

Dr. Markus Schmitz, BA

## Arbeitgeberservice von Agentur und ARGE(n) im gemeinsamen Marktauftritt

Bundeskongress SGB II (2.10.2007) :  
Arbeitsmarktintegration und –partizipation: Erfolgsfaktoren und  
Herausforderungen für die arbeitgeberorientierte Vermittlung

# Inhalt

---

## A. Einleitung

A1. Ausgangssituation

A2. Zielsetzung und Grundprinzipien

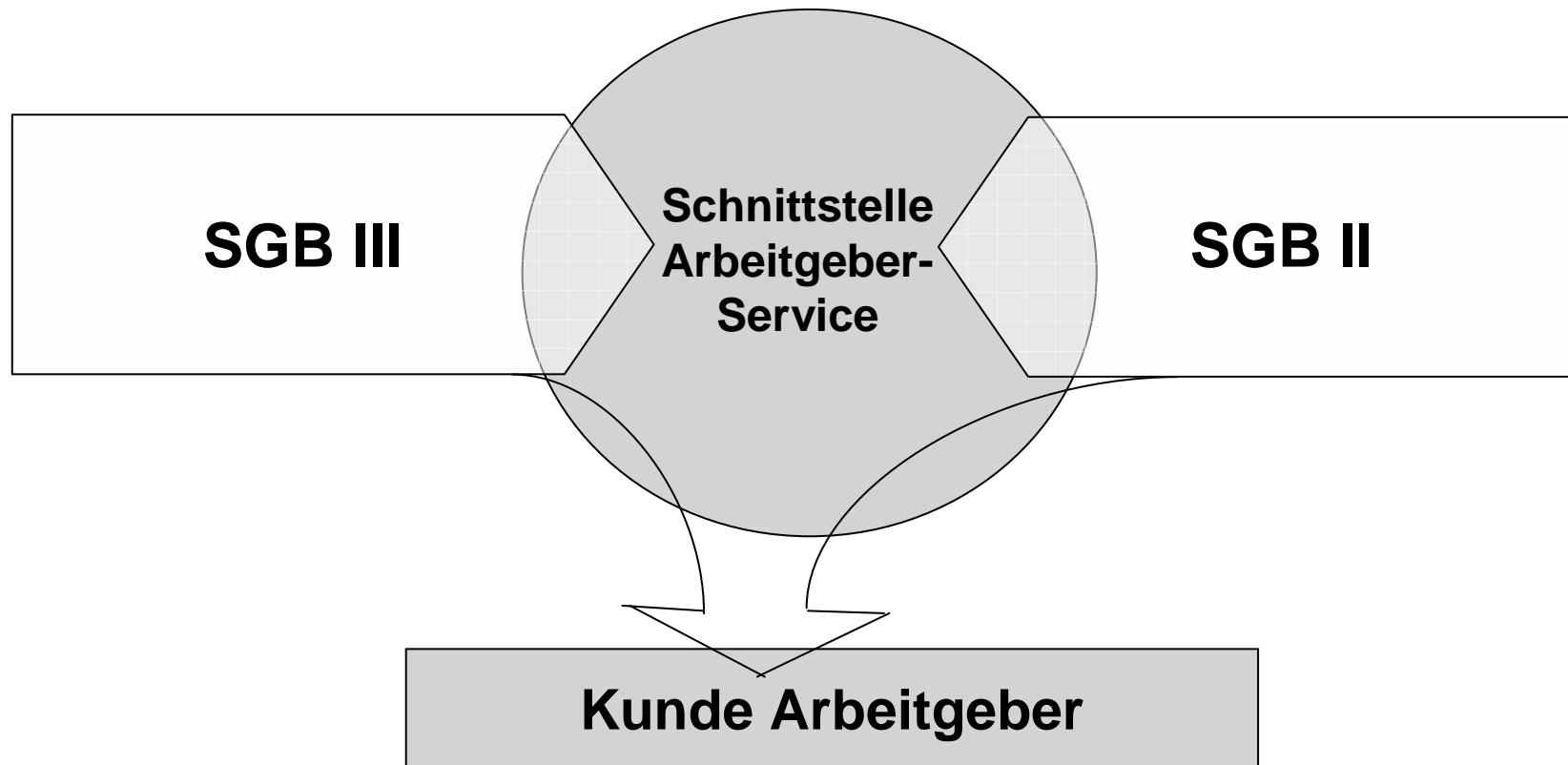
B. Einheitlicher Marktauftritt von Agentur und ARGE

C. Umsetzungsstand

D. Ausblick

## Herausforderung: Zwei Rechtskreise – ein Arbeitgeber

---



## Zielsetzung und Grundprinzipien eines Arbeitgeber-Service

- ▶ Ein **wirksamer Arbeitgeber-Service** soll die Marktdurchdringung steigern und Beschäftigungs- und Integrationspotenziale ausschöpfen.
- ▶ Ein **Arbeitgeber-Service** kann nicht die bewerberorientierte Beratung und Betreuung ersetzen.

- 1 **AG-S: Visitenkarte der öffentlichen Arbeitsvermittlung**  
Der Kunde Arbeitgeber ist davon überzeugt, dass der öffentliche Arbeitgeber-Service ihm einen Nutzen stiftet.
- 2 **Einheitlicher Marktauftritt gegenüber Arbeitgebern**  
Der Arbeitgeber erhält *einen* kompetenten Ansprechpartner.
- 3 **Ausrichtung auf den 1. Arbeits-/Beschäftigungsmarkt**  
Der Arbeitgeberservice kümmert sich um Stellen auf dem ersten Arbeitsmarkt. Arbeitgeber haben Anspruch auf Bewerber, die am besten auf ihr konkretes Stellenangebot passen, unabhängig vom Rechtskreis des Bewerbers.
- 4 **Beitrag zur Zielerreichung**  
Der AG-S trägt zur Zielerreichung in beiden Rechtskreisen bei
- 5 **Klar abgegrenztes Produktportfolio**  
Transparenz über Möglichkeiten und Grenzen schützt vor überzogenen Erwartungen und unzufriedenen Arbeitgebern.

## Inhalt

---

### A. Einleitung

### B. Einheitlicher Marktauftritt von Agentur und ARGE

B1. Rahmenbedingungen und Leitbild

B2. Chancen und Risiken des einheitlichen Marktauftritts

B3. Vorteile für Arbeitgeber bei einheitlichem Marktauftritt

### C. Umsetzungsstand

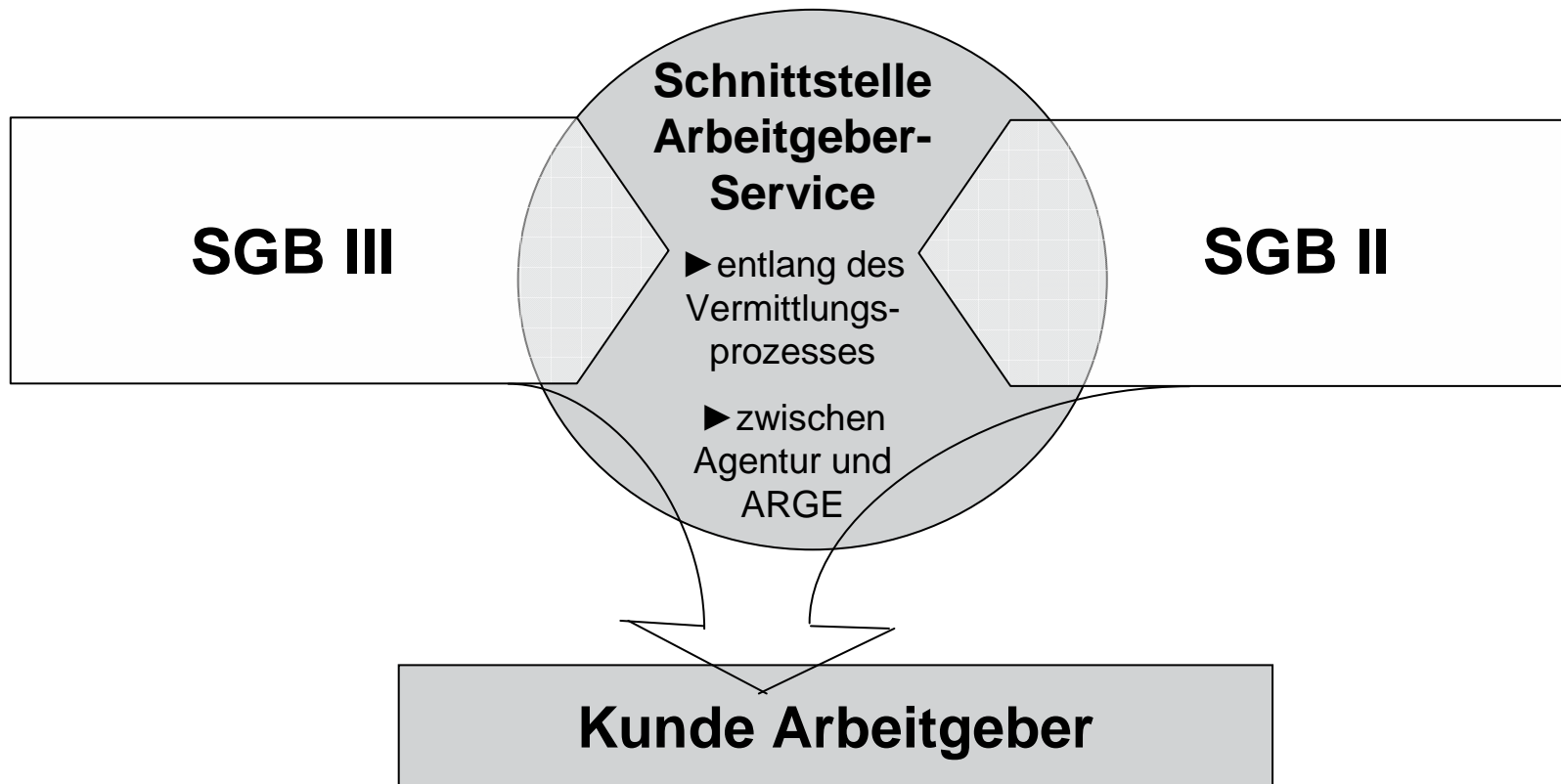
### D. Ausblick

## Einheitlicher Marktauftritt von Agentur und ARGE

---

Der Kunde Arbeitgeber hat *einen* Ansprechpartner.

Unterschiedliche Rechtskreise spielen für den Arbeitgeber keine Rolle.

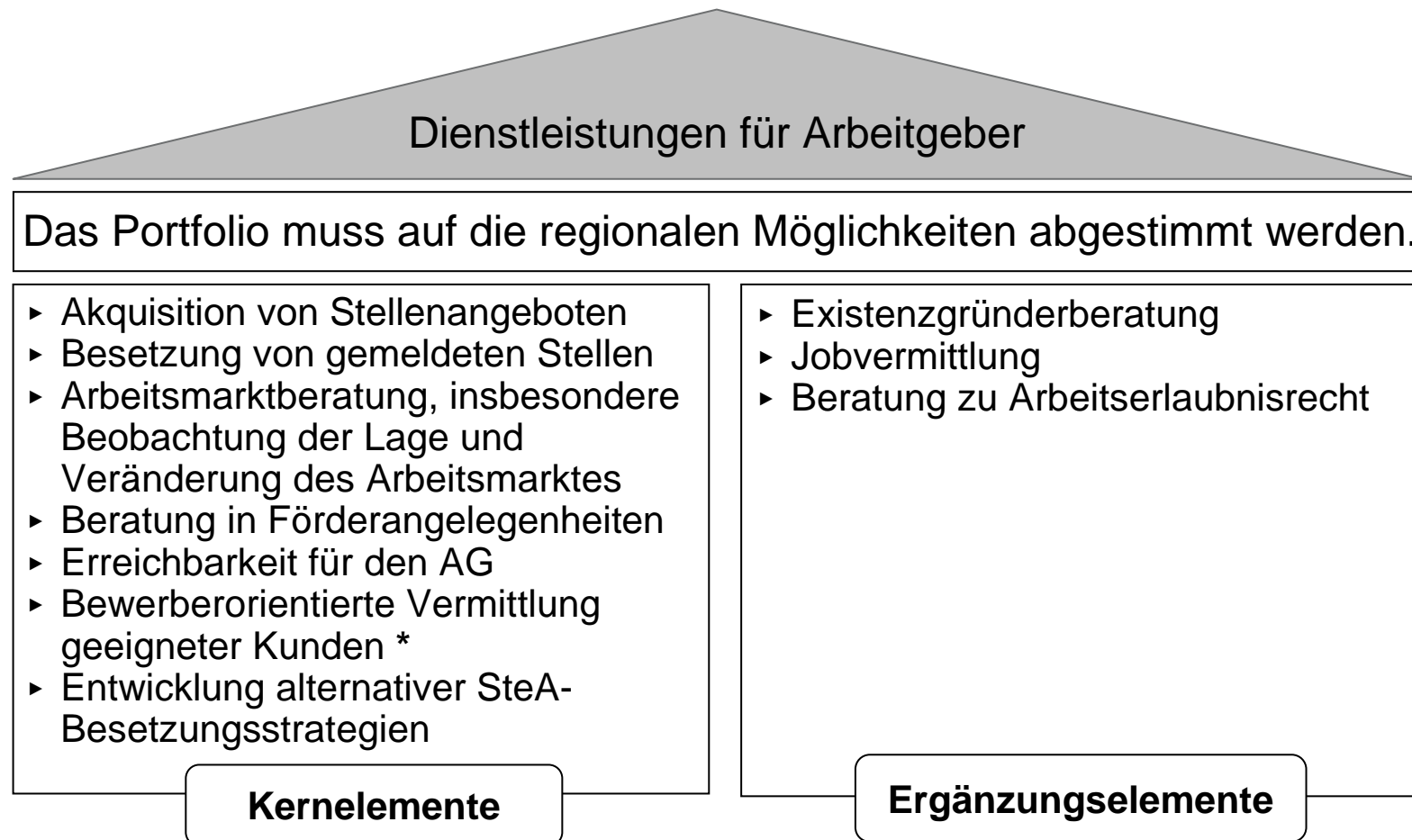


## Rahmenbedingungen und Leitbild eines einheitlichen Marktauftritts

---

- Agentur und ARGE n kooperieren in gleichwertiger Partnerschaft, d.h. in eindeutiger gemeinsamer öffentlicher Positionierung (inkl. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Betreuung von Arbeitgeberkunden aus einer Hand: systematisches, strukturiertes und damit Ressourcen sparendes Vorgehen in der Arbeitgeberbetreuung; Vermeidung von Doppelstrukturen
- Beitrags- und Steuermittel dienen gebündelt zur effizienten Ausnutzung des Dienstleistungsangebots
- Beitrag zur Zielerreichung:
  - Optimale Ausschöpfung der Markt- und Integrationspotentiale
  - Umsetzung des Auftrags des SGB II, Hilfebedürftigkeit zu reduzieren und erwerbsfähige Hilfebedürftige dauerhaft in Arbeit einzugliedern
  - Umsetzung des Auftrags des SGB III, Arbeitslose schnellstmöglich in Arbeit zu integrieren und eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen
- Operative Voraussetzungen:
  - Einvernehmliche Ausgestaltung von Schnittstellen
  - Einhaltung verbindlich vereinbarter Qualitätsstandards
  - Reibungslose, einheitliche Zusammenarbeit mit Dritten
  - Gemeinsame Arbeitsmarkt-Analyse

## Produktportfolio eines gemeinsamen Arbeitgeber-Service



\* bei entsprechender personeller Beteiligung der ARGEn im Rahmen eines einheitlichen Marktauftritts

## Chancen und Risiken des einheitlichen Marktauftritts


---

### Chancen

- ▶ Ein Ansprechpartner und Dienstleistung „aus einer Hand“ für Arbeitgeber bei gebündelten Ressourcen
- ▶ Erhöhte Transparenz über Markt- und Integrationspotenziale
- ▶ Bewerber werden unabhängig von ihrer Rechtskreiszugehörigkeit gleichberechtigt behandelt; Transparenz über Binnensteuerung
- ▶ Interessen der Agentur und der ARGE sind beidseitig berücksichtigt
- ▶ Schnittstellenfragen werden kooperativ und einvernehmlich gelöst
- ▶ Gemeinsame öffentliche Positionierung
- ▶ Reibungslose, einheitliche Zusammenarbeit mit Dritten

### Risiken

- ▶ Erhöhter Einigungsdruck bei der Ausgestaltung der Schnittstellen
- ▶ Erhöhte Komplexität des Einsatzes arbeitsmarkt-politischer Instrumente
- ▶ Trennung zwischen Dienst- und Fachaufsicht

 Detaillierung nächste Seite

## Vorteile für Arbeitgeber bei einheitlichem Marktauftritt

---

### **... ein Ansprechpartner:**

Professionelle Beratung und Unterstützung des Arbeitgebers durch **einen** Ansprechpartner in allen unternehmensbezogenen Fragen seitens der öffentlichen Arbeitsverwaltung.

### **... schnelle und passgenaue Vermittlung aus beiden Rechtskreisen:**

Der schnellste Weg zum richtigen Mitarbeiter – mit einer auf die Anforderungen und Wünsche des Arbeitgebers abgestimmten Vermittlung. Der Arbeitgeber wählt dabei aus einer vorher vereinbarten Zahl an geeigneten Bewerbern aus.

### **... ganzheitliche Betreuung:**

Überregionale Zusammenarbeit mit den Großkundenbetreuern der Regionaldirektionen und in Kooperation mit den örtlichen Agenturen für Arbeit.

### **... umfassende Beratungsleistung:**

Beobachtung und Analyse der Marktveränderungen sowie stets aktuelle Informationen zu Trends, Entwicklungen insbesondere in den Bereichen Qualifikation und Beruf und zu Gesetzeslagen auf dem Arbeitsmarkt.

## Inhalt

---

A. Einleitung

B. Einheitlicher Marktauftritt von Agentur und ARGE

C. Umsetzungsstand

C1. Operationalisierung des AG-S im Gemeinsamen Marktauftritt

C2. Erfolgsfaktoren und gute Praxisbeispiele für den gemeinsamen Marktauftritt

C3. Aktueller Stand der Vereinbarungsabschlüsse

## Operationalisierung des AG-S im Gemeinsamen Marktauftritt

Den Agenturen und ARGEn wurden folgende Arbeitsmittel zur Verfügung gestellt:

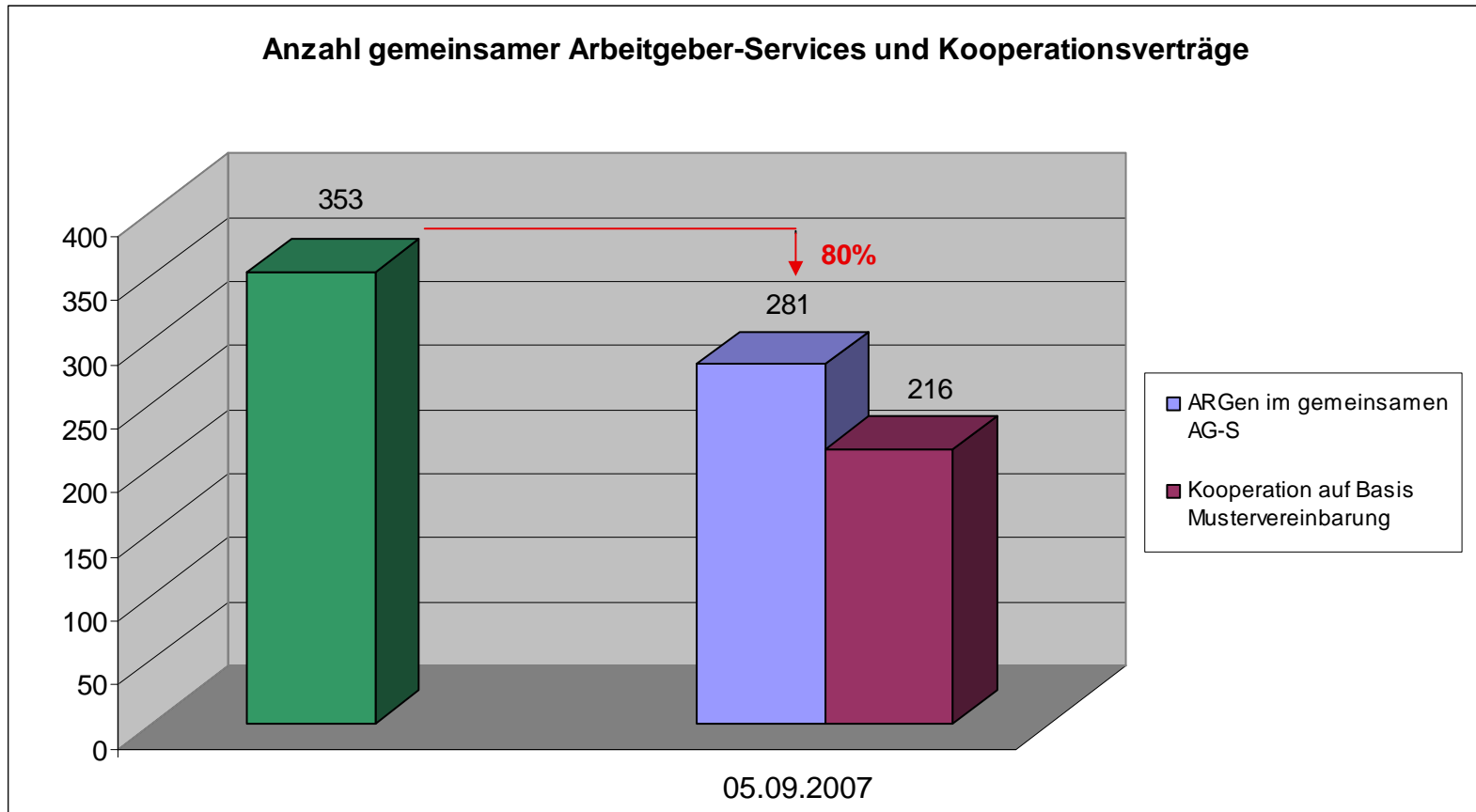
- **Mustervereinbarung** über die Errichtung und den Betrieb eines Arbeitgeber-Service im Gemeinsamen Marktauftritt
- **Anlage** zur Mustervereinbarung mit den einzuhaltenden allgemeinen Qualitätsstandards im Vermittlungsprozess eines AG-S im Gemeinsamen Marktauftritt
- Vor dem Hintergrund dieser Rahmenbedingungen wird der gemeinsame Marktauftritt dezentral ausgestaltet

## Erfolgsfaktoren für den AG-S im gemeinsamen Marktauftritt

---

- Klare Ziel- und Ergebnisorientierung der Arbeit (Beitrag zu den Integrationszielen beider Rechtskreise über Anzahl erfolgreich besetzter Stellen und Kundenzufriedenheit)
- Eindeutige Zuständigkeiten / Strukturen auf Führungsebene
- Einhaltung der fachlichen-inhaltlichen Mindeststandards
- Saubere und ergebnisorientierte Ausgestaltung der Schnittstellen
- Regelmäßiger und offener Meinungsaustausch (z.B. in Form von wöchentlichen Dienstbesprechungen)
- Schaffung einer vertrauensvollen Arbeitsbasis und gegenseitiger Akzeptanz (sowohl was die Ziele als auch die Weisungsgebundenheit beider Rechtskreise betrifft)
- Pragmatismus in der dezentralen Ausgestaltung innerhalb des gesetzten Rahmens

## 80 % der ARGen arbeiten im gemeinsamen Marktauftritt



## Inhalt

---

A. Einleitung

B. Einheitlicher Marktauftritt von Agentur und ARGE

C. Umsetzungsstand

D. Ausblick

## Weiterentwicklung des AG-S im SGB III mit positiven Auswirkungen auf den gemeinsamen Marktauftritt

---

- ▶ Zur Verbesserung der Aufgabenerledigung wurden die SGB III-seitigen Strukturen der Arbeitgeberorientierung weiterentwickelt
- ▶ Die Elemente der Weiterentwicklung sind für die im gemeinsamen Marktauftritt kooperierenden ARGE(n) von Vorteil:
  - Die modifizierten aufbau- und ablauforganisatorischen Prinzipien sind mit den bestehenden Strukturen in vorhandenen gemeinsamen Marktauftritten voll kompatibel
  - Verbesserte Leitungsspannen für Mitarbeiter der AA verbessern die fachliche Führung
  - Damit auch die ARGE(n) von verbesserten Führungsstrukturen profitieren, wird die Stellung zusätzlicher Teamleiter für ARGE-Mitarbeiter im gemeinsamen Marktauftritt angeboten; alternativ bringen die ARGE(n) eigene TL ein
  - Die Ausrichtung auf erfolgreiche Stellenbesetzungen ist für den Vermittlungserfolg gerade auch von ARGE-Kunden vorteilhaft, da die Arbeit der Vermittler rechtskreisunabhängig erfolgt
  - Transparenz über die Ergebnisse des gemeinsamen Marktauftrittes durch Einsatz eines Tools, das eine arbeitstägliche Auswertung zulässt
  - Auch in der Struktur ohne gemeinsamen Marktauftritt konnten bei der Erprobung anteilig 18% SGB II Kunden\* vermittelt werden.

\* Juli 2007: 23%