Kursanbieter entwickelt und zugänglich gemacht werden, sozusagen als Toolbox, um eine bessere Beratung des Zielpublikums und eine bessere Selbstevaluation der Kursanbieter zu gewährleisten.

> Herausforderungen

Administrativer Aufwand für Weiterbildungsanbieter

Anbieter sind bei einem Gutscheinprojekt gefordert. Je nach Gutscheinprojekt müssen sie sich anfangs eventuell mit ihren Angeboten akkreditieren. Liegt der Kursbetrag über dem Gutscheinwert, müssen die Anbieter den Kursteilnehmenden Differenzbeträge separat in Rechnung stellen. Bei der Abrechnung der Gutscheinbeträge können Anwesenheitsprozente der Teilnehmenden relevant sein und müssen dann dokumentiert werden. Die für ein Gutscheinprojekt publizierten Kurse müssen fortlaufend aktualisiert werden. Insgesamt ist der beratende und administrative Aufwand seitens der Anbieter sehr hoch.

Vorfinanzierung der Kurse

In den meisten AGB von Kursanbietern ist geregelt, dass Teilnehmende die Kurskosten bereits beim Start des Kurses zahlen müssen. Dies ist für die Anbieter aus betriebswirtschaftlichen Gründen notwendig. Die ursprüngliche Idee eines Gutscheins ist, dass der Gutscheinnutzende die Kurskosten nicht vorfinanzieren und allenfalls Differenzbeträge zahlen muss. Bei finanziell schwach aufgestelltem Zielpublikum ist es umso wichtiger, eine Vorfinanzierung zu vermeiden. Für ein Gutscheinprojekt ist die Vorfinanzierung durch die Anbieter ein dankbares Modell, da aufwendige Hin- und Herzählungen vermieden werden können. Der Geldgeber eines Gutscheins kann den Zeitpunkt der Gutscheinverrechnung nach Absprache mit den Anbietern festlegen, z.B. nach Erfüllung eines gewissen Anwesenheitsprozents des Kursteilnehmenden am Kurs. Die Akzeptanz eines Bildungsgutscheins bleibt für die Kursanbieter so jedoch ein finanzielles Risiko, das proportional grösser wird, je höher die geforderten Anwesenheitsprozente des Teilnehmenden ausfallen. Es gibt immer so genannte No-Shows, die sich über den Gutschein anmelden, aber nicht zum Kurs erscheinen. Nicht alle Kursanbieter können dieses Risiko tragen oder nur dann, wenn der Gutschein insgesamt genügend Teilnehmende generiert. Das Gespräch mit ihnen und die Klärung, ab welchem Zeitpunkt nach Kursbeginn Gutscheine für die eigene betriebliche Stabilität abgerechnet werden müssen, sollte frühzeitig gestartet werden.

Umsetzung eines Gutscheinprojekts braucht Zeit

Für die Umsetzung eines Gutscheinprojekts braucht es vor allem aus Sicht der Kursanbieter zeitlich genügend Vorlauf. Diese wird benötigt, um sich mit der Fördermassnahme auseinanderzusetzen und entsprechende Angebote eventuell auch noch neu zu entwickeln. Sie müssen Informationen sammeln, die ihnen helfen einzuschätzen, wie gross der Aufwand im Verhältnis zum Ertrag sein wird. Für involvierte Kantone braucht es Zeit für die Klärung, aus welchen Töpfen ein Gutschein finanziert werden kann.

Gesamtheitliche Gutscheinadministration

Nicht nur Mehraufwände auf Seiten der Anbieter sind realistisch einzuschätzen, sondern auch jene hinsichtlich der systematischen Datenerfassung, der Qualitätssicherung und Rechenschaftspflicht. Für Geld- und Datenflüsse zwischen den involvierten Partnern braucht es ein möglichst intelligentes, unterstützendes und bestmöglich automatisiertes System, das administrative Aufwände in einem machbaren Rahmen hält.

Längerfristige Wirkungsmessung

Es ist schwierig, die Wirkung respektive die Wirksamkeit des Gutscheinsystems längerfristig zu messen. Dafür müsste es möglich sein, die Teilnehmenden nach einem längeren Zeitraum (erneut) zu befragen und bspw. zu erheben, ob die Arbeitsmarktfähigkeit oder die Lebensqualität gesteigert werden konnten. Oft ist es jedoch schwierig, die Teilnehmenden direkt zu befragen. Damit Personen, die sich für einen Gutschein angemeldet haben, kontaktiert werden können, sollte bei der Anmeldung vermerkt werden, dass man sie möglicherweise für allfällige Umfragen oder Interviews kontaktieren wird, weshalb sie ihre Handynummer und/oder ihre Email-Adresse angeben sollten.

IMPRESSUM

Autorinnen

Sofie Gollob, Historikerin MA, Projektleiterin beim SVEB
Arbeitsschwerpunkte: Weiterbildungsforschung, Bildungs-
ökonomie, Evaluationen.

Birte Theiler, Kulturwissenschaftlerin lic. phil., Projekt-
leiterin beim SVEB

Arbeitsschwerpunkte: Konzipierung und Abwicklung von
Gutscheinprojekten

Layout

Völlm + Walthert, Zürich

Korrektorat

Karin Büchler



Bezug

[https://alice.ch/de/dienstleistungen/
publikationen-und-produkte/
praxistools/](https://alice.ch/de/dienstleistungen/publikationen-und-produkte/praxistools/)

Weitere Informationen

Der Schweizerische Verband für Weiterbildung SVEB setzt seit 2018 gemeinsam mit verschiedenen Partnern Gutscheinprojekte um. Die in diesem Leitfaden enthaltenen Informationen und Empfehlungen basieren einerseits auf der so aufgebauten Expertise. Andererseits basieren sie auf einem Grundlagenbericht, in dem der aktuelle Wissensstand aus Praxis und Forschung zum Thema Bildungsgutscheine zusammengefasst dargestellt wird.



Weitere Informationen und Publikationen zum Thema Bildungsgutschein finden Sie auf unserer Website: <https://alice.ch/de/dienstleistungen/gutscheinprojekte-des-sveb/>

Finanzierung

Die Erarbeitung der Studie wurde vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) finanziell unterstützt.

Bibliografische Angabe

Theiler, Birte und Gollob, Sofie (2023): Mit Bildungsgutscheinen Weiterbildung fördern. Leitfaden zur Planung und Umsetzung von Gutscheinprojekten. Zürich: SVEB.