

Online Magazin IAB-Forum

Vermittlungsgutscheine verlieren weiter an Bedeutung

Gesine Stephan, Elisabeth Artmann, Sarah Bernhard



Arbeitsuchende können von ihrer Agentur für Arbeit oder ihrem Jobcenter einen Vermittlungsgutschein erhalten, den sie bei einer privaten Arbeitsvermittlung einlösen können. Die Bedeutung der Vermittlungsgutscheine ist im Zeitablauf stark zurückgegangen: Im Jahr 2022 lösten insgesamt nur noch knapp 4.000 Personen einen solchen Gutschein ein. Dabei machten tendenziell eher Arbeitslose mit besseren Beschäftigungschancen von diesem Instrument Gebrauch.

Maßnahmen zur Aktivierung und beruflichen Eingliederung sollen die Teilnehmenden dabei unterstützen, eine Beschäftigung aufzunehmen. Agenturen für Arbeit und [Jobcenter](#) können diese Dienstleistungen öffentlich ausschreiben und [Arbeitsuchende](#) dann direkt an das beauftragte Unternehmen vermitteln. Arbeitsuchende können aber auch direkt einen Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein erhalten, der sie dazu berechtigt, einen zugelassenen Arbeitsmarktdienstleister ihrer Wahl zu beauftragen.

Eine von drei Gutscheinvarianten ist der im Jahr 2002 (zunächst befristet) eingeführte Vermittlungsgutschein – genauer gesagt der „Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein für eine Maßnahme bei einem Träger der privaten Arbeitsvermittlung“ (AVGS-MPAV). [Arbeitslose](#), die Anspruch auf [Arbeitslosengeld](#) haben, in den drei Monaten zuvor mindestens sechs Wochen lang arbeitslos waren und noch nicht vermittelt sind, haben sogar einen Rechtsanspruch auf einen solchen Vermittlungsgutschein.

Der Gutschein berechtigt dazu, eine private Arbeitsvermittlung in Anspruch zu nehmen, die über eine Zulassung durch eine fachkundige Stelle verfügt. Zu den Vermittlungsleistungen gehört auch die Vorbereitung und Durchführung der Vermittlung, beispielsweise durch die Feststellung der Kenntnisse oder eine Beratung. Für Maßnahmen wie ein Bewerbungstraining oder ein Betriebspraktikum gibt es hingegen eine andere Gutscheinvariante.

Der Vermittlungsgutschein soll den Wettbewerb zwischen den privaten Arbeitsvermittlungen und auch zwischen öffentlicher und privater Arbeitsvermittlung stärken. Er soll gleichzeitig die Eigenverantwortung und Autonomie derjenigen Arbeitslosen fördern, die einen solchen Gutschein erhalten. Aus Arbeitgebersicht lohnt sich die Zusammenarbeit mit einer privaten Arbeitsvermittlung, wenn damit der Aufwand für die Personalrekrutierung sinkt.

Ausgestaltung des Vermittlungsgutscheins

Arbeitsuchende, die einen Gutschein erhalten haben, können sich eine oder mehrere private Arbeitsvermittlungen aussuchen und einen Vermittlungsvertrag abschließen. Erst nach erfolgter Vermittlung kann die private Arbeitsvermittlung durch Einreichen des Vermittlungsgutscheins und des Arbeitsvertrages bei der Agentur für Arbeit beziehungsweise beim Jobcenter eine Vergütung beantragen.

Bei einer erfolgreichen Vermittlung in sozialversicherungspflichtige Beschäftigung beträgt die Vergütung derzeit 2.500 Euro. Sie kann bei Langzeitarbeitslosen und Menschen mit Behinderung auf bis zu 3.000 Euro steigen. Dabei sind 1.250 Euro nach einer sechswöchigen, der Restbetrag nach einer sechsmonatigen Beschäftigungsdauer fällig.

Voraussetzung ist, dass das Arbeitsverhältnis nicht von vornherein auf eine Dauer von weniger als drei Monaten begrenzt ist, die Arbeitszeit mindestens 15 Wochenstunden beträgt und es sich nicht um einen [Minijob](#) handelt. Zudem darf das Beschäftigungsverhältnis nicht mit einem früheren Arbeitgeber abgeschlossen werden (hierfür gelten bestimmte zeitliche Fristen).

Private Arbeitsvermittlungen können sowohl gewinnorientierte als auch gemeinnützige Unternehmen oder Gesellschaften sein. Sie können reine Arbeitsvermittlungen sein oder daneben weitere Dienstleistungen anbieten (etwa Weiterbildung oder soziale Beratung). Diese Leistungen können aber nicht über den Vermittlungsgutschein abgerechnet werden.

Die Zahl der ausgegebenen und eingelösten Vermittlungsgutscheine geht seit Jahren zurück

Die Zahl der ausgegebenen und eingelösten Vermittlungsgutscheine ist seit Jahren rückläufig (siehe Abbildung 1). Von schätzungsweise insgesamt 455.000 ausgegebenen Vermittlungsgutscheinen (siehe Infokasten „Methodische Hinweise“) wurden im Jahr 2013 noch 43.000 eingelöst. Im Jahr 2022 wurden von geschätzt knapp 23.000 ausgegebenen Gutscheinen nur knapp 4.000 eingelöst. Immerhin stieg die Einlösequote von geschätzt 9 Prozent im Jahr 2013 auf 17 Prozent im Jahr 2022.

Über den gesamten Betrachtungszeitraum lag der Anteil der Gutscheine mit bewilligter 2. Rate an den Gutscheinen mit bewilligter 1. Rate mit leicht abnehmender Tendenz zwischen 56 und 54 Prozent. Dies bedeutet: Gut die Hälfte der Beschäftigungen, für die ein Gutschein eingelöst wurde, dauerte mindestens ein halbes Jahr.

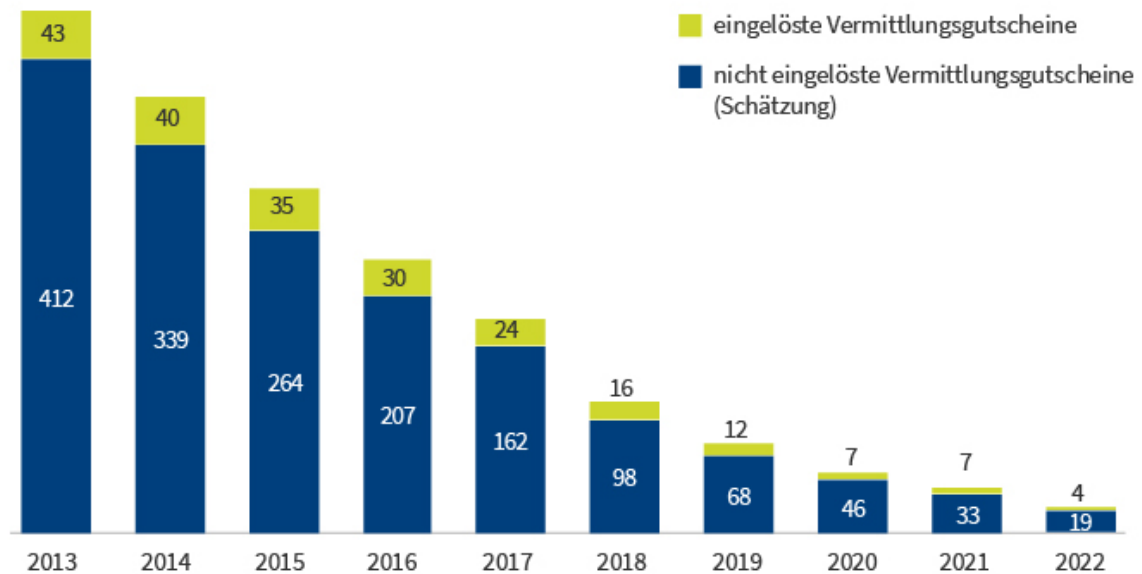
Auswertungen der Statistik der [Bundesagentur für Arbeit](#) zeigen: Von allen Personen, die von Oktober 2020 bis September 2021 aus der Arbeitslosigkeit in eine sozialversicherungspflichtige Tätigkeit wechselten (mit und ohne Gutschein), waren knapp drei Viertel mindestens sechs Monate durchgängig beschäftigt – allerdings nicht notwendigerweise beim selben Arbeitgeber.

Über die Ursachen der rückläufigen Zahlen bei den Ausgaben und Einlösungen lassen sich nur Vermutungen anstellen (lesen Sie dazu auch den [IAB-Forschungsbericht 6/2022](#) von Elisabeth Artmann, Sarah Bernhard und Gesine Stephan). Private Arbeitsvermittlungen beklagen niedrige Vermittlungsvergütungen, restriktive Zahlungsbedingungen und bürokratische Hürden. Arbeitsuchenden wiederum erscheint der Markt für private Arbeitsvermittlungen womöglich weder vielversprechend noch transparent. Agenturen für Arbeit und Jobcenter schließlich könnten dem Vermittlungsgutschein nur begrenztes Erfolgspotential zuschreiben, unter anderem, weil nur ein Bruchteil der ausgegebenen Gutscheine tatsächlich eingelöst wird.

Schließlich ist auch die Zahl der Arbeitslosen über die Jahre deutlich zurückgegangen, von knapp 3 Millionen im Jahr 2013 auf 2,4 Millionen im Jahr 2022, was ebenfalls zur geringeren Inanspruchnahme beitragen könnte.

Abb. 1: Ausgabe und Einlösung von Vermittlungsgutscheinen (AVGS-MPAV¹), 2013 bis 2022

in Tausend



¹⁾ AVGS-MPAV = Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein für eine Maßnahme bei einem Träger der privaten Arbeitsvermittlung
Quellen: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen (s. Methodenkasten). © IAB

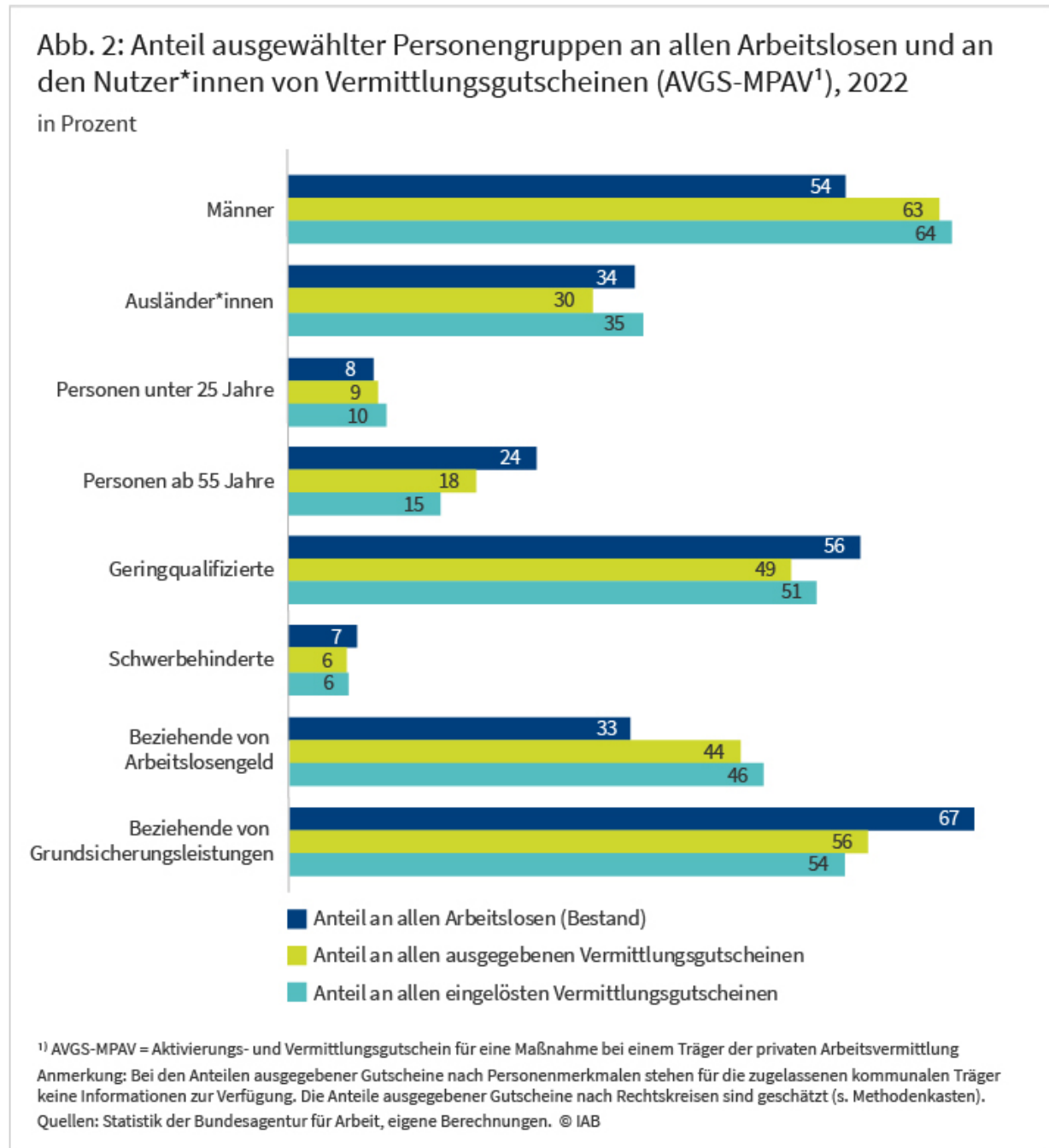
Personen mit besseren Beschäftigungschancen nutzen den Vermittlungsgutschein überproportional häufig

Insbesondere Männer sowie Arbeitslose, die Arbeitslosengeld (Rechtskreis SGB III) beziehen, sind im Vergleich zu ihrem jeweiligen Anteil am Arbeitslosenbestand bei der Ausgabe und Einlösung von Vermittlungsgutscheinen überrepräsentiert (siehe Abbildung 2). Hingegen sind Ältere (ab 55 Jahre), Geringqualifizierte sowie Beziehende von Grundsicherungsleistungen (Rechtskreis SGB II) bei der Nutzung von Vermittlungsgutscheinen unterrepräsentiert.

Insgesamt weisen die Befunde darauf hin, dass eher Arbeitslose mit besseren Beschäftigungschancen Vermittlungsgutscheine erhalten und einlösen. Diese sind möglicherweise auch eher als schwerer vermittelbare Arbeitslose geneigt, ihren Rechtsanspruch auf einen Vermittlungsgutschein gegenüber der Arbeitsverwaltung tatsächlich geltend zu machen.

Dies entspricht [älteren Ergebnissen](#) von Sarah Bernhard und Thomas Kruppe aus dem Jahr 2010. Die Ursachen sind vielfältig: Vermittlungs- und Integrationsfachkräfte geben den Gutschein möglicherweise vor allem an Personen aus, denen sie eine erfolgreiche Nutzung des Gutscheins zutrauen. Seitens der potenziellen Nutzer*innen kann die Einlösung des Gutscheins an mangelnder Initiative, an Überforderung mit der Beauftragung einer privaten Arbeitsvermittlung oder an geringem Vertrauen in deren Dienstleistungsqualität scheitern. Zudem entscheiden die privaten

Arbeitsvermittlungen selbst, ob sie bestimmte Arbeitsuchende überhaupt betreuen wollen, und wie viel Aufwand sie gegebenenfalls für eine Vermittlung betreiben.



Höhere Beschäftigungschancen dank Vermittlungsgutschein, aber im Schnitt geringere Beschäftigungsqualität

Kausalanalysen zu Vermittlungsgutscheinen vergleichen in der Regel Personen, die einen Gutschein erhalten oder eingelöst haben, mit einer passenden Vergleichsgruppe, den „[statistischen Zwillingen](#)“. Personen mit und ohne Gutschein weisen dabei ähnliche Merkmale auf – jedenfalls mit

Blick auf die in den Daten verfügbaren Informationen (zum Beispiel Geschlecht, Ausbildung, Alter, Familienkontext und Erwerbsbiografie).

Zwei IAB-Studien von Sarah Bernhard aus den Jahren 2017 und 2019 zeigen für Gutscheine, die in den Jahren 2013 und 2015 an Grundsicherungsbeziehende ausgegeben wurden: Bei Personen, die einen Gutschein erhielten, war in den Folgemonaten ein höherer Anteil sozialversicherungspflichtig beschäftigt als bei ähnlichen Personen, die keinen Gutschein erhalten hatten. Allerdings erfolgte die Beschäftigung häufiger auf einem niedrigen [Anforderungsniveau](#). Außerdem war der Verdienst niedriger, wenn ein Job über einen Vermittlungsgutschein zustande kam.

Bisherige Wirkungsanalysen für Deutschland basieren auf der Annahme, dass alle für den Erhalt und die Einlösung der Gutscheine relevanten Faktoren in den Daten beobachtbar sind. Vielversprechend wäre aus Sicht der Forschung ein Modellprojekt, bei dem zufällig ausgewählte Personen einen Vermittlungsgutschein zugesendet bekommen, die ohnehin einen Rechtsanspruch darauf hätten.

Durch die zufällige Zuweisung würde sich die Gruppe derjenigen Personen, die den Gutschein erhalten, weder in Bezug auf beobachtbare noch in Bezug auf unbeobachtbare Merkmale von denjenigen unterscheiden, die keinen Gutschein erhalten. Anschließend könnte die Wirkung der Ausgabe von Vermittlungsgutscheinen durch einfache Mittelwertvergleiche zwischen Gutschein- und Kontrollgruppe gemessen werden.

Aufschlussreich sind in diesem Zusammenhang die Befunde aus dem Pilotprogramm „Bemiddelingsvouchers“, das in Antwerpen erprobt wurde. Arbeitslose erhielten dort nach dem Zufallsprinzip entweder einen Vermittlungsgutschein oder wurden direkt einem bestimmten Anbieter zugewiesen (lesen Sie dazu auch eine aktuelle [Studie von Matija Vodopivec](#)). Die Ergebnisse dieses Pilotprojekts deuten darauf hin, dass das auf Gutscheinen basierende Modell wesentlich effektiver war. Auch für Deutschland verspräche ein solcher Vergleich im Rahmen eines Modellprojektes interessante Erkenntnisse.

Fazit

Die praktische Bedeutung von Vermittlungsgutscheinen ist in den letzten Jahren immer weiter zurückgegangen. Tendenziell erhalten eher Personen mit besseren Beschäftigungschancen diese Gutscheine und lösen sie ein. In einem aktuellen [OECD-Papier](#) verweist Matija Vodopivec darauf, dass innovative Vergütungsmodelle die Anreize für private Arbeitsvermittlungen verbessern könnten, effektive Dienstleistungen für schwer vermittelbare Arbeitsuchende anzubieten. So ließe sich ihr finanzielles Risiko dadurch mindern, dass sich die Vergütung noch stärker an den individuellen Vermittlungshemmnissen orientiert.

Der Wirkungsforschung zufolge verbessert es zwar tendenziell die Beschäftigungschancen von Arbeitslosen, wenn sie einen Vermittlungsgutschein erhalten – allerdings häufig um den Preis einer geringeren Beschäftigungsqualität. Um hier genauere Erkenntnisse zu gewinnen, wäre es aus Sicht der Forschung wünschenswert, in einem Modellprojekt zu erproben, ob eine zufällige Vergabe von Gutscheinen an berechnigte Personen deren Arbeitsmarktchancen verbessern würde. Durch eine zufällige Vergabe ließe sich ausschließen, dass unterschiedliche Arbeitsmarktergebnisse von Personen mit und ohne Vermittlungsgutschein durch Merkmale dieser Personen beeinflusst sind, die in den verfügbaren Daten nicht vorhanden sind, wie zum Beispiel die individuelle Motivation zur Arbeitssuche.

In aller Kürze

- Arbeitssuchende können von ihrer Agentur für Arbeit oder ihrem Jobcenter einen Vermittlungsgutschein erhalten, der sie zur Auswahl einer privaten Arbeitsvermittlung berechnigt. Unter bestimmten Umständen haben sie auch einen Rechtsanspruch auf einen solchen Gutschein.
- Bei einer erfolgreichen Arbeitsvermittlung in sozialversicherungspflichtige Beschäftigung beträgt die Vergütung für die private Arbeitsvermittlung derzeit 2.500 Euro. Sie kann bei Langzeitarbeitslosen und Menschen mit Behinderung auf eine Höhe von bis zu 3.000 Euro festgelegt werden.
- Die Bedeutung der Vermittlungsgutscheine ist im Zeitablauf zurückgegangen. Im Jahr 2022 erhielten schätzungsweise knapp 23.000 Personen einen Gutschein, nur knapp 4.000 Personen lösten ihn ein. Im Jahr 2013 hingegen waren von geschätzt insgesamt 455.000 ausgegebenen Vermittlungsgutscheinen 43.000 eingelöst worden.
- Tendenziell nutzen eher Arbeitslose mit besseren Beschäftigungschancen einen Gutschein. So sind zwar etwa zwei Drittel aller Arbeitslosen der [Grundsicherung für Arbeitssuchende](#) (Rechtskreis SGB II) zuzuordnen, aber sie machen nur gut die Hälfte derjenigen aus, die einen Gutschein erhalten beziehungsweise einlösen.

Methodischer Hinweis

Die Statistik der Bundesagentur für Arbeit weist die Zahl der ausgegebenen Gutscheine für die Agenturen für Arbeit und die gemeinsamen Einrichtungen aus, also ohne die zugelassenen kommunalen Träger (die Aufgaben der Grundsicherung für Arbeitssuchende nehmen Jobcenter wahr, die als gemeinsame Einrichtungen oder aber als zugelassene kommunalen Träger organisiert sein können). Die Zahl der eingelösten Gutscheine ist hingegen für die Agenturen für Arbeit und für alle Jobcenter bekannt. Die Gesamtzahl der ausgegebenen Gutscheine wird in diesem Bericht daher geschätzt, indem unterstellt wird, dass der Anteil der zugelassenen kommunalen Träger an den ausgegebenen Gutscheinen genauso hoch wie ihr Anteil an den eingelösten Gutscheinen ist.

Literatur

Artmann, Elisabeth, Bernhard, Sarah, Stephan, Gesine (2022): [Vermittlungsgutscheine: Forschungsstand und Forschungspotenzial](#). IAB-Forschungsbericht Nr. 6.

Bernhard, Sarah, Kruppe, Thomas (2010): [Vermittlungsgutscheine für Arbeitslose: Oft ausgegeben und selten eingelöst](#). IAB-Kurzbericht Nr. 21.

Bernhard, Sarah (2017): Gutscheine für private Arbeitsvermittlung. Ergebnisse zum SGB II, in: IAB (Hrsg.), Jährlicher Bericht zur Grundsicherung für Arbeitsuchende Nr. 26.

Bernhard, Sarah (2019): Arbeitsvermittlung durch Private. Vergaben und Gutscheine im SGB II, in: IAB (Hrsg.), Jährlicher Bericht zur Grundsicherung für Arbeitsuchende Nr. 30.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2023): Arbeitsmarktstatistik. [Abgang und Verbleib von Arbeitslosen in Beschäftigung](#). Nürnberg.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (jährlich 2013 bis 2022): Maßnahmen zur Aktivierung und beruflichen Eingliederung (MAbE) nach § 45 SGB III (Jahreszahlen). Nürnberg.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2024): [Arbeitslosigkeit im Zeitverlauf](#). Nürnberg.

Vodopivec, Matija (2023): Raising the bar: [Designing and implementing innovative contracted-out employment services in OECD countries](#). OECD Social, Employment and Migration Working Papers 301

Bild: contrastwerkstatt/stock.adobe.com

DOI: [10.48720/IAB.FOO.20240326.01](https://doi.org/10.48720/IAB.FOO.20240326.01)

Zitationshinweis

Gesine Stephan; Elisabeth Artmann; Sarah Bernhard: Vermittlungsgutscheine verlieren weiter an Bedeutung, In: Online Magazin IAB-Forum, <https://iab-forum.de/vermittlungsgutscheine-verlieren-weiter-an-bedeutung/>, Abrufdatum: 27. May 2026

Lizenzhinweis

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0):

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>