

■ **Peter Bartelheimer**  
**Jobs per Selbstbedienung?**  
**Themenskizze zum virtuellen Arbeitsmarkt**

**Beitrag zum Werkstattgespräch 1**  
**Konsummuster: Differenzierung und Ungleichheit**  
**Göttingen, 18./19. Februar 2010**

# ■ **Strategische Bedeutung des virtuellen Arbeitsmarkts für »Geschäftspolitik« der BA**

## ■ **Hartz-Kommission: Aufwertung des Matching (Marktausgleich)**

- Unterstützung von Stellenbesetzung, Ausgleich von Angebot und Nachfrage

## ■ **Olaf Scholz, Antrittsrede 29.11.2007**

- Bundesagentur für Arbeit »weltbeste Arbeitsvermittlung« und »leistungsfähigste Institution« im Land

## ■ **Virtueller Arbeitsmarkt soll Transparenz von Arbeitsangebot und -nachfrage steigern**

# ■ Stationen des Virtuellen Arbeitsmarkts

## ■ Ab 1982 COSIMA

- IT-Fachverfahren für Arbeitsbereiche (z.B. CoArb, CoSach, COMPAS)

## ■ Ab 2003: »Hallo, ich heiße Bea«

- Start des Virtuellen Arbeitsmarkts im Internet
- Trennung Arbeitgeberservice / bewerberorientierte Vermittlung

## ■ Ab 2005: Rechtskreistrennung SGB II / SGB III

- A2II als Leistungssoftware für SGB II
- VerBIS als einheitliche Fallbearbeitungs-Software für Agenturen und ARGEn
- Z. Tl. eigener Arbeitgeberservice für SGB II
- Diverse Programme in Kommunen (zugelassene kommunale Träger)

## ■ Virtueller Arbeitsmarkt heute

### ■ BA-Jobbörse: Selbstinformationssystem im Internet, in Agenturen (BIZ)

- Für Arbeitsuchende (3,9 Mio Bewerberprofile)
- Für Ausbildungssuchende (Ausbildungsplatzprofile)
- Für Arbeitgeber (0,4 Mio Stellen, 0,2 Mio. Ausbildungsstellen)

### ■ Technisierung des Vermittlungsprozesses

- Bearbeitung / Pflege von Bewerberprofilen, Suchläufe für Arbeitslose / Arbeitsuchende durch Arbeitsvermittlung und »Kund/inn/en«
- Bearbeitung und Pflege von Stellenprofilen durch Arbeitgeberservice
- »Matching«, Vermittlungsvorschläge durch Zugriff des Arbeitgeberservice auf Bewerber- und Stellenprofile
- Direkte Recherche von Arbeitgebern und Arbeitsuchenden

### ■ Andere Online-Jobbörsen

- z.B. [www.meinestadt.de](http://www.meinestadt.de)

# ■ **Verändert der virtuelle Arbeitsmarkt »Marktanteil« und Suchstrategien?**

## ■ **Einschaltungsgrad (»Marktanteil«)**

- Meldequote 1. Arbeitsmarkt IV/2005 29%, IV/2009 38%
- Zusätzlich nur virtuelle Stellen (I/2007 17% der »bekannten« Stellen)
- Einschaltungsgrad bei »bekannten« Stellen 59%

## ■ **Suchstrategien: Schon immer »Selbstbedienung«**

- Stellenbesetzung liegt außerhalb der Leistungskette der Arbeitsverwaltung, keine Meldepflicht, kein Vermittlungsmonopol
- Suchstrategien von Arbeitgebern
  - Direkte Kontakte zur Agentur 25% (erfolgreich: 9%)
  - Internetdienste der Agentur 18% (erfolgreich: 6%)
- Suchstrategien von Arbeitssuchenden
  - 2006: 8% Stellenfindung durch ARGE, 7% durch Agentur

# ■ Automatisiertes Matching? Wie ändert sich die Dienstleistung Arbeitsvermittlung?

## ■ Erhebliche EDV-Anteile in Beratungsgesprächen

## ■ Vermittlungsvorschlag durch maschinellen Abgleich

## ■ Objektivierung der Vermittlung?

- Qualitätsziele für Aussagekraft und Detaillierung von Bewerberangebot (BewA) und Stellenangebot (SteA)
- Matchingstrategien der Fachkräfte für Suchläufe entscheidend

## ■ Intern: Trennung von Arbeitgeberservice und Arbeitsvermittlung

- »Schnittstellenprobleme« und »Interaktionsformate«

## ■ Arbeitgeber und Bewerber/inne/n als »Prosumer«

- Erfolgreiche Nutzung verlangt erhebliche EDV-Fertigkeiten
- Datenschutzaspekte (namentliche und anonyme Bewerberprofile)
- Einschaltung der Fachkräfte vs. direkte Kontakte

# ■ Grenzen des virtuellen Arbeitsmarkts

## ■ Arbeitsverwaltung ist keine »Matching-Maschine«

- Grenzen des maschineller Marktausgleichs: »Vorteilsübersetzung«, »assistierte Vermittlung«
- Andere Funktionen (Nachteilsausgleich, Regulierung, Existenzsicherung, Arbeits- und Berufsberatung) unterschiedlich technisierbar
- Qualitätsprobleme durch Standardisierung der Dienstleistung Vermittlungsberatung

## ■ Soziale Selektion durch Virtualisierung

- Zugang zum Internet als Nutzungsvoraussetzung
- Computerfertigkeiten als Erfolgsbedingung
- Manche Menschen, manche Probleme bedürfen des persönlichen Gegenübers

# ■ Fragen der Berichterstattung

## ■ Datenstrategien

- Indikatoren für Dauerbeobachtung
- Feldzugang durch Kooperation
- Integration qualitativer Empirie

## ■ Thematische Zuordnung, Verallgemeinerung

- Anwendungsfall E-Government / IuK / Internet?
- Anwendungsfall »Prosumer«, Ko-Produktion?
- Zuordnung zu Arbeitsmarktbeobachtung?



## ■ Mehr ...

### ■ <http://www.sofi-goettingen.de>

- Soziologisches Forschungsinstitut (SOFI)  
an der Georg-August Universität Göttingen

### ■ <http://www.soeb.de>

- Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in  
Deutschland