

Arbeitsvermittlung neu denken

Ein Bericht von Gundula Englisch über die neuen Beschäftigungsprofis

Mehr Wettbewerb, Qualität und Effizienz bei der Jobvermittlung - spätestens seit dem Skandal um die Bundesanstalt für Arbeit weht ein frischer Wind auf dem Arbeitsmarkt. Beschäftigung gestalten statt Arbeitslosigkeit verwalten, unter diesem Motto entstehen zur Zeit viele neue Initiativen und Netzwerke, in denen Ämter, Kommunen, Bildungsträger, Berater und Kunden, sprich Jobsuchende, intelligente Problemlösungen für den Arbeitsmarkt erproben.

Wer hierzulande arbeitslos wird, muss sich gedulden können: Durchschnittlich sieben Monate dauert es, bis ein neuer Job gefunden ist, und selbst bis zur Erstberatung beim Arbeitsamt vergehen Wochen, manchmal Monate. Auf jeden der 9.000 staatlichen Arbeitsvermittler kommen im Durchschnitt 600 Arbeitslose. Beratung im Minutentakt - da bleibt kaum Zeit für individuelle Betreuung, auch weil viel zu viel Verwaltungsarbeit anfällt. Mit einem Jahresetat von 54 Milliarden Euro, 90.000 Mitarbeitern und 181 Ämtern ist die Bundesanstalt für Arbeit nicht nur Deutschlands größte Behörde, sondern offensichtlich auch die am wenigsten effektive - ein Verwaltungsmoloch mit starren Bürokratien, langen Dienstwegen und dürftigen Erfolgen. Nur jeder fünfte Jobsuchende wird vom Arbeitsamt vermittelt, nur ein Drittel aller offenen Stellen dort registriert und nur jeder zehnte Beamte ist überhaupt für Jobvermittlung zuständig, obwohl dies laut Gesetz der oberste Auftrag der Ämter ist. Die staatliche Arbeitsvermittlung, ein vorrangig sich selbst verwaltendes System, abgeschottet gegen Markt und Wettbewerb, erstarrt in den Strukturen einer längst vergangenen Arbeitswelt.



X Die Lage ist ernst - aber nicht hoffnungslos.

Dass es im System der staatlichen Arbeitsverwaltung gewaltig knirscht, hatten Politiker und Experten auch schon vor den peinlichen Enthüllungen des Bundesrechnungshofs bemerkt und entsprechende Reformen in die Welt gesetzt. Doch weder das im vergangenen Jahr verabschiedete Job-Aktiv-Gesetz, noch andere Maßnahmen haben bislang die erhoffte Wirkung gezeigt. Die Zahl der Arbeitslosen ist eher noch gestiegen - trotz Zulassung privater Jobagenten, trotz Vermittlungsgutscheinen für Arbeitslose, trotz Lohnzuschüssen für Arbeitgeber und trotz der Serviceoffensive "Arbeitsamt 2000".

Die Lage ist ernst - aber nicht hoffnungslos. Während in Amtsstuben und Kommissionen händeringend nach Problemlösungen gesucht wird, haben andere längst begonnen, Arbeitsvermittlung neu zu denken. Einer dieser Beschäftigungsprofis ist Franz Egle, Professor an der Verwaltungshochschule der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim. Gemeinsam mit anderen Kollegen hat er den innovativen Lehrgang "Talentmarketing" entwickelt, der Arbeitsvermitt-

lern kreative Bewerbungsstrategien für ihre Klienten nahe bringen soll. Im Mittelpunkt stehen das individuelle Leistungs-, Erfahrungs- und Talentportfolio des Jobsuchenden sowie dessen aktive Selbstvermarktung. Franz Egle und sein Team sind überzeugt, dass zwei Drittel der Arbeitslosen aufgrund ihrer guten Ausbildung eigentlich nicht als verzweifelte Bittsteller zum Amt laufen müssten. Vielmehr sollten sie befähigt werden, den Wert ihrer eigenen Arbeitskraft zu erkennen und auf dem freien Markt intelligent anzubieten.

Bei der Entwicklung ihres Weiterbildungsangebots haben sich die Wissenschaftler auf Erfahrungen aus dem Ausland gestützt: In britischen Jobcenters etwa ist Stellensuche mittels aussagekräftiger Leistungsprofile und moderner Computertechnik, so genannten Matching-Machines, längst üblich. Hierzulande begnügt sich die staatliche Arbeitsvermittlung mit einem elektronischen Stelleninformationssystem, das technisch von gestern ist, das die Arbeitsuchenden immer noch nach 800 Berufskennziffern einordnet, obwohl heute täglich neue Jobs entstehen, und das überdies nur den Zugriff auf Jobangebote erlaubt, die dem Arbeitsamt gemeldet werden. Kein Wunder, dass auf dem deutschen Arbeitsmarkt ein Mismatch herrscht: vier Millionen Arbeitslose auf der einen Seite, 1,2 Millionen offene Stellen auf der anderen Seite. Vergeblich haben sich einzelne Arbeitsämter bislang bemüht, ein modernes Jobnetzwerk einzuführen, das auch den Zugriff auf die Angebote virtueller Jobbörsen und Firmenwebsites erlaubt. Solche mutigen Initiativen stoßen bei der Bundesanstalt für Arbeit aber auf wenig Gegenliebe.

Auch das, was die Arbeitsämter unter dem neuerdings gesetzlich verordneten Profiling verstehen, also die Erarbeitung eines aussagekräftigen Bewerberprofils für Jobsuchende, erübrigt sich meist in der dünnen Auflistung des beruflichen Werdegangs. Vom Dienstleistungsunternehmen Arbeitsamt könne man schon mehr erwarten, meint Franz Egle, etwa dass man sich dort ernsthaft mit den Arbeitslosen beschäftigt, dass man herauszulocken versucht, was sie gerne machen, was sie Produktives anbieten können und wie sie sich von anderen Arbeitsuchenden unterscheiden. Was den Zeitdruck der staatlichen Arbeitsvermittler angeht, so empfiehlt der Professor, sie einfach mit weniger Vorschriften und Erlassen zu bombardieren und sie stattdessen in die Freiheit des unternehmerischen Denkens zu entlassen.

Franz Egle hat auch schon Ideen parat, wie die Arbeitsvermittlung von morgen zu organisieren sei: als Netzwerk vieler kleiner Dienstleister, so genannten Fair-Job-Companies, in denen Stellenakquisiteure und Jobmanager mit allen Akteuren des Arbeitsmarkts zusammenarbeiten und erfolgsorientiert bezahlt werden. Der Bundesanstalt für Arbeit fiele dann die durchaus verantwortungsvolle Rolle als Holding im Hintergrund zu.

X Rechte und Pflichten neu austarieren.

Ein visionäres Konzept, das private und öffentliche Arbeitsvermittlung sinnvoll integrieren und alle Beteiligten des Arbeitsmarkts intelligent vernetzen würde. Aber noch ist die Praxis weit von Private-Public-Partnership-Konzepten dieser Art entfernt. Zwar geben die Arbeitsämter neuerdings Vermittlungsgutscheine aus, die bei privaten Jobagenturen eingelöst werden können, aber bislang ist die Nachfrage gering. Viele Arbeitsuchende scheuen die Unübersichtlichkeit des privaten Vermittlungsmarkts. Und für die privaten Jobvermittler ist die neue Klientel eher unattraktiv. Das Gutscheinhonorar von rund 2.000 Euro fällt angesichts des hohen Vermittlungsaufwands nicht gerade üppig aus. Fraglich ist auch, ob die Zulassung privater Vermittler nicht generell falsche Signale setzt, weil die Arbeitslosen damit in eine passive Haltung gedrängt werden nach dem Motto: Überlasse dein Problem einfach einer Agentur und lehn dich bequem zurück, bis ein Job gefunden ist.

Wer Arbeitsvermittlung neu denken will, kommt nicht daran vorbei, die Rechte und Pflichten aller Beteiligten konsequent neu auszutarieren. Die Beziehung zwischen Arbeitsverwaltung und Erwerbspersonen war bisher ein reines Anspruchsverhältnis, das über die Arbeitslosenversicherung ein Recht auf Vermittlung, Umschulung, Qualifizierung und finanzielle Unterstützung garantierte. Dem gegenüber beschränkten sich die Pflichten der Arbeitslosen auf Formalitäten wie Meldepflichten und Verfügbarkeit.

"Wenn man sich anschaut, wie Arbeitslosigkeit die Psyche verändert, ist es nahezu verbre-

cherisch von unserem Staat, die Arbeitslosen nicht zu fordern, sondern sie einfach nur zu verwalten und ihnen Almosen hinzuschieben." Der Münchner Berater Thomas Heinle kann beim Thema öffentliche Arbeitsvermittlung richtig wütend werden. Wenn er sich seine Klientel anschaut, hat er auch allen Grund dafür: alle sind so genannte Langzeitarbeitslose, die meisten beziehen Sozialhilfe, und nicht wenige sind psychisch und sozial ganz unten, wenn sie zum ersten Mal zu Heinles Vermittlungscoaching kommen. Kein leichter Schritt für die Kursteilnehmer, schließlich müssen sie sich vorher schriftlich verpflichten, an fünf vollen Arbeitstagen pro Woche anwesend zu sein - wer schwänzt, bekommt weniger Geld vom Sozialamt. Auch der Berater erhält sein Honorar nur dann, wenn der Arbeitslose längerfristig vermittelt werden kann. Außerdem verpflichten sich beide Seiten per Vertrag, tatkräftig an der Jobsuche mitzuarbeiten. Das es dabei um weit mehr als Bewerbungsformalitäten oder Qualifizierungsbedarf geht, erfahren die Arbeitslosen schon am ersten Kurstag.

X Vage Wunschträume und handfeste Jobs.

Stift und Papier drückt Heinle seinen Arbeitslosen in die Hand und fordert sie auf, ein Bild zu malen, das darstellt, wo sie in fünf Jahren beruflich stehen wollen. Während des Coachings wird diese persönliche Vision zum Leitbild der Jobsuche. Mit professioneller Unterstützung und persönlichem Einsatz bemühen sich die Kursteilnehmer, dass den Bildern auch Taten folgen, dass aus vagen Wunschträumen handfeste Jobs entstehen und dass aus ihnen, die vormals als "schwer vermittelbar" galten, echte Beschäftigungsprofis werden. Eigeninitiative, Leidenschaft und Selbstvertrauen - das sind nach Heinles Erfahrungen die wichtigsten Grundsteine, damit Jobsuche überhaupt erfolgreich sein kann - gerade bei Problemgruppen. Die Ergebnisse des Vermittlungscoachings sprechen dafür, denn von den über 200 Teilnehmern der vergangenen Monate haben bereits 60 einen Job gefunden. Solche Erfolge sollten die Entscheider in Arbeitsbehörden und Politik aufhorchen lassen. Aber Thomas Heinles leidenschaftliche Plädoyers für ein verbindliches Vermittlungscoaching ab dem ersten Tag der Arbeitslosigkeit blieben dort bislang ungehört. Man habe den Vorschlag mit Interesse gelesen, schreibt Arbeitsminister Walter Riester höflich zurück, doch weder wolle er in die Verantwortlichkeit der Arbeitsämter eingreifen, noch sei eine bundesweite Umsetzung des Vorschlags technisch zu bewältigen.

Gundula Englisch ist Journalisten, Filmmacherin und Geschäftsführerin der FutureLive GmbH in Unterföhring. Ihre Themenschwerpunkte sind Zukunft, gesellschaftlicher Wandel und Innovationen.

g.englisch@via-film-tv.de

Weitere Informationen:

<http://www.talentmarketing.de/>

<http://www.vermittlungscoach.de/>

<http://www.senioren-initiativen.de/>

<http://www.selbst-gmbh.de/>

© changeX [24.06.2002] Alle Rechte vorbehalten, all rights reserved.