

# Interview

## Die ProIAB: Stets zur Stelle im Dienste der Wissenschaft

### Ein Gespräch mit Christine Hense und Christian Sprenger

Zehn Projektmitarbeiterinnen und Projektmitarbeiter (ProIAB), die über Arbeitsagenturen in der gesamten Bundesrepublik verteilt sind, unterstützen die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des IAB bei ihrer Forschung. Sie sammeln Daten, befragen Experten oder führen Pretests für große Befragungen durch. Im Interview erklären Christine Hense, ProIAB in Halle, und Christian Sprenger, ProIAB in Berlin, wie sie als Dienstleister vor Ort für Forschungsprojekte eingesetzt werden und welchen Herausforderungen sie dabei begegnen.

**Die ProIAB sind eine ungewöhnliche Erscheinung in der Forschungslandschaft. Wie sind sie entstanden?**

**Christine Hense:** Ich habe noch den alten Erlass von 1972: Darin wurden die ersten fünf „Sachbearbeiter Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ in fünf Arbeitsämtern ins Leben gerufen. Ihre Aufgabe war es, Erhebungen und Testbefragungen durchzuführen, Daten zu sammeln und aus den Dienststellen Anregungen für wissenschaftliche Untersuchungen aufzugreifen. Nach und nach kamen weitere Arbeitsämter dazu. Der Name änderte sich in „Forschungssachbearbeiter“. Nach der Wiedervereinigung wurden in Dresden, Halle und Berlin ähnliche Dienstposten installiert. Als ich 1998 dazukam, waren wir 13 Sachbearbeiter. Seit 2004 gehören wir organisatorisch zum IAB und heißen „Projektmitarbeiter“ oder kurz „ProIAB“.

**Sie waren die erste Frau, die als ProIAB eingestellt wurde.**

**Christine Hense:** Ja. Die Kollegen schauten etwas ungläubig. Damals war noch die Grenzarbeitnehmerproblematik

als großes Untersuchungsthema in ihren Köpfen gegenwärtig. Persönliche Interviews, teilweise bei den Befragten zu Hause, hat man einer Frau nicht zugetraut. Ebenso wenig wie die ausgeprägte Dienstreisetätigkeit, die mir nichts ausmachte. Es gab noch keine vernetzten Computer, so dass man für jede Recherche in die Arbeitsämter, zu Arbeitgebern und zu anderen Organisationen fahren musste. Aber ich glaube, ich habe die Kollegen eines Besseren belehrt. Heute stehen unsere Herren eher vor dem Problem, dass sie in der Minderzahl sind.

**Wo liegt der Mehrwert Ihrer Arbeit?**

**Christian Sprenger:** Zum einen sitzen wir in den Arbeitsagenturen. Die örtliche Nähe ist ein großer Vorteil bei Befragungen von Geschäftsführern, Teamleitern, Arbeitsvermittlern oder auch Arbeitslosen. Wir haben den kurzen Draht zu den Experten in den Stützpunktagenturen. Wir haben außerdem alle einen BA-Hintergrund, kennen die Praxis und halten uns auf dem aktuellen Stand. So können wir Wissenschaftlern bereits bei der Vorbereitung eines Pro-

jektes berichten, wie Abläufe in den Agenturen tatsächlich funktionieren. Dies stellt häufig einen wichtigen Mehrwert für die Forscher dar, die in der Regel einen gewissen Abstand zu der Arbeit vor Ort haben. Unser Anspruch ist es auch, Beobachtungen oder Befragungen möglichst geräuschlos in den Arbeitsalltag der Agenturen einzubauen, um den Arbeitsablauf so wenig wie möglich zu stören. Außerdem ist es eine ungewöhnliche Situation für diejenigen, die man befragt oder beobachtet. Und schließlich sprechen wir die Sprache der Agenturmitarbeiter. Wir wissen zum Beispiel, wovon die Rede ist, wenn Abkürzungen wie PKZ (Prozesskennziffern), DORA (Datenbasis operative Auswertungen) oder MAG (Maßnahmen bei Arbeitgebern) fallen. Die gleiche Sprache zu sprechen ist noch wichtiger, wenn Fachkräfte in Interviews aus ihrem Arbeitsalltag erzählen.

#### **Haben Sie an Ihrem Arbeitsplatz in den Agenturen einen besseren Zugang zu Informationen?**

**Christine Hense:** Wir haben im Gegensatz zu den Wissenschaftlern Zugriff auf die Fachverfahren der Arbeitsagenturen. Dort können wir Erwerbsverläufe verfolgen oder ermitteln, wie häufig ein Arbeitsmarktinstrument genutzt wird. Diese Daten werden selbstverständlich nur anonymisiert und für Forschungszwecke genutzt. Das wird vorher alles mit den Datenschutzbeauftragten geklärt.

**Christian Sprenger:** Auch Wissenschaftlern, die in ihren statistischen Auswertungen Auffälligkeiten erkennen, die sie sich anhand der erhobenen Zahlen nicht erklären können, bieten wir unsere Hilfe an. Mit qualitativen Methoden wie Experteninterviews ergänzen wir die Zahlen um die Perspektive aus der Agentur. So erfährt man beispielsweise, warum ein Instrument zu manchen Zeiten sehr stark, zu anderen sehr wenig in Anspruch genommen wird.

#### **Wer kann Ihre Dienste nutzen?**

**Christian Sprenger:** Wir sind ausschließlich für das IAB unterwegs. Das können aber auch Auftragsprojekte beispielsweise des BMAS oder Kooperationsprojekte des IAB mit anderen Forschungseinrichtungen sein.

**Christine Hense:** Wir hören häufiger, dass andere For-



schungsinstitute froh wären, wenn sie eine Gruppe wie die ProIAB hätten. Eigentlich sind wir Exoten in der Forschungslandschaft.

#### **Sind Sie einmalig?**

**Christine Hense:** Soweit wir wissen, sind wir einmalig. Denn wir sind dezentral angesiedelt und bundesweit verstreut. Damit sind wir in gewisser Weise Einzelkämpfer, die aber in den einzelnen Projekten zusammenarbeiten. Denn meistens werden wir nicht allein, sondern zu zweit, zu dritt oder als ganze Gruppe gebucht.

#### **Auch das Regionale Forschungsnetz des IAB ist in der Fläche präsent. Wie unterscheiden sich die ProIAB von den Kollegen des RFN?**

**Christine Hense:** Wir sind in den Agenturen angesiedelt, die Kollegen vom Regionalem Forschungsnetz (RFN) hingegen in den Regionaldirektionen. Alle zehn ProIAB sind bundesweit einsetzbar und nicht auf den Bezirk der Regionaldirektion begrenzt. Wenn ein Projekt in einer bestimmten Region läuft, egal ob im Norden, Süden, Osten oder Westen, sind wir zur Stelle. Unsere Arbeit ist eine völlig andere als die der Wissenschaftler des RFN. Wir sehen uns auch nicht als Wissenschaftler, sondern als Dienstleister für die Wissenschaft.

**Christian Sprenger:** Wir sind meist punktuell in unterschiedlichen Phasen eines Projektes im Einsatz: in der Vorbereitung, in der Durchführung oder in der Auswertung. Wir arbeiten zum Beispiel bei der Entwicklung von Fragebögen mit, fertigen

**„Eigentlich sind wir Exoten in der Forschungslandschaft.“**

Standortanalysen an oder stellen ein Projekt in den teilnehmenden Agenturen vor, bevor dort eine Befragung beginnt. Oder wir führen Interviews, codieren anschließend die transkribierten Texte und werten diese aus.

### **Für welche Projekte werden Sie von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern des IAB zur Unterstützung angefordert?**

**Christine Hense:** Zum Großteil werden wir gebucht, um Pretests für Befragungen durchzuführen, die bundesweit laufen sollen. Für das IAB-Betriebspanel sind wir beispielsweise immer im Dezember und Januar unterwegs. Wir suchen uns Arbeitgeber, die bereit sind, die Fragebögen mit uns durchzugehen. Wir testen: Werden die Fragen verstanden? Werden die gewünschten Daten im Betrieb überhaupt erhoben? Können und wollen die Betriebe auf die Fragen antworten? Das Panel ist eine teure Untersuchung. Jede Frage, die nicht funktioniert, ist Geldverschwendung. Auch für die Erhebung des Gesamtwirtschaftlichen Stellenangebots und für das Panel „Arbeitsmarkt- und soziale Sicherung“ (PASS) führen wir Pretests durch. Für PASS ist die Herausforderung, nicht Arbeitgeber, sondern Arbeitslose zu finden, die zu Interviews bereit sind.

**Christian Sprenger:** Das sind die wiederkehrenden Projekte, zeitlich immer zu den gleichen Phasen im Jahr. Wir wissen, dass diese Buchungen kommen, und halten uns bereit.

### **Wie funktioniert es in der Praxis, Betriebe für eine Befragung auszuwählen?**

**Christine Hense:** Wir bekommen gewisse Vorgaben. Meistens soll es ein Mix aus verschiedenen Betriebsgrößen und aus verschiedenen Branchen sein. Aber welchen konkreten Betrieb wir befragen, entscheiden wir selbst.

### **„Die Kollegen in den Agenturen sind für uns ganz wichtige Partner.“**

Da macht sich unser Sitz in der Stützpunktagentur sehr bezahlt, weil wir den direkten Kontakt zu den Kollegen vom Arbeitgeber-Service haben. Wir können sie bitten, uns bei Arbeitgebern „die Tür zu öffnen“. Die Kollegen in den Agenturen sind für uns ganz wichtige Partner. Sie helfen uns sehr bei unserer Arbeit. Aber wir gehen auch selbst

auf Arbeitgeber zu. Eine ganze Reihe von Unternehmen nimmt jedes Jahr teil. Andere müssen wir neu akquirieren. Wenn im Betriebspanel bestimmte Branchen bevorzugt befragt werden sollen, müssen wir sehen, wie wir die benötigte Anzahl an Betrieben finden.

### **Wie finden Sie Arbeitslose, beispielsweise für die PASS-Befragung?**

**Christine Hense:** Entweder fragen wir Vermittlungsfachkräfte, ob sie für uns Kunden, die zu ihnen in die Beratung kommen, um die Teilnahme an den Pretests bitten.



#### **Zur Person**

**Christine Hense**, geb. 1953 in Stollberg/Erzgebirge, ist verheiratet und hat zwei erwachsene Töchter. Sie absolvierte von 1972 bis 1976 ein Studium zur Diplompädagogin an der Martin-Luther-Universität (MLU) in Halle. Zunächst arbeitete sie als Lehrerin. Nach der Geburt der zweiten Tochter wechselte sie 1983 wieder zur MLU und war dort bis 1988 in der Studienberatung und Absolventenvermittlung tätig. Darauf folgte bis Ende 1990 eine kaufmännische Tätigkeit im Großhandel Halle. Nach kurzer Arbeitslosigkeit begann sie 1991 als Mitarbeiterin im Arbeitsamt Halle, wo sie im Bereich Fort- und berufliche Weiterbildung eingesetzt war. 1993 wechselte sie ins Landesarbeitsamt Sachsen-Anhalt-Thüringen in den Bereich „Weiterbildung, Kostensatzprüfung, ESF-Programme“. Nach einer Fachqualifizierung arbeitet Christine Hense seit 1998 als Projektmitarbeiterin des IAB in der Stützpunktagentur Halle.

Oder wir gehen ins Berufsinformationszentrum oder in die Wartezonen und sprechen Kunden selbst an. Wir fragen ebenso bei Bildungsträgern an, ob wir Kunden aus ihren Maßnahmen vor Ort befragen dürfen. Das funktioniert recht gut. Wir brauchen schon ein großes Netzwerk, um die Informationen zu sammeln, die die Wissenschaftler von uns brauchen.

**Christian Sprenger:** Wir tauschen uns untereinander aus, was gut funktioniert und wie man am besten an Kunden oder Betriebe herantritt. Bei großen Betrieben ist es wichtig, möglichst schnell den richtigen Ansprechpartner zu finden.



#### Zur Person

**Christian Sprenger**, geb. 1977 in Perleberg/Brandenburg, wuchs in Wittenberge auf und wechselte für seine Ausbildung nach Hamburg. Nach seiner Ausbildung zum Verwaltungsfachangestellten bei der Stadt Hamburg arbeitete er vier Jahre im Sozialamt. 2002 wechselte er zur Bundesagentur für Arbeit und absolvierte an der Fachhochschule des Bundes in Schwerin und in der Arbeitsagentur Hamburg ein duales Studium zum Diplom-Verwaltungswirt (FH), das er 2005 abschloss. Bis Ende 2006 war er Arbeitsvermittler mit Beratungsaufgaben in der Agentur für Arbeit Hamburg. Seit 2007 arbeitet Christian Sprenger als Projektmitarbeiter des IAB in der Stützpunktagentur Berlin-Nord. Von 2010 bis 2012 studierte er berufsbegleitend an der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin und erwarb den Master of Public Administration (MPA).

#### Was gehört neben den Pretests zu Ihren typischen Aufgabenfeldern?

**Christian Sprenger:** Wir werden häufig für qualitative Erhebungen in den Agenturen eingesetzt, oft im Bereich der arbeitgeber- und arbeitnehmerorientierten Vermittlung. Wir befragen Vermittler im Rahmen von Experteninterviews oder begleiten als teilnehmende Beobachter Beratungsgespräche. Wir unterstützen die Wissenschaftler auch bei der Auswertung des mitgeschnittenen oder transkribierten Materials.

**Christine Hense:** Darüber hinaus führen wir Experteninterviews, die über den Agenturalltag hinausgehen. Beispielsweise zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie in den Unternehmen oder zur Chancengleichheit von Männern und Frauen. Zu typischen Anfragen von Wissenschaftlern zählen auch Telefoninterviews. Für den Global-Entrepreneurship-Monitor wurden wir jährlich gebucht, um der Entwicklung ausgewählter Existenzgründer in Deutschland nachzugehen. Im Moment führen wir telefonische Vorbefragungen für das Migranten-Panel durch. Hier sollen zukünftig die Lebensumstände und die Zufriedenheit von Zuwanderern in Deutschland auch vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussionen zur Fachkräfteproblematik untersucht werden.

#### Wie sieht Ihre Rolle als IAB-Mitarbeiter in einer Arbeitsagentur aus?

**Christian Sprenger:** Wir sind in den Stützpunktagenturen eine Art Bindeglied zum gesamten IAB. Es gibt eine ganze Reihe von Anfragen von der Geschäftsleitung, von der Pressestelle, aber auch von den operativen Teams zur gesamten Forschungsbreite des IAB.

**Christine Hense:** Wir sind eine Verbindung zwischen Praxis und Wissenschaft und arbeiten vielfach eng an den Themen der Agenturen, nehmen aber auch Forschungsbedarfe der Agenturen auf. Zuletzt tauchten Fragestellungen nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden in der Arbeitgeberbetreuung bei den Arbeitsagenturen und Grundsicherungsstellen auf. Dazu wird es nächstes Jahr ein Forschungsprojekt geben. Betrachtet man unsere Arbeit insgesamt, kann man sagen, dass das ein bunter Strauß ist, den wir da bedienen. Den Großteil unserer Arbeitszeit sind wir in Projekten beschäftigt. Die übrige Zeit brauchen wir, um unsere

Kontakte zu pflegen und um uns zu informieren, welche Strukturen, Programme, Abläufe in den Agenturen neu sind und was auf dem Arbeitsmarkt passiert.

**Sie unterstützten auch Forschungsprojekte zum Thema „Fachkräftebedarf“. Wie sah Ihre Mitarbeit beispielsweise im Projekt „WeGebAU“ aus?**

**Christian Sprenger:** Das Projekt untersuchte die Wirkung eines Programms, mit dem die BA die Weiterbildung von geringqualifizierten Beschäftigten insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen fördert. Bei der Auswertung der Statistiken wurden Auffälligkeiten entdeckt, die sich die Wissenschaftler nicht erklären konnten. So setzten sie uns ad hoc ein, um in Experteninterviews mit den „WeGebAU“-Beauftragten in den Stützpunktagenturen Gründe für diese statistischen Auffälligkeiten zu ermitteln.

**Christine Hense:** Man wollte beispielsweise wissen, ob das Projekt „WeGebAU“ von einer Spezialkraft in den Agenturen betreut wird oder ob jeder Arbeitsvermittler und jeder Vermittler aus dem Arbeitgeberservice damit betraut ist. Man wollte wissen, wie die Betriebe informiert werden: Gehen wir als BA auf die Betriebe zu oder kommen die Betriebe auf uns zu? Wie ist der Ablauf, bis jemand in eine Weiterbildung gehen kann? Die Ergebnisse unserer Experteninterviews haben wir protokolliert. Die Auswertungen unserer Befragungen ergänzten die quantitativen Ergebnisse. So fanden sich beispielsweise Erklärungen, warum das Instrument in manchen Agenturbezirken mehr, in anderen weniger in Anspruch genommen wurde.

**Im Projekt „Mindestlohn in der Bauindustrie“ im Auftrag des BMAS ging es im weiteren Sinne um das Thema „Fachkräfte“. Welche Rolle hatten Sie hier?**

**Christine Hense:** Es ging darum, die Wirkung der Mindestlohnregelung auf Löhne und auf die Beschäftigung zu untersuchen. Sehr kurzfristig wurden sechs von uns zu Experteninterviews bei Arbeitgeberverbänden, Gewerkschaften und bei der Finanzkontrolle Schwarzarbeit in Berlin, Frankfurt, Dresden und Hamburg eingesetzt. Das war ein anspruchsvolles und sehr spannendes Projekt. Denn wenn wir uns zwei Stunden mit einem Geschäftsführer treffen

## Die ProIAB

Seit dem Jahr 1972 gibt es in den Arbeitsagenturen die ProIAB, die damals in den Arbeitsämtern als „Sachbearbeiter Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ dem jeweiligen Direktor unmittelbar unterstellt waren. Zu ihren Aufgaben, die sie für das IAB zu erfüllen hatten, zählen damals wie heute, Testbefragungen und Experteninterviews durchzuführen, Daten zu sammeln und auszuwerten sowie aus den Dienststellen Anregungen für wissenschaftliche Untersuchungen aufzugreifen. Seit Ende 2004 gehören sie zum IAB und sind in der Stabsstelle „Forschungskoordination“ angesiedelt. Unter der kommissarischen Leitung von Dr. Martin Dietz sind sechs Mitarbeiterinnen und vier Mitarbeiter in den bundesweit zehn Stützpunktagenturen tätig.

**Mehr Informationen über die ProIAB finden Sie unter: [www.iab.de/foko](http://www.iab.de/foko)**

und Fragen stellen, müssen wir uns vorher gründlich mit der Thematik befassen. Die Ergebnisse, die wir protokolliert haben, sind in einen IAB-Kurzbericht eingeflossen und in einen Bericht an das BMAS.

**Über die Jahre hinweg sammelt man Erfahrungen, bei wem man sich gleich eine Absage einhandelt und wer eine sichere Bank ist. Wie hat sich die Offenheit im Laufe der Zeit entwickelt?**

**Christian Sprenger:** Meine persönliche Beobachtung ist, dass die Teilnahmebereitschaft gerade in den Betrieben nachlässt. Wir müssen mehr bewegen, um erfolgreich zu sein und die Erwartungen und Vorgaben der Wissenschaftler zu erfüllen. Das IAB ist natürlich nicht das einzige Institut, das mit Erhebungswünschen an die Betriebe herantritt. Die Teilnahme ist auch für die Betriebe eine Ressourcenfrage. Bei ihnen steht zudem immer die Frage im Raum: Was haben wir davon? Da müssen wir Überzeugungsarbeit leisten.

### Was antworten Sie darauf?

**Christian Sprenger:** Unmittelbar haben sie erst mal nichts davon, außer dass wir ihnen Forschungsergebnisse mit zeitlicher Verzögerung in Aussicht stellen können. Mittelbar können ihre Meinungen in die Politikberatung einfließen. Auf diese Weise haben die Interviewpartner die Chance, an Veränderungsprozessen mitzuwirken.

**Christine Hense:** Da müssen wir immer mehr über die Form der Ansprache Überzeugungsarbeit leisten, zum Beispiel: „Wir sind auf Sie angewiesen. Wo sollen wir sonst die Erfahrungen hernehmen? Wir haben die Zahlen, aber was dahinter steht, können nur Sie als Experte uns erzählen.“ Auch wenn sich das IAB einen guten Ruf in den Betrieben erworben hat, wird der Zugang von Jahr zu Jahr schwieriger. Die Flut der Statistiken nimmt zu und die Betriebe sagen: „Wann sollen wir denn noch arbeiten? Dauernd kommt jemand, um uns zu befragen und dann so detailliert.“

### Gehen Befragungen mehr ins Detail als früher?

**Christine Hense:** Das auf alle Fälle. Man möchte zum Beispiel die Strukturen der Beschäftigten nach Geschlecht, Alter und Qualifikation wissen. Das zu erheben bereitet manchem Betrieb viel Arbeit. Früher waren es allgemeine Fragen, ob zum Beispiel Weiterbildungen für die Beschäftigten angeboten werden. Da reichte es, ja oder nein anzukreuzen. Heute möchte man zusätzlich wissen, wie viele Beschäftigte mit welchem Ziel an einer Weiterbildung teilnehmen und wie dies im Betrieb erfasst wird.

**Christian Sprenger:** Wir machen die Erfahrung, dass das Interesse der Betriebe zunimmt, wenn das Gespräch über die Abfrage von Zahlen hinausgeht. Die Interviewpartner kommen dann ins Reden, erzählen gerne über ihren Betrieb,

welche Maßnahmen sie zum Beispiel zur Chancengleichheit umsetzen oder wo es hakt. Vieles kann man nicht einfach nach Katalog abfragen, sondern ergibt sich im Gespräch.

### Gibt es regionaltypische Eigenheiten? Sind manche eher zugeknöpft, andere gesprächiger?

**Christian Sprenger:** Die Kolleginnen und Kollegen sagen oft, dass es im Osten etwas einfacher ist, Betriebe für Befragungen zu gewinnen. Manchmal habe ich auch diesen Eindruck. Im Osten gibt es vor allem kleine und mittelgroße Betriebe. Da hat man eher einen konkreten Ansprechpartner und spürt mehr Bereitschaft zum Gespräch. Die großen Konzerne wimmeln einen schneller ab. Das ist aber meine Wahrnehmung, keine wissenschaftliche Erkenntnis.

### Welche Projekte interessieren Sie persönlich?

**Christian Sprenger:** Aufgrund meines beruflichen Hintergrunds interessiert mich vor allem, was an der Basis passiert im Umgang mit Arbeitslosen und Arbeitgebern. Wie werden Instrumente eingesetzt? Wie werden Gespräche in der Beratung und Vermittlung geführt?

**Christine Hense:** Wir haben Kolleginnen und Kollegen, die selbst aus dem Vermittlungsbereich kommen. So gehören eine Reha-Beraterin, Berufsberaterinnen und ein Teamleiter Arbeitsvermittlung zu den ProIAB.

**Christian Sprenger:** Die ProIAB haben einen sehr gemischten Erfahrungshintergrund. Das macht uns in der Summe auch aus. Wir merken das in Vorbesprechungen zu Projekten. Jeder bringt seine Expertise mit ein. Das macht uns als Gruppe stark.

**„Unser gemischter Erfahrungshintergrund macht uns als Gruppe stark.“**

### Das Interview führten



#### Jutta Winters

verantwortliche Redakteurin für das IAB-Forum im Geschäftsbereich „Wissenschaftliche Medien und Kommunikationsstrategie“ am IAB.  
[jutta.winters@iab.de](mailto:jutta.winters@iab.de)



#### Dr. Andrea Kargus

Leiterin des Geschäftsbereichs „Wissenschaftliche Medien und Kommunikationsstrategie“ am IAB.  
[andrea.kargus@iab.de](mailto:andrea.kargus@iab.de)