

Ausgabe Nr. 8 / 23.6.2003

In aller Kürze

- Über die Hälfte aller Betriebe in Ostdeutschland (57%), aber nur 40% der westdeutschen Betriebe haben telefonischen Kontakt zum Arbeitsamt.
- Regelmäßige persönliche Besuche von Mitarbeitern des Arbeitsamtes in den Betrieben sind eher selten.
- Die Betriebe in Ostdeutschland erhalten etwa doppelt so oft (21%) gelegentliche persönliche Besuche wie Betriebe in Westdeutschland (11%).
- Sowohl bei den persönlichen als auch bei telefonischen Kontakten mit dem Arbeitsamt macht etwa die Hälfte der Betriebe in Ost- und Westdeutschland eher positive Erfahrungen.
- Diese Kontakte mit dem Arbeitsamt werden von den westdeutschen Betrieben vorwiegend für die Personalsuche genutzt, während im Osten Informationen zu den finanziellen Leistungen des Arbeitsamtes im Vordergrund stehen.

Autor/in

**Susanne Kohaut,
Barbara Schwengler**

IAB-Betriebspanel

Kontakte zum Arbeitsamt können maßgeblich verbessert werden

In Westdeutschland ist die regelmäßige Zusammenarbeit der Arbeitgeber mit den Vermittlern in den Arbeitsämtern zurückgegangen – Vor allem die kleineren Betriebe verdienen mehr Aufmerksamkeit, zumal dort die Beschäftigung entsteht

Die Entwicklung der Arbeitsämter zu modernen Dienstleistern am Arbeitsmarkt ist seit längerem eine Forderung von Politik und Wirtschaft. Insbesondere sollen die Betriebe als Kunden der Arbeitsämter stärker in den Mittelpunkt rücken. Um den Reformprozess in der Arbeitsverwaltung zu unterstützen, wurde die Hartz-Kommission ins Leben gerufen, die im August 2002 ihr Konzept vorstellte. Dies gab den Anstoß, in der 10. Welle des IAB-Betriebspanels 2002 die Betriebe auch nach ihrem Verhältnis zum Arbeitsamt und seinen Leistungen zu fragen.

In Zeiten schwacher konjunktureller Entwicklung und hoher Arbeitslosigkeit kommt den Arbeitsämtern als Mittler zwischen Arbeitssuchenden und Unternehmen eine besondere Verantwortung zu. Die Vermittlungstätigkeit muss folglich im Mittelpunkt der Arbeit eines jeden Arbeitsamtes stehen und so effizient wie möglich gestaltet werden.

In neueren Befragungen (z.B. IHK-Untersuchung und Befragung der Zeitschrift impulse in 2002) werfen manche Unternehmen den Arbeitsämtern ineffiziente Arbeitsweisen vor und äußern sich unzufrieden mit deren Leistungen. Als Kritikpunkte werden vor allem der unzureichende Kontakt zwischen Arbeitsamt und Betrieb und eine falsche Vorauswahl von Bewerbern genannt, die damit zusammenhänge. Mit den vorliegenden Befragungsergebnissen des IAB-Betriebspanels 2002¹ soll nun repräsentativ für das ganze Bundesgebiet darüber Aufschluss gewonnen werden, inwieweit die Betriebe die Angebotspalette der Arbeitsämter nutzen und wie zufrieden sie

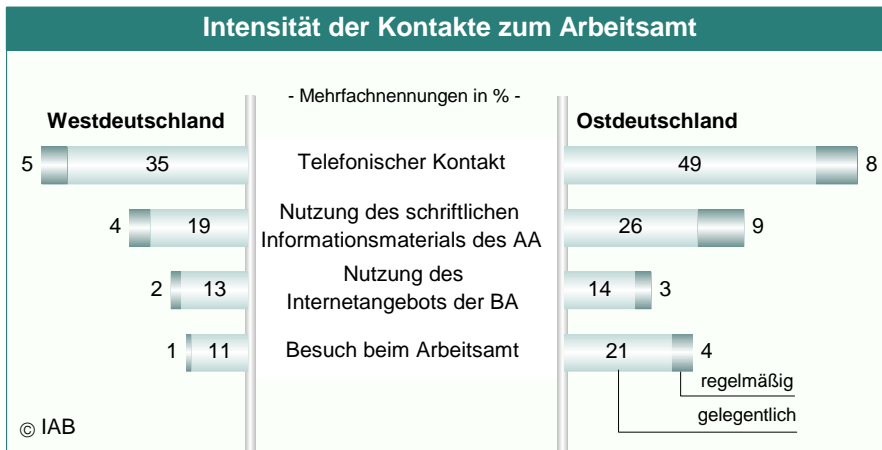
damit sind. Zusätzlich wurden konkrete betrieblichen Erfahrungen mit der Arbeitsvermittlung erhoben.

Kleine Betriebe im Nachteil

Das Arbeitsamt bietet den Unternehmen eine Reihe verschiedener Kontaktmöglichkeiten. Diese reichen von persönlichen Besuchen der Mitarbeiter des Arbeitsamtes in den Betrieben über telefonische Kontakte, die Bereitstellung schriftlicher Informationsmaterialien bis hin zu vielfältigen Serviceangeboten über das Internet. Obwohl die Internetangebote die klassischen Kommunikationswege zunehmend ergänzen, spielen persönliche und telefonische Kontakte doch

¹ In fast 16.000 Betrieben wurden bundesweit Häufigkeit und Qualität der Kontakte zum Arbeitsamt erhoben. Die vorliegenden Ergebnisse sind repräsentativ für rund 2,1 Mio. Betriebe mit etwa 27,8 Mio. Beschäftigten.

Abbildung 1



weiterhin eine große Rolle. Wie **Abbildung 1** zeigt, überwiegen die telefonischen Kontakte bei weitem. Über die Hälfte der ostdeutschen Betriebe (57%) telefoniert regelmäßig oder gelegentlich mit dem Arbeitsamt. In Westdeutschland nutzen nur 40% der Betriebe diese Möglichkeit.

Vor allem die Vielzahl der Kleinbetriebe mit bis zu 19 Beschäftigten prägt das Ergebnis. Von den größeren Betrieben mit 20 bis 49 Beschäftigten nutzen bereits zwei von drei westdeutschen und vier von fünf ostdeutschen Betrieben den telefonischen Kontakt zum Arbeitsamt. Über 90 Prozent der Großbetriebe telefonieren wenigstens gelegentlich mit dem Arbeitsamt.

Am zweithäufigsten nehmen die Betriebe das schriftliche Informationsangebot der Arbeitsämter in Anspruch. Auch hier nutzen die ostdeutschen Betriebe das Angebot stärker als die westdeutschen und die größeren Betriebe mehr als die kleinen.

Die Betriebsbesuche als aufwändigste Kontaktpflege spielen vor allem im Westen und dort besonders bei den Kleinbetrieben eine untergeordnete Rolle. Auffällig hierbei ist, dass nur jeder achte westdeutsche Betrieb, aber immerhin jeder vierte ostdeutsche von Mitarbeitern des Arbeitsamtes gelegentlich oder regelmäßig aufgesucht wird. In allen Kategorien dominieren die gelegentlichen Kontakte.

Erfahrungen überwiegend gut

Die Häufigkeit der Kontakte stellt nur eine Dimension in der Zusammenarbeit zwischen Betrieb und Arbeitsamt dar. Mindestens ebenso wichtig sind die Erfahrun-

gen der Betriebe mit dem Arbeitsamt. Deshalb wurden Betriebe, die das Angebot der Arbeitsämter regelmäßig oder gelegentlich nutzen, auch danach gefragt. In **Tabelle 1** sind die Ergebnisse für West- und Ostdeutschland dargestellt.

Es überwiegen dabei die „eher guten“ Erfahrungen mit den verschiedenen Angeboten des Arbeitsamtes. Lediglich die schriftlichen Informationsmaterialien der Arbeitsämter werden von den meisten Betrieben „ganz unterschiedlich“ eingeschätzt. „Eher schlechte“ Erfahrungen hat jeder zehnte ostdeutsche Betrieb gemacht. Bei westdeutschen Betrieben liegt dieser Wert etwas höher.

Ebenso zeigt sich, dass die Kleinbetriebe nicht nur seltener von den Arbeitsämtern kontaktiert werden, sondern auch eher schlechte Erfahrungen mit deren Angeboten machen. Die Großbetriebe fühlen sich dagegen von den Arbeitsämtern überwiegend gut bedient.

Tabelle 1

Erfahrungen der Betriebe mit den Kontakten zum Arbeitsamt						
	Westdeutschland			Ostdeutschland		
	eher gut	ganz unterschiedlich	eher schlecht	eher gut	ganz unterschiedlich	eher schlecht
in Prozent						
Persönliche Kontakte	48	39	13	52	38	10
Telefonische Kontakte	46	38	16	51	39	10
Schriftliche Informationen des Arbeitsamtes	40	49	11	41	53	6
Internetangebot des Arbeitsamtes	45	41	13	44	44	12

Personalsuche dominiert im Westen

Im Zusammenhang mit den Erfahrungen der Betriebe stellt sich die Frage, für welche Belange sie ihre Kontakte zum Arbeitsamt vorwiegend nutzen. Und auch hier unterscheiden sich west- und ostdeutsche Betriebe wieder ganz deutlich voneinander. Die angespannte Lage auf dem ostdeutschen Arbeitsmarkt führt erwartungsgemäß dazu, dass die dort ansässigen Betriebe die Kontakte zum Arbeitsamt in erster Linie zur Information über die finanziellen Leistungen des Arbeitsamtes nutzen. Die westdeutschen Unternehmen erwarten hingegen von den Arbeitsämtern eine aktivere Unterstützung: Ihr Hauptanliegen ist die Personalsuche. Hierbei ist vor allem die Arbeitsvermittlung angesprochen. In Westdeutschland werden die Kontakte zum Arbeitsamt darüber hinaus deutlich mehr für die Suche nach Auszubildenden genutzt als in Ostdeutschland. Wegen der ungünstigen Lage auf dem Ausbildungsstellenmarkt in Ostdeutschland ist dieses Ergebnis nicht weiter überraschend.

Rückläufige Arbeitskontakte im Westen

Die Ergebnisse belegen die zentrale Rolle der Arbeitsvermittlung für die Betriebe in Westdeutschland. In der Befragung des IAB-Betriebspanel 2002 wurde deshalb speziell diese Kernaufgabe der Arbeitsämter aus Sicht der Betriebe näher beleuchtet. So sind die Erfahrungen der Betriebe in der Zusammenarbeit mit der Arbeitsvermittlung erhoben worden. Da bereits

1994 eine gleichlautende Frage den Betrieben gestellt wurde, können nun die Ergebnisse dieser beiden Jahre miteinander verglichen und die Zusammenarbeit zwischen Betrieben und Arbeitsämtern über die letzten acht Jahre verfolgt werden. Allerdings liegen entsprechende Ergebnisse nur für Westdeutschland vor. Die ostdeutschen Betriebe wurden erst 1996 in das IAB-Betriebspanel integriert.

Sowohl 1994 als auch 2002 bestätigte jeder vierte Betrieb, dass das Arbeitsamt schnell auf seine Anliegen reagiert. Für rund jeden sechsten Betrieb spart das Arbeitsamt Kosten bei der Personalsuche und für jeden zehnten Betrieb übernimmt das Arbeitsamt die Vorauswahl der Bewerber. Hier hat sich also zwischenzeitlich wenig verändert.

Ein ganz anderes Bild zeigt sich jedoch bei der Frage zur Intensität der Zusammenarbeit mit der Arbeitsvermittlung. Hier ist in dieser Zeit ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen. Während im Jahr 1994 noch 15% aller westdeutschen Betriebe der Aussage zustimmen, dass die Arbeitsvermittlung regelmäßig Kontakt zum Betrieb hat, waren es im Jahr 2002 nur noch 9% der Betriebe. Zugleich stieg der Anteil der Betriebe, die die Vermittlungsdienste des Arbeitsamtes nicht in Anspruch nehmen, von 32% auf 37%. Die Abnahme des Einschaltungsgrads der Arbeitsvermittlung könnte durch die Einführung des Organi-

sationskonzepts „Arbeitsamt 2000“ in den letzten Jahren mitverursacht sein, da dieses zur Generalisierung statt zur Spezialisierung der Arbeitsvermittlung führte. Auch die angespannte Wirtschaftslage und die schwierige Situation auf dem Arbeitsmarkt haben vermutlich zu dem Rückgang beigetragen. Folglich sollten die Arbeitsämter ihre Bemühungen verstärken, regelmäßigen Kontakt zu den Betrieben zu halten und wenn möglich auszubauen.

Zusammenarbeit im Osten besser

Vergleicht man nun die Zusammenarbeit zwischen Betrieben und Arbeitsvermittlung anhand der Befragungsergebnisse des Jahres 2002 in West- bzw. Ostdeutschland, so läuft sie im Osten deutlich reibungsloser als im Westen – und zwar in allen Kategorien (vgl. *Abbildung 2*). Besonders auffällig ist der hohe Anteil von 36% aller ostdeutschen Betriebe, die die Arbeitsvermittlung des Arbeitsamtes nutzen und dieser eine schnelle Reaktion auf ihre Anliegen bescheinigen. Von den westdeutschen Betrieben sind es nur 24%. Obwohl das zentrale Anliegen der ostdeutschen Betriebe nicht die Unterstützung bei der Personalsuche ist, wenn sie das Arbeitsamt einschalten, klappt die Zusammenarbeit trotzdem besser. Noch erstaunlicher ist, dass die Arbeitsvermittlung dort insgesamt häufiger genutzt wird als im Westen.

Fazit

Die Ergebnisse des IAB-Betriebspanels 2002 zeigen insgesamt, dass die Kontakte zwischen den Arbeitsämtern und den Betrieben verbessert werden müssen, wenn der Reformprozess in der Bundesanstalt für Arbeit vorankommen soll. In der Bundesanstalt für Arbeit werden derzeit Konzepte zur Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Betrieb und Arbeitsamt entwickelt. So sollen die Bedürfnisse der Betriebe rechtzeitig erkannt werden, was wiederum die Arbeitsämter in die Lage versetzen wird, zeitnah und kompetent zu reagieren. Erst dann wäre das Ziel erreicht, den Betrieben als Kunden der Arbeitsämter umfassende Beratungsdienste rund um den Arbeitsmarkt anzubieten.

Es müssten speziell die persönlichen Kontakte zwischen Arbeitsämtern und Betrieben künftig deutlich ausgeweitet werden. Denn nur ein kleiner Teil der Betriebe steht bisher in regelmäßigem Kontakt zum Arbeitsamt. Insbesondere sollten die kleineren Betriebe stärker beachtet werden, die bisher eher vernachlässigt wurden. Zudem sind deren Erfahrungen mit dem Arbeitsamt schlechter als die der Großbetriebe. Mit aktiven Informationen - beispielsweise über die finanziellen Leistungen des Arbeitsamtes – wäre dort möglicherweise auch eine schnellere Wiedereingliederung von Arbeitslosen in den ersten Arbeitsmarkt zu erreichen.

Auch das Internetangebot des Arbeitsamtes wird bisher nur von rund jedem sechsten Betrieb genutzt. Eine Erhöhung seines Bekanntheitsgrades könnte einerseits die Arbeitsämter von Anfragen entlasten, was den Mitarbeiter/innen mehr Zeit für die Betreuung von Arbeitssuchenden gäbe. Andererseits ließe sich darüber auch die Zahl der persönlichen und telefonischen Kontakte mit den Betrieben erhöhen. Da westdeutsche Betriebe die Dienste der Arbeitsämter seltener nutzen, sollten auch hier die Kontakte des Arbeitsamtes zu den Betrieben verstärkt werden.

Abbildung 2



Die letzten Ausgaben des **IAB***Kurzbericht* im Überblick

Nr. 17 19.8.2002	Insolvenzen Reinigende Kraft in der Krise oder Gefahr am Arbeitsmarkt?
Nr. 18 20.8.2002	Der „Dritte Sektor“ Beschäftigungspotenziale zwischen Markt und Staat
Nr. 19 21.8.2002	IT-Arbeitsmarkt Chancen am Ende des Booms
Nr. 20 28.8.2002	Zeitarbeit – Teil I Auch für Arbeitslose ein Weg mit Perspektive
Nr. 21 29.9.2002	Zeitarbeit – Teil II Völlig frei bis streng geregelt: Variantenvielfalt in Europa
Nr. 22 23.9.2002	Die „Hartz-Vorschläge“ zur Reform der Arbeitsmarktpolitik Im Prinzip ja, aber ...
Nr. 23 4.10.2002	Teilzeitarbeit Neues Gesetz bereits im ersten Jahr einvernehmlich umgesetzt
Nr. 24 8.10.2002	Wege aus der Arbeitsmarktkrise Komplexe Probleme verbieten einfache Lösungen
Nr. 25 6.12.2002	Flexibilität Wie viel würden Arbeitslose für einen Arbeitsplatz in Kauf nehmen?
Nr. 1 5.2.2003	Bundesrepublik Deutschland Der Arbeitsmarkt 2003 und 2004
Nr. 2 3.3.2003	Ich-AG oder Überbrückungsgeld? Wer die Wahl hat, hat die Qual
Nr. 3 20.3.2003	Irak-Krise Gravierende Folgen für den deutschen Arbeitsmarkt
Nr. 4 21.3.2003	Arbeitslosenuntersuchungen Arbeitslos – Gesundheit los – chancenlos?
Nr. 5 7.5.2003	Bundesrepublik Deutschland Neue Vorausschau des IAB für den Arbeitsmarkt 2003
Nr. 6 23.5.2003	Mini- und Midi-Jobs Geringfügige Beschäftigung im neuen Outfit
Nr. 7 6.6.2003	IT-Krise und Arbeitslosigkeit Von der Green Card zur Red Card?

Die Reihe **IAB***Kurzbericht* gibt es seit 1976. Eine Übersicht über die letzten Jahrgänge finden Sie im Internet oder in der kostenlosen Broschüre „**Veröffentlichungen**“ des IAB (Tel. 0911/179-3025).

IAB*Kurzbericht*

Nr. 8 / 23.6.2003

Redaktion

Ulrich Möller, Elfriede Sonntag

Graphik & Gestaltung

Monika Pickel, Elisabeth Strauß

Technische Herstellung

Hausdruckerei der BA

Rechte

Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Genehmigung des IAB gestattet

Bezugsmöglichkeit

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung,
Regensburger Str. 104,
D-90327 Nürnberg
Tel.: 0911/179-3025

IAB im Internet:

<http://www.iab.de>

Dort finden Sie unter anderem auch diesen Kurzbericht im Volltext zum Download

Rückfragen zum Inhalt an

Dr. Susanne Kohaut, Tel. 0911/179-3253,
Barbara Schwengler Tel. 0911/179-3029
oder e-Mail: vorname.name@iab.de

ISSN 0942-167X
