

Holger Schütz

Reform der Arbeitsvermittlung

Uniformierungsdruck in der
Bundesagentur für Arbeit

Anhang – zum kostenfreien Download

Ausschließlich für nicht-kommerzielle Nutzung freigegeben!

Budrich UniPress Ltd. Opladen & Farmington Hills 2008

Alle Rechte vorbehalten.
© 2008 Budrich UniPress, Opladen & Farmington Hills
www.budrich-unipress.de

ISBN 978-3-940755-03-2

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Inhalt

- A 1:
Eintritte in Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen 2000-2005
- A 2:
Die arbeitgeberorientierte Vermittlung aus Sicht der Betriebe
- A 3
Veränderung des Einsatzes von Aktivierungsinstrumenten
nach Vergleichstypen zum Vorjahr
- A 4:
Indikatoren und Variationskoeffizienten für Policy-Mix
- A5:
Indikatoren und Variationskoeffizienten für Zielgruppenorientierung
- A 6:
Deskriptive Merkmale und Schlüsselpassagen aus Interviews
für die Crisp-Set- und Fuzzy-Set-Kodierung, sechs AA
- A 7:
Umformung von BA-Geschäftsdaten in Fuzzy-Set-Werte,
nach BA-Vergleichstypen: Berechnung und Ergebnisse
- A 8:
Berechnungsmethoden für Fuzzy-Set-Kalibrierungen auf Basis von Daten der
schriftlichen Agenturbefragung
- A 9:
Ergebnisse der Fuzzy-Set-Idealtypen-Analyse (FSITA)
auf Basis quantitativer Geschäftsdaten
- A 10:
Ergebnisse der Fuzzy-Set-Idealtypen-Analyse auf Basis der Agenturbefragung
- A 11:
Vergleich der Anteile der Fuzzy-Set-Indikatoren 2000-04 und 2005/06
(in % der AA)

A 1:

Eintritte in Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen 2000-2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
berufliche Weiterbildung mit Abschluß (FbW)	18027	16332	15844	12101	6351	3465
sonstige berufliche Weiterbildung (FbW)	57010	57799	60124	58229	22722	27420
Eignungsfeststellung/ Trainingsmaßnahme	102047	130011	195854	262566	272474	251873
FbW und TM gesamt	177084	204142	271822	332896	301547	282758

Quelle: IAB-Kurzbericht 2/2007. Angaben inklusive vergleichbarer JUMP-Maßnahmen

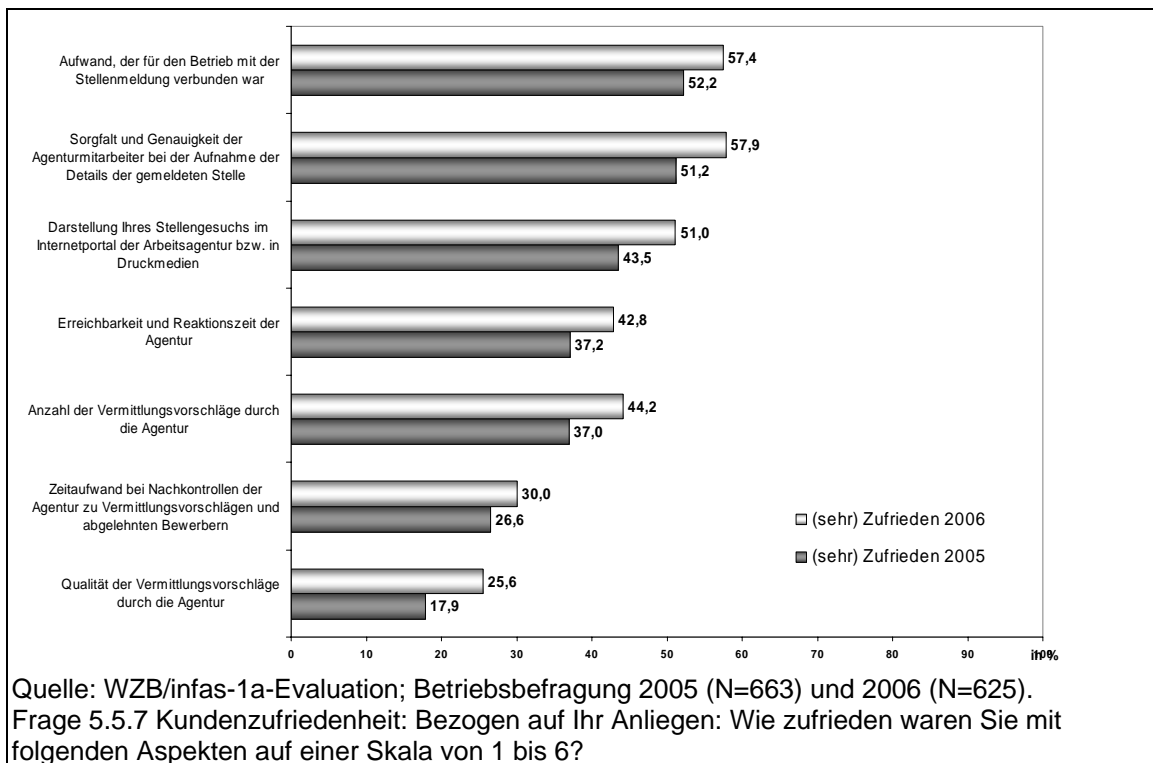
A 2:

Die arbeitgeberorientierte Vermittlung aus Sicht der Betriebe

Die Zufriedenheit der Betriebe mit den angebotenen Dienstleistungen der arbeitgeberorientierten Vermittlung wurde im Rahmen der Hartz-Evaluation (Modul 1a) in einer Betriebsbefragung erhoben.

Die Ergebnisse fielen aus der ersten Befragungswelle für einige zentrale Zufriedenheitswerte zum Teil ziemlich negativ aus (WZB/infas 2005: 139–141). Allerdings brachte die Folgebefragungswelle 2006 (vgl. Abbildung A 2) etwas verbesserte Ergebnisse für alle Indikatoren: 2005 zeigten sich nur 17,9 % der Befragten mit dem zentralen Indikator Qualität der Vermittlungsvorschläge insgesamt zufrieden (1–2); in der Befragung 2006 liegt dieser Zufriedenheitswert nun mit 25,6 % deutlich höher. Umgekehrt sind am unteren Ende 2006 nur noch 18,1 % der befragten Betriebe mit der Qualität der Vermittlungsvorschläge definitiv unzufrieden (5–6), in der Befragungswelle 2005 lag dieser Wert noch bei 24,1 %. In der Befragungswelle 2006 gibt es zudem recht hohe Zufriedenheitswerte hinsichtlich Sorgfalt (57,9 %) und Aufwand (57,4 %) bei der Stellenannahme, der Anzahl der Vermittlungsvorschläge (44,2 %) und der Darstellung des Stellengesuchs in Medien (Internet/Print) (51 %). Etwas weniger zufrieden sind die Betriebe mit der Erreichbarkeit sowie der Reaktionszeit der Agenturen (42,9 %) sowie bezüglich des Zeitaufwands bei Nachkontrollen der Agentur zu Vermittlungsvorschlägen und abgelehnten Bewerbern (30 %).

Abbildung A 2: Zufriedenheit der Betriebe mit verschiedenen Dienstleistungen der Agentur



Zudem ist ein relativ hoher Anteil der befragten Betriebe an zusätzlichen Dienstleistungen durch die BA interessiert. Dieses Interesse fällt in der Gesamtschau geringfügig niedriger aus als in der Vorjahresbefragung 2005 (vgl. WZB/infas 2005: 141 f.).

Von den Gesamttendenzen werden die Ergebnisse der ersten Befragungswelle klar bestätigt. Noch immer mehr als die Hälfte (53,6 %) der Betriebe fände es wichtig (1–2), dass die BA die Vorauswahl von Bewerbern für den Betrieb vornimmt. Die Unterstützung bei Stellenausschreibungen (Erstellen von Anforderungsprofilen, Aufgabe von Inseraten) wird ebenfalls stark gewünscht (47,9 bzw. 42,9 %). Etwa zwei Fünftel (40,8 % bzw. 38,3 %) aller befragten Betriebe erachten die Sichtung von Bewerbungsunterlagen und die Durchführung von Vorstellungsgesprächen sowie Eignungstests als wichtig. Diese Dienstleistungen werden umso höher gewichtet, je kleiner die Betriebsgröße ist: Insbesondere die Durchführung von Eignungstests und Bewerbungsgesprächen findet überproportional hohes Interesse bei den echten Kleinbetrieben (0–10 Beschäftigte), aber merklich abgeflachtes Interesse bei Betrieben mit über 200 Beschäftigten.

Diese zeitnahen Ergebnissen aus der Hartz-Evaluation (Modul 1a) korrespondieren stark mit älteren Befunde zu höheren Beratungsinteresse bzw. -bedarf von kleineren und mittleren Unternehmen (vgl. Bach 2001; Dincher 2000) mit. Die Frage bleibt, ob die BA hinreichend responsiv auf diese Bedarfseinlagen eingeht (vgl. kritisch Schütz & Ochs 2005).

A 3:

Veränderung des Einsatzes von Aktivierungsinstrumenten nach Vergleichstypen zum Vorjahr

		Nachweis Eigenbemühungen		Überprüfung Verfügbarkeit		Überprüfung Arbeitsbereitschaft durch Stellenangebot		Einforderung überregionaler Vermittlung von familiär Ungebundenen		TM zum Test Arbeitsbereitschaft	
		(1)		(2)		(3)		(4)		(5)	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
VT I	-2	1	3,8	0	0	13	50,0	0	0,0	4	15,4
	-1			3	11,5	6	23,1	0	0,0	5	19,2
	0	9	34,6	15	57,7	5	19,2	3	11,5	12	46,2
	+1	13	50,0	6	23,1	1	3,8	18	69,2	5	19,2
	+2	3	11,5	2	7,7	1	3,8	5	19,2		0,0
	insg.	26	100	26	100	26	100	26	100	26	100
VT II	-2	0	0,0	0	0,0	6	27,3	0	0,0	2	9,1
	-1	1	4,5	4	18,2	6	27,3	0	0,0	1	4,5
	0	3	13,6	10	45,5	3	13,6	8	36,4	8	36,4
	+1	14	63,6	7	31,8	5	22,7	13	59,1	9	40,9
	+2	4	18,2	1	4,5	1	4,5	1	4,5	2	9,1
	K.A.	0	0	0	0	1	4,5	0	0,0	0	0,0
insg.	22	100	22	100	22	100	22	100	22	100	
VT III	-2	1	1,8	1	1,8	23	41,8	0	0,0	4	7,3
	-1	3	5,5	5	9,1	14	25,5	2	3,6	13	23,6
	0	10	18,2	26	47,3	10	18,2	10	18,2	12	21,8
	+1	32	58,2	21	38,2	6	10,9	34	61,8	24	43,6
	+2	9	16,4	2	3,6	1	1,8	9	16,4	2	3,6
	K.A.	0	0	0	0	1	1,8	0	0,0	0	0,0
insg.	55	100	55	100	55	100	55	100	55	100	
VT IV	-2	1	10,0	1	10,0	2	20,0	1	10,0	1	10,0
	-1	0	0,0	4	40,0	4	40,0	0	0,0	1	10,0
	0	1	10,0	0	0,0	4	40,0	7	70,0	4	40,0
	+1	6	60,0	4	40,0	0	0,0	1	10,0	3	30,0
	+2	2	20,0	1	10,0	0	0,0	1	10,0	1	10,0
	insg.	10	100	10	100	10	100	10	100	10	100
VT V	-2	0	0,0	2	4,9	14	34,1	0	0,0	2	4,9
	-1	2	4,9	2	4,9	10	24,4	1	2,4	3	7,3
	0	12	29,3	17	41,5	14	34,1	13	31,7	16	39,0
	+1	19	46,3	15	36,6	2	4,9	23	56,1	12	29,3
	+2	7	17,1	3	7,3	0	0,0	3	7,3	7	17,1
	K.A.	1	2,4	2	4,9	1	2,4	1	2,4	1	2,4
insg.	41	100	41	100	41	100	41	100	41	100	

Quelle: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2006, (g206). Thermometerskala -2 bis +2 von sehr negativ zu sehr positiv.

A 4:

Indikatoren und Variationskoeffizienten für Policy-Mix

A 4-1 Indikatorenbildung Policy-Mix

Der Policy-Mix-Indikator wird als summierte Gesamtabweichung der agenturspezifischen Instrumentenanteile von der (bundes)durchschnittlichen Komposition des Maßnahmenmix generiert. Das bedeutet, der Policy-Mix ist als additiver Index aus den Ausgaben für die wichtigsten Instrumentblöcke konzipiert. Ausgabenanteile sind gegenüber Teilnehmeranteilen zu bevorzugen, weil diese das ‚objektivere‘ Maß darstellen; sie geben das relative Gewicht von Instrumenten im Portfolio besser wieder als Teilnehmerzahlen, die sensitiv auf unterschiedliche Maßnahmendauern und –preise reagieren.

Praktisch gehen mit der Ausnahme des Existenzgründungszuschusses nur Ermessensleistungen der aktiven Arbeitsmarktpolitik in den Index ein, da die Nutzung von Pflichtleistungen wenig Rückschlüsse auf die Gestaltung der Arbeitsagenturen zulässt. Für jeden Instrumentenblock wird zunächst die Differenz des Ausgabenanteils des Agenturwerts vom bundesdurchschnittlichen Ausgabenanteil gebildet. Anschließend werden die ermittelten Differenzen aller Instrumente addiert, was den Gesamtwert des Indikators ergibt. Der Indikator bezeichnet also die kumulierte Abweichung der Agentur-Budgetanteile für die Instrumentblöcke vom Durchschnittswert. Je höher der Wert, desto höher ist die Abweichung.

Die erste Indikatorenvariante *Policymixindex01* umfasst fünf Instrumentenblöcke, wobei im Block ‚Sonstige‘ die heterogenen Maßnahmen Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen, Strukturanpassungsmaßnahmen, Überbrückungsgeld, Existenzgründungszuschuss und Mobilitätshilfen zusammengefasst werden. Die zweite und dritte Variante 02 und 03 umfasst jeweils sieben bzw. sechs Instrumentblöcke, der Unterschied zwischen diesen beiden ist die Berücksichtigung der Mobilitätshilfen in der zweiten Variante. Der Block zu Lohnkostenzuschüssen umfasst drei Maßnahmen (Eingliederungszuschuss, Eingliederungszuschuss bei Neugründungen und Strukturanpassungsmaßnahmen Ost für Wirtschaftsunternehmen), der Block Selbständige die zwei Maßnahmen Überbrückungsgeld und Existenzgründungszuschuss, der Block Dritte die freie Förderung, Beauftragung nach §37 mit der gesamten Vermittlung, Eingliederungsmaßnahmen nach §421i, Personalserviceagenturen und ausgezahlte Vermittlungsgutscheine.

In einem zusätzlichen Schritt werden die drei Policymixvarianten mit den jahresdurchschnittlichen Anteilen in den westdeutschen bzw. ostdeutschen Agenturbezirken gewichtet. Dies erscheint sinnvoll, damit etwaige stärkere Veränderungen der budgetquantitativ eher unbedeutenden Instrumente (Mobi, TM, Dritte) gegenüber den quantitativ wichtigeren Instrumenten (FbW, ABM/SAM; Selbständige; LKZ) mit möglicherweise geringeren Abweichungen nicht überdurchschnittlich stark in den Variationsindex eingehen.

A 4-2: Streuung von Policy-Mix-Indikatoren im Zeitverlauf, nach West/Ost

		Variationskoeffizienten für...					
		ungewichtet			gewichtet		
Polycymixindex...		01	02	03	01	02	03
BGW	2000	0,588	0,502	0,506	0,744	0,686	0,687
	2001	0,590	0,505	0,509	0,730	0,670	0,670
	2002	0,518	0,461	0,466	0,647	0,609	0,609
	2003	0,475	0,432	0,438	0,648	0,609	0,610
	2004	0,389	0,356	0,362	0,523	0,498	0,499
	Insg.	0,526	0,468	0,473	0,665	0,622	0,622
BGO	2000	0,505	0,483	0,493	0,696	0,688	0,688
	2001	0,481	0,457	0,474	0,614	0,607	0,608
	2002	0,358	0,311	0,318	0,483	0,449	0,451
	2003	0,381	0,316	0,323	0,445	0,395	0,399
	2004	0,398	0,329	0,334	0,441	0,361	0,365
BG	2000	0,574	0,497	0,502	0,733	0,685	0,685
	2001	0,572	0,495	0,501	0,705	0,656	0,657
	2002	0,488	0,442	0,450	0,617	0,584	0,584
	2003	0,456	0,412	0,421	0,610	0,584	0,586
	2004	0,392	0,350	0,356	0,507	0,483	0,485

Quelle: BA-Statistik/WZB-Datenbank, eigene Berechnungen.

A 4-3: Streuung von Policy-Mix-Indikatoren im Zeitverlauf, nach VT

		Variationskoeffizienten für...					
		ungewichtet			gewichtet		
Polycymixindex...		01	02	03	01	02	03
VT I	2000	0,514	0,486	0,497	0,712	0,701	0,702
	2001	0,489	0,463	0,480	0,626	0,619	0,620
	2002	0,353	0,316	0,323	0,481	0,457	0,458
	2003	0,383	0,318	0,324	0,448	0,403	0,406
	2004	0,405	0,333	0,337	0,448	0,364	0,367
VT II	2000	0,564	0,531	0,536	0,689	0,670	0,670
	2001	0,561	0,506	0,510	0,665	0,624	0,624
	2002	0,424	0,409	0,415	0,572	0,512	0,512
	2003	0,423	0,315	0,321	0,523	0,393	0,393
	2004	0,361	0,343	0,348	0,385	0,403	0,403
VT III	2000	0,687	0,565	0,568	0,880	0,804	0,804
	2001	0,659	0,550	0,552	0,822	0,761	0,761
	2002	0,473	0,421	0,421	0,608	0,551	0,551
	2003	0,361	0,367	0,369	0,459	0,463	0,463
	2004	0,364	0,338	0,342	0,510	0,487	0,488
VT IV	2000	0,428	0,509	0,517	0,386	0,460	0,839
	2001	0,635	0,470	0,474	0,662	0,576	1,149
	2002	0,588	0,544	0,552	0,695	0,702	0,990
	2003	0,526	0,515	0,523	0,668	0,674	0,991
	2004	0,337	0,350	0,355	0,395	0,433	0,912
VT V	2000	0,627	0,498	0,505	0,852	0,758	0,758
	2001	0,640	0,561	0,569	0,857	0,768	0,768
	2002	0,515	0,508	0,516	0,592	0,579	0,579
	2003	0,439	0,475	0,483	0,529	0,560	0,561
	2004	0,326	0,328	0,333	0,429	0,436	0,436

Quelle: BA-Statistik/WZB-Datenbank, eigene Berechnungen.

A 5:

Indikatoren und Variationskoeffizienten für Zielgruppenorientierung

A 5-1 Zielgruppenanteil nach Bundesgebiet und BA-Vergleichstypen

1) Zielgruppenanteil_03 nach Bundesgebiet

		West		Ost		Insgesamt	
		Zugänge	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge	Bestand
2000	Mittelwert	0,13	0,11	0,26	0,28	0,16	0,14
	Minimum	0,07	0,05	0,15	0,17	0,07	0,05
	Maximum	0,43	0,27	0,37	0,41	0,43	0,41
2001	Mittelwert	0,13	0,11	0,27	0,27	0,16	0,14
	Minimum	0,06	0,05	0,16	0,17	0,06	0,05
	Maximum	0,49	0,31	0,51	0,38	0,51	0,38
2002	Mittelwert	0,14	0,10	0,28	0,26	0,16	0,13
	Minimum	0,05	0,05	0,16	0,17	0,05	0,05
	Maximum	0,62	0,28	0,40	0,33	0,62	0,33
2003	Mittelwert	0,11	0,08	0,22	0,20	0,13	0,10
	Minimum	0,06	0,05	0,14	0,14	0,06	0,05
	Maximum	0,30	0,22	0,49	0,28	0,49	0,28
2004	Mittelwert	0,11	0,06	0,19	0,16	0,13	0,08
	Minimum	0,06	0,04	0,13	0,11	0,06	0,04
	Maximum	0,23	0,20	0,25	0,25	0,25	0,25
Insg.	Mittelwert	0,12	0,10	0,22	0,27	0,14	0,14
	Minimum	0,04	0,04	0,05	0,11	0,04	0,04
	Maximum	0,62	0,51	0,51	0,91	0,62	0,91

2) Zielgruppenanteil_03 nach VT

		VT I	VT II	VT III	VT IV	VT V	insg.
2000	Mittelwert	0,27	0,16	0,13	0,13	0,12	0,16
	Minimum	0,15	0,08	0,07	0,09	0,08	0,07
	Maximum	0,37	0,43	0,35	0,20	0,22	0,43
2001	Mittelwert	0,28	0,17	0,14	0,13	0,11	0,16
	Minimum	0,16	0,08	0,06	0,09	0,06	0,06
	Maximum	0,51	0,49	0,35	0,26	0,25	0,51
2002	Mittelwert	0,28	0,17	0,14	0,13	0,11	0,16
	Minimum	0,16	0,08	0,06	0,07	0,05	0,05
	Maximum	0,40	0,62	0,32	0,25	0,29	0,62
2003	Mittelwert	0,22	0,13	0,13	0,10	0,10	0,13
	Minimum	0,14	0,07	0,06	0,07	0,06	0,06
	Maximum	0,49	0,26	0,30	0,16	0,20	0,49
2004	Mittelwert	0,19	0,11	0,12	0,10	0,10	0,13
	Minimum	0,13	0,06	0,07	0,08	0,06	0,06
	Maximum	0,25	0,21	0,23	0,15	0,18	0,25
Insg.	Mittelwert	0,22	0,14	0,12	0,11	0,10	0,14
	Minimum	0,05	0,05	0,04	0,06	0,05	0,04
	Maximum	0,51	0,62	0,35	0,26	0,29	0,62

Zielgruppenanteil_03 =

(Summe Zugänge Frauen u. Ü50 in FbW,EGZ,EZN,TM,ABM/SAM,FF) /alle Zugänge Arbeitslosigkeit

A 5-2 Streuungsmaße für Zielgruppenindikatoren

1) Nach Bundesgebiet

	Jahr	Zielgruppe (Zugänge)			Zielgruppe (Bestand)		
		Stddev	MW	VarKo	Stddev	MW	VarKo
BGW	2000	0,047	0,130	0,362	0,033	0,108	0,301
	2001	0,057	0,133	0,429	0,035	0,111	0,312
	2002	0,066	0,136	0,485	0,031	0,100	0,312
	2003	0,041	0,114	0,359	0,020	0,077	0,253
	2004	0,029	0,111	0,263	0,018	0,062	0,297
gesamt		0,049	0,118	0,416	0,056	0,103	0,540
BGO	2000	0,051	0,264	0,195	0,056	0,279	0,200
	2001	0,068	0,275	0,248	0,051	0,271	0,187
	2002	0,062	0,276	0,226	0,047	0,257	0,183
	2003	0,063	0,220	0,284	0,037	0,201	0,186
	2004	0,034	0,191	0,177	0,036	0,158	0,227
gesamt		0,084	0,219	0,386	0,135	0,274	0,493
gesamt	2000	0,071	0,156	0,456	0,078	0,142	0,548
	2001	0,082	0,160	0,510	0,074	0,142	0,520
	2002	0,086	0,163	0,525	0,071	0,130	0,546
	2003	0,062	0,134	0,463	0,055	0,101	0,540
	2004	0,044	0,126	0,345	0,044	0,080	0,551
gesamt		0,070	0,138	0,509	0,103	0,137	0,754

Quelle: BA-Statistik/WZB-Datenbank, eigene Berechnungen. Abgebildet sind Standardabweichung, arithm. Mittel und Variationskoeffizient des Indikators Zielgruppenanteil_03 (vgl. 6.2.1.2) für Bundesgebiet West, Bundesgebiet und Deutschland insgesamt (inkl. Berlin)

2) Nach VT, Variationskoeffizienten für Zielgruppenindikator (Zugänge)

	Zielgruppe					Insg.
	VT I	VT II	VT III	VT IV	VT V	
2000	0,187	0,488	0,340	0,252	0,235	0,456
2001	0,242	0,516	0,368	0,386	0,346	0,510
2002	0,220	0,656	0,380	0,394	0,404	0,525
2003	0,284	0,362	0,347	0,292	0,299	0,463
2004	0,171	0,298	0,267	0,227	0,225	0,345

A 6

Deskriptive Merkmale und Schlüsselpassagen aus Interviews für die Crisp-Set- und Fuzzy-Set-Kodierung, sechs AA

AA 1	
Fördernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Beratungszentrum mit Intensivprofiling – und Coaching in erster Woche vor Vermittlertermin verbindlich FBW bevorzugt vor TM; FbW als Zielgruppenorientierung.</p> <p>Kodierrelevante Interviewpassagen: „Sehr hoher Zielgruppenanteil war bei uns bisher geschäftspolitisch gewünscht. Wir ändern das im Augenblick. In Vergangenheit hat AA 1 immer FbW so angesehen: Menschen mit Handicaps zurückholen in den Arbeitsmarkt. Das war unsere Zielgruppenorientierung. Unsere Grundpolitik. Werden wir nicht durchhalten können. Weil durch Erfolgszwang der Eingliederungsquote. Je mehr ich auf Zielgruppen setze, desto schwieriger spätere Integrationserfolge. Wir haben das ausgeglichen durch mehr Langzeitmaßnahmen. Und haben den sozialpolitischen Ansatz gesehen. Den können wir nicht aufrechterhalten. Wenn eine Bildungsmaßnahme nur wieder aufgelegt werden kann, wenn eine EQ von 70%, dann muss der Anteil der Zielgruppen herabgesetzt werden. Oder wir müssen unter den Zielgruppen noch intensiver die herausfiltern, die erfolgreich eine Maßnahme durchlaufen. Die Gefahr heute ist, dass wir nur sehr Gute in Bildungsmaßnahmen geben, weil dann die Erfolgsquote auch sehr gut ist. In der Vergangenheit haben wir versucht, Schwächere wieder in den Markt zurück zu führen. Hoher Anteil Frauen.“ „Mit Zielgruppenarbeit kann man auch eine gewisse Bestandsarbeit machen. Ansonsten können wir irgendwann für die Zielgruppen überhaupt nichts mehr anbieten. Damit fehlt mir ein Mittel, um im Gegensatz zu Stellenangeboten, die Bereitschaft, etwas zu tun, bei diesem Personenkreis abzu prüfen. [Marktorientierung prüfen ist] das einzige Mittel, Fordern und Fördern rüberzubringen, wenn der Markt diese Personengruppe ausgrenzt.“ „Kontakt zu Bewerbern ist sehr eng geworden. Beratungszentrum integriert, die sich sehr mit Defiziten der Bewerber rechtzeitig befassen. Jeder Arbeitslose, alle Neuzugänge müssen erst mal durch das Zentrum laufen, alle, auch Marktkunden. Werden dort vorbetreut, Profiling. Ist erheblicher Aufwand, großer Kostenfaktor. Aber wir wollten, dass die Kunden etwas transparenter werden. Die Leute kommen dann</p>

	<p>klarer strukturiert zum Vermittler. Er hat mehr Zeit fürs Gespräch.“</p> <p>Interview 2: „Also ich denke schon das wir bei unserer Gesamtgeschäfts politik und hinsichtlich Maßnahmeplanung unsere Zielgruppen nie außer Acht lassen. Wir setzten Schwerpunkte egal auf welche Zielgruppen, ob wir sagen Frauen, ob wir sagen Frauen in Teilzeit, wir haben Jugendliche mit dabei, Ältere mit dabei, wir versuchen schon für die Zielgruppen im Verhältnis der Arbeitslosen etwas zu unternehmen. Obwohl das nicht immer zum Erfolg führt.</p> <p>„Es ist Geschäftspolitik, die berufliche Weiterbildung nicht ausschließlich erfolgsorientiert, die Maßnahmen nicht nur für die Teilnehmer, die auch die Erträge bringen, sondern auch die Zielgruppen nicht zu vernachlässigen und vergessen. Es ist Geschäftspolitik, das uns gegebene Budget sinnvoll auszureizen.“</p> <p>„Förderungspolitik für Zielgruppen und Bestandskontrolle lassen sich nicht vollständig voneinander trennen“</p> <p>(Bsp. Frauen/TZ-Frauen)</p>	
	Crisp-Set Kodierung 1	Fuzzy Set Kodierung 1
Fordernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Intensive Bestandsbereinigung im zeitaktuellen Rahmen</p> <p>Kodierrelevante Interviewpassagen:</p> <p>„Unter „Bestandsbereinigung“ ist sehr viel getan worden. Wir haben viele, viele Menschen fürsorglich belagert, indem wir Sonderaktionen gemacht haben. Haben sehr kurzfristig Gesprächstermine gesetzt, sehr häufig wiederholt. Hat dazu geführt, dass solche, die aus sonstigen Gründen im Bestand waren – rentenrechtliche Gründe und sonstige – sich abgemeldet haben. Mit konkreten Vermittlungsvorschlägen haben wir schon eine gewisse Bereinigung des Bestandes erreicht.“</p> <p>„Wir machen keine schikanösen Maßnahmen. Ist mit mir und mit meinen Führungskräften nicht möglich. Nicht schikanös ist, dass wir zu Beginn der Sommerferien einmal kontrollieren, ob Menschen, insbesondere Ausländer, nicht in der Türkei sind, und schauen nach, ob sie sich ordentlich abgemeldet haben. Und wenn wir sie erwischen, dann kriegen sie natürlich ihre Sperrfrist.“</p> <p>„Ich bin ja kein Linker. Tatsache ist, dass die Alo im Großteil selbst nicht an ihrer Situation schuld sind. Es kann ja nicht sein, dass die Arbeitslosen dort wo hohe Arbeitslosigkeit ist, fauler sind. Für die meisten Menschen ist es ein Schicksal. Es kann nur unsere Aufgabe sein, diejenigen, die das Sicherungssystem</p>	

	<p>aushebeln wollen, indem sie unrechtmäßig Ansprüche stellen, die zu finden und zu bestrafen.“</p> <p>„Wir [AA 1] haben die zweitniedrigste Alo im RD-Bezirk. Auch Ergebnis dessen, dass wir sehr stark darauf schauen, dass unsere Kunden ordentlich betreut werden, dazu gehört auch Abmeldung. Region hat sehr positive Daten bei der Entwicklung der Alo. Das hat auch damit zu tun, dass wir die Bestände beackern.“</p> <p>„Die Sperrzeitquote wird nicht bewusst niedrig gehalten. Sind schon häufig Gespräche seitens RD geführt worden, sie zu erhöhen. Um dem Gesetz Rechnung zu tragen. Für mich keine Frage, die Mitarbeiter immer wieder auf Sperrzeiten hinzuweisen. Aber ich brauch ja auch Beweise und Fakten.</p> <p>Unser Vermittlungsteam ist gut, weil wir versuchen, die Besten zu vermitteln. Da kann ich Sperrzeit gar nicht kriegen. Sperrzeit wegen Ablehnung einer Arbeit kann's ja gar nicht geben, wenn der AG-Vermittler eine Stelle hat, lädt sich fünf ein und schlägt zwei vor, sich vorzustellen. Wir schicken doch keine Flasche zum AG. Ist eine vermittelersche Fehlhaltung, wenn wir den Falschen hinschicken.“</p> <p>Interview 2: „Es ist Geschäftspolitik, Bewerber zu bewegen, die Arbeitslosenzahlen so klein wie möglich zu halten. Man kann nicht ganz davon trennen und das was wir hier tun die Leute zu bewegen auch gelegentlich Druck auslöst und zu Bestandsbereinigung führt.“</p> <p>„Förderungspolitik für Zielgruppen und Bestandskontrolle lassen sich nicht vollständig voneinander trennen“</p>	
	Crisp -Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: .25

Arbeitgeber- Orientierung	Deskriptive Merkmale: Starkes AG-Team, gut ausgestattet Kleinere AA, daher enger an AG dran Gezielte branchenorientierte Außendienste, Zahlenvorgaben für AD	
	Kodierrelevante Interviewpassagen: „Arbeitberteam seit 1,5 Jahren installiert, das sehr eng mit den AG zusammen arbeitet und Stellen akquiriert.“ „Ein sehr gutes Instrument für mich, um Transparenz zu bekommen. Ich hab nur drei bis fünf Leute, die ich frage. Wenn es um irgendeinen AG geht, weiß ich sofort, welcher Vermittler zuständig ist. Dieses Team wird gehätschelt und getätschelt, ist auch personell relativ gut ausgestattet. Dort wird rein AG-orientiert gearbeitet. Alle anderen Vermittler arbeiten AN-orientiert. Mit allen Vor- und Nachteilen. Funktioniert hervorragend. Die betreuen die SteA, machen VV. Einer der Vermittler (HoGa) vermittelt nur, wenn er sich die Kunden vorher angesehen hat. Ist bei den Betrieben bekannt. Vermittelt nicht durch die Kartei, sondern über die Kartei. Sucht sich Bewas und lädt die Leute ein, werden vorselektiert. Höre aus dem Bereich nur Positives.“ „Alle 14 Tage wird ein Gespräch mit den SteA-Vermittlern gemacht, bei dem ich selbst dabei bin. Weil die SteA-Vermittlung für mich was ganz wichtiges ist. Ist inzwischen ganz selbstverständlich. Wir kriegen im Monat 200-300 Stellen rein. Die sind wie Gold zu behandeln.“ Interview 2: „[Geschäftspolitik der AA] eine hohe Arbeitgeberzuwendung mit der Absicht eine hohe Arbeitgeberbindung an uns zu bekommen, mit den kleinen Konstrukten, da ist dein eigener Vermittler, gezielte Aussendienstgrößen, Betriebsbesuche strukturiert nach Branchen.“	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .75
Sekundär- merkmale; sonstiges		

AA 2

Fördernde Aktivierung

Deskriptive Merkmale:

ein sogenanntes „Maßnahmenamt“, d.h. heißt, Besetzung der Maßnahmen erfolgt in hohem Maß auch mit Auswärtigen
relativ stark FbW-orientiert, ohne hohe Zielgruppenorientierung

Kodierrelevante Interviewpassagen:

Interview 1: „Für mich bis heute nicht in der Rigidität der Erwartung nachvollziehbar, warum plötzlich ein möglichst kurzer Zeitraum zwischen Eintritt der Arbeitslosigkeit und Aufnahme einer Bildungsmaßnahme so priorisiert wird. Über Jahre hinweg gab es die wie ich finde in der Masse der Fälle sehr vernünftige Vorstellung, nicht jeder der arbeitslos wird soll gleich in eine Bildungsmaßnahme rein gehen, sonder zunächst mal, ganz abgesehen von den Unterscheidung was ist Bildung, geht es hier um eine ergänzende Fortbildungsmaßnahme oder eine Umschulungsmaßnahme, sollte man versuchen jemanden wieder zu vermitteln. Und es ist naheliegend dass das bei einem schwierigen Arbeitsmarkt nicht gleich von heute auf morgen klappt. Das vielfältige Vermittlungsstrategien und Anstrengungen unternommen werden müssen. Das so ein Prozess leicht 2 – 3 – 4 Monate und auch etwas länger dauern kann. Und das erst bei einer sauberen Abarbeitung verschiedener vermittlerischer Strategien dann immer drängender die Überlegung wird, müsste man jetzt nicht doch qualifikatorische Überlegungen anstellen. Das eine von daher eine zwangsläufig relativ größerer Zeitpunkt entsteht zwischen diesen Zeitpunkten.“

„Wir haben insofern hier eine sehr gut entwickelte bildungsmässige Infrastruktur von der auch natürlich viele Anregungen kommen. Die Träger haben es im Laufe der Jahre auch in der Kooperation mit uns gelernt Kreativität zu entwickeln. Daraus entstehen viele Ansätze, insbesondere war das früher der Fall, flexible Angebote, schnelle Angebote, mal öfters dazwischen schieben, so dass es von daher auch immer eine Angebotsdichte existierte, die es erlaubte auch dann mal Arbeitslose kurzfristig zu versorgen.“

„Insbesondere diese betrieblichen TM die haben hier in den letzten 1-2 Jahren so zugenommen, dass ich gesagt habe, dass geht so nicht mehr. Weil es nach meinem Verständnis zu oft vorkam, dass die Betriebe hinterher die Leute nicht übernommen haben. Und in nicht wenigen Fällen bei mir der Eindruck gewachsen ist, dann hat der das von Anbeginn auch gar nicht vor, so dass wir mit einer weiteren Zuweisung in solche betrieblichen Trainings Gefahr liefen ein Stück Wettbewerbsverzerrung hiermit zu betreiben. Darum habe ich das gedrosselt. Und ausserdem ist ja ein weiteres wichtiges Element der beruflichen Bildung die

	<p>betriebliche Einarbeitung, der sogenannte Eingliederungszuschuss, der richtig organisiert und dokumentationsmässig abgesichert von statten findet. Ich hatte die Beobachtung gemacht, dass kürzlich unsere Einarbeitungszuschüsse nachliessen und unsere TM zunahmen. Da habe ich gesagt das eine hat mit dem anderen zu tun, aber ich will eine Umkehrung des Prozesses haben. Ich möchte im Grunde genommen die nachweisliche, betriebliche Qualifizierung so wie sie in einem Einarbeitungsplan beim Einarbeitungszuschuss zum Ausdruck kommt, die möchte ich mehr haben, da haben wir uns auch zu mehr verpflichtet für das laufende Jahr, und das zu Lasten der TM“</p> <p>„Interview 2: „EGZ oder TM, wobei bei TM momentan bei uns ein wenig zurückgefahren werden sollen. EGZ haben wir massiv beschränkt. Das müssen wir halt versuchen dem Arbeitgeber argumentativ zu verkaufen. Bisher hat es eigentlich immer gut funktioniert.“</p> <p>„Wir haben die Möglichkeit EGZ zu zahlen, wir haben die Möglichkeit TM zu machen. TM ist für mich jetzt mal wenn es sinnvoll eingesetzt wird eine relativ gute Möglichkeit um ein Arbeitnehmer zu testen und ihn anschliessend unter zu bekommen. Jetzt ist aber das Problem dass wir mit der Zahl der TM erheblich über unseren Zielvereinbarungen liegen. Mit der Folge, es ist die Anweisung ergangen, wir müssen die TM zurück fahren, so sinnvoll sie vielleicht auch sind. Eine Zeitlang war es dann so, dass ein Vermittler eine gewisse Quote an TM in der Woche oder pro Tag oder pro Monat zugestanden wurde, und wenn er die halt ausgeschöpft hatte, dann musste er zum anderen Vermittler, kannst du mir bitte was abgeben. So in der Beziehung ist das gelaufen, das ist so was von ordnungspolitisch hirnrissig, so dass man dem Arbeitgeber das untergejubelt hat, man hat gesagt TM geht nicht mehr aber sie müssen jetzt eine Einstellung machen, da machen wir dann gleich lieber EGZ, weil bei EGZ müssen wir uns steigern.“</p>	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: . 5
Fordernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Schwache Sanktionsorientierung Sanktionen: im Vergleich (mit VT und in RD-Bezirk) niedrige Sperrzeitenquote, die erhöht werden soll</p> <p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 2: Ich persönlich halte es nicht für gut, weil man auf der einen Seite einen gewissen Druck auf die Mitarbeiter aufbaut, Sperrzeiten produzieren zu müssen, immer dieser Vergleich mit den anderen Ämtern. Ich halte es auch noch als problematisch wenn es in die Vermittlung geht. Weil wenn ich eine Vermittlung nur darauf ausrichte jetzt will ich auch meine entsprechenden Sperrzeiten raus, dann denke ich mal es ist</p>	

	<p>der falsche Ansatz was die Vermittlung angeht. Bestes Beispiel früher hatten wir im Vermittlungsteam, ganz zu Anfang wenn man Stellenangebote rein bekommen hat, dann hat man sich also die Zeit genommen, hat einen gewissen Pool ausgewählt und hat die Leute angerufen, mit denen durchgesprochen, ich habe ein Stellenangebot mit den und den Qualifikationsprofil, wie schaut es bei ihnen aus, nach ihren Daten ist es so und so und habe das noch mal abgeglichen. Wenn der gesagt hat, nein ich habe das oder das nicht, dann habe ich ihn gleich raus gelassen. Wenn er gesagt hat, ich will irgendwie nicht oder ich habe gespürt der will irgendwie nicht, dann habe ich den raus gelassen. Logische Konsequenz war natürlich wir haben nicht so viele VV raus geschickt und logische Konsequenz war dann auch, die Anzahl der Sperrzeiten ist dann auch nicht so hoch gewesen. Irgendwann hat man dann gesagt, die Sperrzeiten müssen höher werden, also macht man alles nur noch schriftlich.“</p> <p>„Also das ist immer problematisch, von Seiten der Geschäftsführung wird uns immer wieder versucht einzubleuen, wir haben diese geschäftspolitischen Ziele und die müssen erreicht werden, insgesamt und sowieso und wenn man hohe Sperrzeiten produziert dann spart man auf der anderen Seite wieder Geld. Wobei der Ausdruck Sperrzeiten produzieren an für sich schon hirnrissig ist. Wenn ich die Einstellung von Seiten der Dienststellenleitung charakterisieren würde, da würde ich das mehr in Richtung Ordnungspolitik sehen; wenn gleich in der Tat AA 2 immer noch unterdurchschnittlich ist in seiner Sperrzeit und deswegen nachträglich Druck bekommt.“</p>	
	Crisp -Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: 0

Arbeitgeber-Orientierung	Deskriptive Merkmale: Wenig ausgeprägter Bereich	
	Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 2: „dann war dieses große Schlagwort Arbeitgeberteam, dass man dann im April letzten Jahres wieder aus dem Boden gestampft hat.“ „Ich muss sagen, diese Konzentration auf ein paar Vermittler die sich ausschließlich um die Arbeitgeberangelegenheiten kümmern, und insbesondere 2 Vermittler die eigentlich permanent im Außendienst sind. [...] Jetzt haben wir wieder diese Strukturen und ich muss sagen nach einem Jahr arbeiten wir eigentlich für unsere Verhältnisse gut. Es gibt eine gute Abwägung zwischen Innendienst und Außendienst. Die Kollegen arbeiten relativ eng zusammen. Wir sind also 5 Vermittler, 2 im Außendienst und 3 im Innendienst“ „Das „Problem“ ist dieses Arbeitgeberteam das momentan existiert, offiziell ja eigentlich so gar nicht existiert.“	
	Crisp-Set Kodierung	Fuzzy Set Kodierung
Sekundärmerkmale; sonstiges	Hohe Motivation der MA: „Weil wir halt sozial immer noch so engagiert sind, dass wir die Arbeitslosen hier nicht einfach hängen lassen können“	

AA 3

Fördernde Aktivierung

Deskriptive Merkmale:

Kombination von Fördern und Fordern durch umfassendes System von Bewerbungszentren und Netto-TM Zielgruppenorientierung, u.a. für Frauen, etwas zurückgegangen

Kodierrelevante Interviewpassagen:

„Die Strategie Arbeitnehmerseite über Bewerberzentren ergibt sich aus dem Helfen zum Umsteuern. Da ging es einfach darum, dass wir Arbeitslosen keine Ruhe lassen. Viele Arbeitslose, es gibt auch viele Personengruppen, die sind eben von dem Versicherungsgedanken getragen fühlen und denen darf man keine Ruhe lassen. Viele melden sich aus Bequemlichkeit in Arbeit ab. Und gehen dann auch in Arbeit, es gibt solche Dinge mit hohem Nebeneinkommen, wo man gezielt drauf zugehen muss. Man braucht im Grunde genommen Einrichtungen und Instrumente wo man die Leute täglich hinschicken kann. Wenn einer krank wird, macht nichts, melden sich wieder, bin krank bin wieder gesund. Bitte gehen sie morgen hin!! Man muss immer wieder solche Angebote haben wo jemand täglich einmünden kann. So ein Angebot hatten wir flächendeckend. Ich hoffe dass wir es wieder einrichten können. Trainingsmaßnahmen, es waren gute Maßnahmen! Es waren Maßnahmen wo wirklich Träger dahinterstanden mit Vermittlungsauftrag, mit nicht-in-Ruhe lassen. Die haben nur Geld verdient wenn sie erfolgreich waren und auch nicht in Ruhe gelassen haben. Das war als erfolgsorientiert finanziert. Unser System der Bewerbungszentren. Das waren verschiedene Träger, das waren lauter kleine Träger der Region mit Bewerberzentren. Das war sehr erfolgreich. Man hat die Leute hingeschickt und wenn sie nicht konnten, konnten sie eine Woche später. Viele haben sich vorher aus lauter Verzweiflung abgemeldet. In Arbeit abgemeldet oder sonstwie abgemeldet.

Die Frage der Bewerbungszentren ist und war Innovation in der Gestalt, dass die Mitarbeiter ein Instrument hatten von dem sie überzeugt waren. Das in Verbindung gebracht hat dieses Aktivieren, mit einem kleinen Anteil arbeitsplatzbezogen qualifizieren und vermitteln, durch einen Dritten. Das war praktisch so die Innovation, dass man ein Instrument hat das erfolgreich war und auch etwas gebracht hat. Wir sind dabei zu versuchen das noch mal hoch zu puschen. Wir wollen es als Modell durchsetzen. Es ist uns mal schlecht gerechnet worden. Ich sage das ganz bewusst schlecht gerechnet worden, weil es nicht in die Standardprodukte rein gepasst hat und in die Strategie der Zentrale. Es hat nicht reingepasst in die Standardprodukte aus fertig. Man kann aber noch optimieren man kann es noch günstiger machen. Kann

es auch finanziell noch günstiger machen. Aber es ist ein Instrument.

Das Schlimmste an der ganzen Sache ist ja: Wenn ich die Leute immer wieder einlade und zum fünften Mal frage: was haben sie denn gemacht? Ich muss doch etwas anbieten. Ich muss schnell etwas anbieten. Wenn ich dann nicht eine Stelle anbieten kann, ich kann doch niemanden zu jemand schicken, ohne Suchlauf. Ich schick sie einfach mal hin. Auch ein Arbeitgeber sagt: ich möchte nur drei oder vier Vorschläge! Dann brauche ich etwas wo die Leute auch mal etwas länger sind. Eine, zwei, drei Wochen sind. Wo sie wirklich mal rundum besohlt werden. Das ist die Innovation.“

Interview 2: „Bei dem Begriff Bewerberzentrum muss man auch aufpassen. Es ist nicht überall Bewerberzentrum drin, wo Bewerbungszentrum drauf steht. Es ist nur ein Begriff. Das kann auch verschiedene Inhalte haben. Rein vermittlerisch haben wir noch eine vorgeschaltete Trainingsmaßnahme. Wir haben Arbeitslosmeldung, Erstgespräch, jeder Neuzugang kommt im Moment in eine zweiwöchige Trainingsmaßnahme.“

„Wir hatten bis letztes Jahr, für den Zeitraum von zwei Jahren, hatten wir eine ganz klare Strategie, hatten wir Sicherheiten, das hat in der Maßnahme Angebot, wir können so verfahren. Arbeitslosmeldung, terminiertes Erstgespräch, erste Maßnahme zu Beginn der Arbeitslosigkeit, Folgemaßnahme nach drei Monaten zur Intensivierung der Stellensuche, da haben wir das erste halbe Jahr den Focus darauf gelegt. Mit terminierter Beratung, mit sicheren Maßnahmen, wir wussten, es war ein Träger da, der das gemacht hat. Dann wurde uns aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen das alles zerschlagen. Zum einen haben wir intern unheimlich viel Personalrotation, es kommen Vermittler, von außen werden welche eingestellt, die keine fachliche Ausbildung haben, die kommen hinzu. Dann wurde extern das ganze Maßnahmeangebot zusammengebrochen, durch das Ausschreibungsverfahren.“

Interview 3: „Im Prinzip kommt es darauf an, wenn sie Arbeitslose betreuen, wichtig ist dass sie Angebote haben. Das heißt das Sie ganz gezielt Dinge anbieten können, um Möglichkeiten zur erschließen um einen gewissen Druck auf Arbeitslose machen zu können. Durch gewissen Druck erreichen Sie auch dass manche nicht mehr kommen. Ich möchte den Druck nicht zu sehr in den Vordergrund schieben, eigentlich ist unser Denken, das wir hier vor Ort haben, wir wollen helfen, dass es schneller geht. [...]Wo man den Druck braucht, vielleicht ein Drittel. Bei manchen bis die in die Startlöcher kommen. Viele die kommen, denken naja, so nun lasse ich mir mal ein bißchen Ruhe. So ist manchmal schon die Mentalität. Das merken wir schon. Ich will auch hier kein falsches Bild zeichnen. Unsere Zielsetzung ist schon den

	Menschen zu helfen und zu versuchen sie möglichst schnell zu integrieren. Es ist auch so dass wir Ratsuchende haben, die in diesen Dingen (TM) drin waren, die dann sagen: das hat mir echt was gebracht. Darum geht es ja auch. Es soll nicht nur ein Druckmittel sein.“	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .75
Fordernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Bestandsarbeit durch 55/03 im zeitüblichen Rahmen</p> <p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 2: „55/03 spielte große Rolle, Richtung monatliche Kontaktdichte, die von vorne herein nie zu erreichen ist. Trotzdem haben wir es geschafft, auf zwei Monate zu kommen. Wobei ich sage, mittlerweile sind wir bei drei Monaten. Zwei Monate wurden erreicht, dann haben wir massive Bestandsarbeiten gemacht...“ „Wir hatten letztes Jahr, nach unserem Amtskonzept, unheimliche Bestandsarbeiten gemacht. Monatliche Kontaktdichte von zwei Monaten haben wir angestrebt und auch erreicht. Dann hatten wir für die Bearbeitung des Bestandes ein unheimliches Angebot an Trainingsmaßnahmen. Im Prinzip fördern und fordern. Viele Personen haben ein Angebot bekommen. Dann kamen Angebote, wir mussten Maßnahmen einrichten, die mussten betreut werden. Bestandsarbeit für diese Trainingsmaßnahmen mussten gemacht werden. Krankmeldung, Verfügbarkeitsprüfung. Sperrzeitprüfungen. Das sind alles Arbeiten, die neben den Erstgesprächen laufen aber trotzdem einen sehr hohen Stellenwert hatten. Diese Bestandsarbeiten, die haben [uns] im vergangenen Jahr von den Arbeitslosenzahlen her ein gutes Ergebnis beschert.“ Interview 1,„Bewerberzentren: So ein Angebot hatten wir flächendeckend. Ich hoffe dass wir es wieder einrichten können. Trainingsmaßnahmen, es waren gute Maßnahmen! Es waren Maßnahmen wo wirklich Träger dahinterstanden mit Vermittlungsauftrag, mit nicht-in-Ruhe lassen. Die haben nur Geld verdient wenn sie erfolgreich waren und auch nicht in Ruhe gelassen haben. Das war sehr erfolgreich. Man hat die Leute hingeschickt und wenn sie nicht konnten, konnten sie eine Woche später. Viele haben sich vorher aus lauter Verzweiflung abgemeldet.“ Interview 3: Wo man den Druck braucht, vielleicht ein Drittel. Bei manchen bis die in die Startlöcher kommen. Viele die kommen, denken naja, so nun lasse ich mir mal ein bißchen Ruhe. So ist manchmal</p>	

	schon die Mentalität. Das merken wir schon. Ich will auch hier kein falsches Bild zeichnen. Unsere Zielsetzung ist schon den Menschen zu helfen und zu versuchen sie möglichst schnell zu integrieren. Es ist auch so dass wir Ratsuchende haben, die in diesen Dingen (TM) drin waren, die dann sagen: das hat mir echt was gebracht. Darum geht es ja auch. Es soll nicht nur ein Druckmittel sein.“	
	Crisp -Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: .75

Arbeitgeber-Orientierung	<p>Deskriptive Merkmale: AG-Geschäft strategisch entscheidende Relevanz für Geschäftsleitung Sichtbares Arbeitgeberzentrum als zentrale telefonische Anlaufstelle SteA-Vermittler als Standard, außerdem ‚Betriebskümmerer‘:</p>
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen:</p> <p>Interview 1: „Strategie ist - wir müssen uns nach dem knappen Gut richten. Das knappe Gut ist die Arbeit und die Arbeitsstellen. Wer hat die Arbeitsstelle, das sind die Arbeitgeber. Es hat keinen Sinn, das ist ganz plakativ, so primitiv so simpel, das sage ich - das knappe Gut steht bei mir im Vordergrund und es gilt dieses knappe Gut. Ich weiß da sind wir noch nicht überall drin. Es gibt mehr, aber wir können es nicht beackern, weil wir es nicht kennen. Wir können das knappe Gut nur gut beackern und können dann auch Integrationen haben, wenn wir uns in die Richtung des Knappe Gutes begeben – arbeitgeberorientiert“</p> <p>„Der Schwerpunkt ist immer, wir haben denen nichts anzubieten wenn wir keine offenen Stellen haben. Und die ist Strategie. Integration ist jetzt noch stärker nachdem die Grundlinie Qualifizierung. Es gab eine Zeit da war Qualifizierung fast Selbstzweck. Es stand auch im Gesetz mal etwas anders drin. Wenn man mit den Arbeitslosen arbeiten will muss man denen ein Angebot machen. Dieses Angebot das wir ihnen machen, das müssen wir uns erarbeiten und das können wir nur bei Arbeitgebern erarbeiten. Deshalb haben wir ein Arbeitgeberzentrum immer für zentrale Auftragsentgegennahme erarbeitet, immer anrufen, immer Kontakt, immer schnell, habe das auch hier in der zentrale Auftragsentgegennahme angetroffen. War entsetzt dass das Arbeitsamt 2000 die gekänzelt hat. Es war Unsinn. Wir haben es fast schwarz weiterbetrieben und dann haben wir hier das Arbeitgeberzentrum eingerichtet. Mit dem Wort Arbeitgeberzentrum wo auch jeden Tag die Mitarbeiter sehen - Arbeitgeberzentrum. Aber sehr wohl in der Kenntnis das Arbeitgeber, sich rein körperlich, selten ins Arbeitsamt verirren. [...] Das Arbeitgeberzentrum ist im Grunde genommen der Bereich der insbesondere telefonisch agiert, der aufnimmt, reagiert der ins Haus hineinwirft“</p> <p>„Arbeitgeberbetreuung ist die nächste Sache. Wir haben ein zweites System eingeführt, dass wir jetzt perfektionieren. Wir haben uns angeschaut wir haben 13.000 Arbeitgeber, etwa 2.200 Arbeitgeber ab 10 und mehr Beschäftigte. Diese 2.200 sind verteilt auf die Mitarbeiter. Das ist unser Betriebs-Betreuer-System. Wir haben gesagt, wenn sich niemand drum kümmert, wie wir bei unserer ganzen Arbeit sagen, alles was wir an Projekten geben machen wir immer an einer Person fest. Der muss sich drum kümmern. Wenn es nicht klappt wird der dann auch zur Verantwortung gezogen. Er ist verantwortlich, auch den andern gegenüber verantwortlich. Die Leute haben dann auch ein schlechtes Gewissen auch dem</p>

	<p>gegenüber. Sie sehen ja alle haben irgendwie ein Verantwortungsgebiet. Genau so ist es auch hier im Betriebs-Betreuer- oder Betriebs-Kümmerer-System. Ich habe auch welche, es ist transparent, die Leute können schauen hat der Chef was gemacht, was er dort, was hat er rein geschrieben. Das ist das System was diesen persönlichen Kontakt bringen soll. Über Call-Center bekomme ich keinen persönlichen Kontakt. Dummes Zeug. Wenn ich mich mit Arbeitgebern übers Vermitteln unterhalte, sagen die Leute: wir wissen das wir von euch nicht immer die passenden Leute bekommen, das akzeptieren wir ja! Das wir von euch nicht immer die passenden bekommen. Nehmt uns doch erst! Nehmt uns für voll!“</p> <p>Interview 2: Betriebskümmerer: „Sache, die funktioniert noch nicht so wie sie sein soll““ wir haben bei uns den SteA-Vermittler, der macht bei uns überwiegend die Kontakte. Die anderen Kontakte die zu Betrieben bestehen, die sind aus dem täglichen Geschäft. Das ist eine Sache, wo ich sagen muss, auch weil wir in den letzten Jahren viel Wechsel hatten, da müssen wir wieder neu rangehen und sagen wer kümmert sich um welchen Betrieb. Das ist eine Sache, die wir uns in den nächsten Monaten wieder auf die Fahne geschrieben haben. Überwiegend haben wir einen SteA-Vermittler, der die Kontakte auch hält. Wir haben gute Kontakte, dass wird uns immer wieder bestätigt, wo man auch zufriedene Rückmeldungen von Betrieben bekommt.“</p>	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .75
Sekundärmerkmale; sonstiges		

AA 4

Fördernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: ABM-Geschäft früher sehr stark FbW weg von Umschulungen und allg. Verkürzung der Maßnahmen, Kosteneindämmung</p>	
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 1: „Wir nutzen alle Instrumente, die wir haben. Es gibt hier diese Bilanzierung seitens der Zentrale. Bei uns wäre die Arbeitslosigkeit um etwas über 3000 höher, wenn wir die Instrumente nicht spielen würden. D.h., alles, Eingliederungszuschüsse, Kurzarbeit im Beruf der beruflichen Reha, Instrumente wie Überbrückungsgeld, Ich-AG,“ „Eine Möglichkeit ist, Arbeitslosigkeit zu beenden, indem ich den teilweise sehr dornenreichen Weg in die Selbständigkeit gehe, unter Gewährung von Überbrückungsgeld oder über die Ich-AG. Das Instrument wird sehr, sehr intensiv gespielt.“ „Die Trainingsmaßnahmen werden bei uns sehr stark forciert, [...]Das Instrument läuft gut, also Trainingsmaßnahme quasi als Testphase. Da legen wir unser Schwergewicht auf betriebliche Trainingsmaßnahmen, weniger auf außerbetriebliche bei einem Träger, denn da ist man bisschen weit weg vom Markt.“ „Wir spielen sehr intensiv das Instrument der Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaften. Das sind meist Betriebe, die in Insolvenz geraten sind und Abteilungen schließen müssen.“ „Bei EGZ können Sie abstellen auf Zielgruppen, und das ist auch ein Geschäft des Aushandelns mit dem Arbeitgeber. Man muss aufpassen, dass man nicht sagt, jede Vermittlung muss verzuckert werden mit Eingliederungszuschüssen. Das kann nicht sein. Aber man ist sehr schnell dabei, so was zu machen. Das können und wollen wir nicht, sondern bei den Zielgruppen des Arbeitsmarktes, Schwerbehinderte, Langzeitarbeitslose, und da differenziert, Ungelernte und so weiter, da muss man versuchen, entsprechend zu bezuschussen. Aber bei Leuten, die eine Qualifikation haben, auf dem aktuellsten Bildungsstand befindlich sind, da ist es nicht notwendig. Es besteht die Gefahr, dass die Arbeitgeber sich letztendlich sehr schnell alles versüßen lassen.“ Interview 2: -</p>	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung .5

Fordernde Aktivierung	Deskriptive Merkmale: Umsetzung von 55/03 gemäß dem zeitaktuellen Trend, viele Sperrzeiten hoher Umsetzungsdruck von RD	
	Kodierrelevante Interviewpassagen: „Wir müssen die Instrumente von Hartz III spielen, d.h. Prinzip Fordern und Fördern. Wir verlangen natürlich von den sich arbeitslos Meldenden Eigeninitiative, und den Nachweis, was sie selbst tun, um Arbeit zu finden, Klinken putzen. Vermittler verlangen im Schnitt drei bis vier Nachweise, das muss dokumentiert werden, wo sind sie vorstellig geworden.“ „Wenn wir wirklich Leuten Vorschläge unterbreiten können, werden natürlich sehr stringent die Zumutbarkeitskriterien abgefragt, d.h. also auch eingefordert. Die Zahl der Widersprüche, das ist das Ergebnis, ist um 30 bis 40% gestiegen. Mit der Folge müssen wir leben.“ Interview 3: „in einigen Ämtern oder Agenturen wurde ein extremer Druck aufgebaut, und sind auch fiese Sachen gelaufen, ob das jetzt Eigenbemühungen waren, ob das Urlaubssperren waren und Nachkontrollen der Urlaubssperren und ähnliches, das war bei uns auch so. Obwohl es sicherlich Ämter gab, die da noch viel härter waren, aber bei uns war auch die Vorgabe, alles was an Sanktionen geht, ausschöpfen. Die Vorgabe war schon klar. Und dass wir dann wirklich gesagt haben, okay, wir hören den nicht mehr an, wenn der sich nicht vorgestellt hat, geht es in die Sperrzeit, dann wird vielleicht der Widerspruch überprüft, aber letztendlich haben wir haben wir schon mal eingespart, ja?“ „Der Druck kam in dem Sinne, dass man gesagt hat, okay, wir liegen da nicht im Soll, da müssen wir noch mehr machen. Aber es wurde nie konkret gesagt, ihr müsst jetzt bis zum nächsten Mal 20% mehr Sperrzeiten geben, dass sie die Arbeit nicht aufgenommen haben, 20% mehr wegen fehlender Eigenbemühungen, et cetera. Solche Auflagen gab es hier nicht.“	
	Crisp -Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .75

Arbeitgeber- Orientierung	<p>Deskriptive Merkmale: schwache personelle Ausstattung mit Arbeitgebervermittlern Ausbau von qualitativ hochwertigen Außendiensten erwünscht, aber noch wenig umgesetzt</p>	
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 1: „wir müssen natürlich auch versuchen, an die vielleicht latent vorhandenen Arbeitsplätze ran zu kommen, das heißt, die Außendienstaktivitäten sind zu forcieren“ „Wir dürfen ja kein Arbeitgeberserviceteam einrichten, das ist nicht zulässig bei uns, aber wir haben bestimmte Mitarbeiter, die arbeitgeberorientiert vorgehen“ „durch diesen enormen Zulauf der Arbeitsuchenden in den letzten zwei Jahren, ist man hier vor Ort im Publikumsgeschäft so stark involviert, dass man nicht den zeitlichen Freiraum hat, um auch in der Außenwirkung entsprechend tätig zu sein, in die Betriebe zu gehen, auch vor allem die kleinen Betriebe aufzusuchen. [...] Das ist ein Mengenproblem, da müssen wir raus. Die Akzente müssen wir setzen, und das können wir nur setzen, indem wir eben, und das ist meine persönliche Überzeugung, vermehrt arbeitgeberorientierte Vermittler einsetzen, die fast nur permanent im Außendienst sind.“ „...ich bin der Auffassung, dass unser Einschaltungsgrad besser wäre, wenn wir mehr vor Ort wären. Das gebe ich Ihnen unumwunden zu, da brauche ich gar nichts unter den Tisch fallen zu lassen, das ist eine Schwachstelle, an der wir arbeiten müssen.“ Interview 2: „Außendienst um des Außendienstes Willen kann nicht sein. Wenn ich rausgehe und sage, grüß Gott, ich bin vom Arbeitsamt, und der Arbeitgeber sagt, ich hab keine Zeit, und dann schreibe ich rauf, Außendienst. Das ist nicht produktiv, da kommt nichts raus. Die Frage ist, wie gut sind die Außendienste vorbereitet, was läuft ab.“</p>	
	Crisp-Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: .5
Sekundär- merkmale; sonstiges	<p>„Zeitarbeitsfirmen bei uns auch ein wichtiger Auftraggeber hinsichtlich der Erstellung von Vermittlungsaufträgen“ Einkauf und FbW: „Aber man kuckt im Augenblick zu sehr auf die Kostenreduzierung, Kostenminimierung, und weniger auf die Qualität. Und das macht uns ein bisschen Kopfzerbrechen. Das heißt, Kostenminimierung ist das Diktat.“</p>	

AA 5

Fördernde Aktivierung

Deskriptive Merkmale:

Bedarfsorientierte, an der branchenspezifischen Arbeitgebernachfrage ausgerichtete
Qualifizierungsmaßnahmen mit guten Vermittlungserfolgen
Rotation für alle Vermittler für breite Fachlichkeit und Kenntnisse

Kodierrelevante Interviewpassagen:

Interview 2: „auf der einen Seite haben wir Arbeitgeberbedarf, auf der anderen Seite unsere Arbeitslosen, und manchmal lässt sich das nicht eins zu eins decken, dann fehlt Qualifizierung, manchmal sehr spezifische. Und was wir jetzt neu und anders gemacht haben im akademischen und im kaufmännischen Bereich, dass wir kurze, modulare Qualifizierung machen, mit einem Betriebspraktikum, und dass wir so in diesem Dreiklang, Arbeitgeber, du nennst uns den Bedarf, wir haben die Bewerber, und wir können branchenspezifisch qualifizieren, und das alles in kurzen Modulen, im Vierteljahr hast du deinen Menschen passgenau auf deinem Platz, und der hat bei dir auch noch ein Praktikum gemacht im Betrieb. Wir haben die zweite modulare Form jetzt durch, und unsere Vermittlungsquote, von Branche zu Branche unterschiedlich, im Betrieb haben wir mit Abschluss 60% vermittelt. Das heißt, wir haben da ein Marktsegment auch rausgesucht, wo der Arbeitgeber sagt, hier hab ich Bedarf, wir haben unsere Kunden fachgerecht darauf vorbereitet, und die Kunden gehen ab, und nicht nur hier, sondern überregional, bundesweit.“

„Wir können unseren Kunden eigentlich nur sagen, du kannst eine Arbeit bekommen, wenn du mobil bist. Das heißt, wenn du schaust, was ist in München, in Frankfurt, in Hamburg los. Dieses Schauen ist das eine, aber du musst die Barrieren der Kunden überwinden, sich auch damit auseinandersetzen, was heißt das, meine Freunde, mein Umfeld, das ist ja alles nicht so einfach. Aber darauf pochen wir und bringen wir Kunden, und wenn wir es selbst von den Zeitressourcen nicht schaffen, bedienen wir uns da auch eines Dritten, und der macht dann mit uns Expressvermittlung. So nennen wir das auch, das heißt überregionale Vermittlung.“

„60% der Zielgruppe Jugendliche mit abgeschlossener Berufsausbildung, was wir in diese Expressvermittlung gegeben haben, sind vermittelt worden. Wobei wir da gesagt haben, uns ist egal, ob örtlicher oder überregionaler Arbeitsmarkt. Aber 60% des Klientels war anschließend in Beschäftigung.“

Interview 3: „schwerpunktmäßig gucken wir auch heute danach, dass wir möglichst, wenn wir verschiedene

	<p>Bewerber haben, die für eine Maßnahme in Frage kommen, dann haben eindeutig erstmal die Vorrang, die auch im Leistungsbezug stehen. Aber [unsere Agentur] findet da einen guten Mittelweg. Es gibt auch Ämter, wo es dann hieß, also für Nicht-Leistungsempfänger tun wir gar nichts mehr. Und wenn man es gut begründet, dann kann man auch hier, und das zeigen auch unsere Zahlen und die Bildungsgutscheine, die wir aushändigen, dass da auch immer noch Nicht-Leistungsbezieher dabei sind. Und wenn es Sinn macht, und wir auch wirklich sehen, da ist in absehbarer Zeit eine Eingliederung zu erreichen, dann machen wir das auch.“</p>	
	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .5
<p>Fordernde Aktivierung</p>	<p>Deskriptive Merkmale: Stattgabe-Quote der Widersprüche als Indikator für sachgerechtes Vorgehen Umsetzung von Rundbrief 5/03 im üblichen Rahmen, keine ausgesprochene Sanktionsorientierung, pragmatischer Ansatz;</p>	
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 1: „Jetzt kam dieser 55er [...]. Wir haben ja schon seit Jagoda das Schlagwort zielorientiert führen, und weg von der Verfahrenorientierung. Fakt ist, das hat die Bundesagentur, insbesondere die Zentrale, bis heute noch nicht geschafft. Wir werden mit Verfahrenorientiertem überschüttet. [...] Ich habe auch mit meinen Teamleitern immer gesagt, mich interessiert nicht das Verfahren, mich interessiert das Ergebnis. Deswegen haben wir den 55er auf ganz kleiner Flamme gehalten.“ „Darüber hinaus kucke ich mir immer ein paar andere Sachen an, das hängt aber davon ab, wo ich denke, dass ein besonderes Augenmerk erforderlich ist. Das waren mal eine Zeitlang Sperrzeiten, weil wir also grottenschlecht lagen, das heißt also, wir haben das Recht kaum angewendet. [...] infolgedessen ist da im letzten und vorletzten Jahr ein ziemlicher Druck entfaltet worden, indem man so etwas transparent macht und sagt, wieso schafft der eine das und ihr schafft das nicht. [...] das ist im Moment nicht mehr so in meinem Fokus, weil es im Grunde ganz gut gelaufen ist. [...] Sperrzeiten haben auf einer anderen Ebene einen Wert, dass man sagen muss, Recht muss angewendet werden, es kann nicht sein, dass man Leute nicht anfasst, die sich drücken wollen. Man kann auch ein Argument nicht hinnehmen, wir haben nicht genügend Arbeitsplätze. Das stimmt zwar, deswegen geht diese ganze Geschichte mit dem Fordern an eine objektive Grenze, die ich nicht überschreiten kann, das muss man auch sehen, aber es gibt Spielräume, die muss eine Agentur ausnutzen.“</p>	

	<p>Interview 2: „Wir hatten damals solche Ziele wie Bestände reduzieren. Das sieht bei Herrn XY im gewerblichen Bereich völlig anders aus, wie du Bestände reduzierst, als vergleichbar im kaufmännisch-akademischen Bereich. Die Bestände kannst du reduzieren, indem du vermittelst, ich kann Bestände reduzieren, indem ich das Ganze rechtweisen lasse. Das Recht der Zumutbarkeit, das Recht der Teilzeiteinschränkung, indem ich das Recht so auslege, wie es ist, das heißt, stringent auslegen. Und eine Frau, die nach Erziehungsurlaub kommt und mir sagt, ich kann ganze Tage arbeiten, indem ich das gleich mit einem Arbeitsversuch teste, ob das wirklich so ist oder nur verbal. Das kann ich tun. Ich kann auch Kunden positiv belagern, enge Kontakte halten. Bis die zum Schluss sagen, so ernst hab ich das eigentlich nicht gemeint, ich ziehe mich zurück. So haben wir unsere Projektarbeitsvermittler, angesetzt. Wir haben aus unseren Teams Schwerpunkte gebildet, Langzeitarbeitslose, Frauen, Jugendliche...“</p> <p>„Wir haben geschaut, welche Elemente von 55 sollen bearbeitet werden. Wir haben Suchläufe gemacht und diese Daten kontinuierlich bearbeitet und bereinigt. Kontaktaufnahme länger als drei Monate her, BeWa raus, Frauen, die sich nicht zur Verfügung stellen mussten und Kinder unter zehn Jahren, [...] Und damit sind wir sehr stringent umgegangen in der Auslegung und in der reinen Abarbeitung.“</p> <p>„wir können uns aus vielen Dingen ein Bild machen, und können zumindest hinterfragen, warum ist das so, erklär mir mal, dass du deinen Anteil an VVs, an Leistungsempfängern 70% hast, und an Sperrzeiten 0 und an Integration die Hälfte. Da passt was nicht, warum ist das so. Da könnte man sagen, der macht einfach nur VVs Postwurfsendungen, also keine Zielgerichteten, das ist natürlich Mist, so was bringt gar nichts. [...] Oder die Anzahl der Sperrzeiten sagt ja auch noch nicht gut/schlecht. Es sagt mir nur, wird das angewandt, wird es umgesetzt und wie. Und wenn ich dann bei den Widersprüchen die Stattgabe-Quote habe, ein Team macht ganz viele Sperrzeiten, hat aber eine Stattgabe-Quote von 50%, da kann ich sehen, da passiert eine Menge Käse. Und ein Team macht die gleichen und hat nur ein Drittel Stattgabe-Quote, dann kann ich sagen, das ist rechtlich qualitativ dann okay. So glaube ich, gehen wir hier vor, dass wir sagen, pass auf, das sind unsere Ziele, an welchen Aktivitäten kann ich was sichtbar machen“</p>	
	Crisp -Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: .25

Arbeitgeber-Orientierung	<p>Deskriptive Merkmale: Frühere Projektvermittlung (AN und AG-AV) sowie jetzige AG-Vermittler in reguläre Vermittlungsteams integriert Fokus stellenorientierte Vermittlung plus Vermittlungsberatung Noch nicht zufrieden mit dem Grad der Arbeitgebernähe</p>
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen: „Ich würde das Stichwort Qualifizierung auch bei der Arbeitgeberorientierung nicht ganz außer Acht lassen. Weil, auf der einen Seite haben wir Arbeitgeberbedarf, auf der anderen Seite unsere Arbeitslosen, und manchmal lässt sich das nicht eins zu eins decken, dann fehlt Qualifizierung, manchmal sehr spezifische. Und was wir jetzt neu und anders gemacht haben im akademischen und im kaufmännischen Bereich, dass wir kurze, modulare Qualifizierung machen, mit einem Betriebspraktikum, und dass wir so in diesem Dreiklang, Arbeitgeber, du nennst uns den Bedarf, wir haben die Bewerber, und wir können branchenspezifisch qualifizieren, und das alles in kurzen Modulen, im Vierteljahr hast du deinen Menschen passgenau auf deinem Platz, und der hat bei dir auch noch ein Praktikum gemacht im Betrieb. Wir haben die zweite modulare Form jetzt durch, und unsere Vermittlungsquote, von Branche zu Branche unterschiedlich, im Betrieb haben wir mit Abschluss 60% vermittelt. Das heißt, wir haben da ein Marktsegment auch rausgesucht, wo der Arbeitgeber sagt, hier hab ich Bedarf, wir haben unsere Kunden fachgerecht darauf vorbereitet, und die Kunden gehen ab, und nicht nur hier, sondern überregional, bundesweit.“ „Das ist im Aufbau, Outplacement. Wir haben im kaufmännischen und akademischen Bereich im Durchschnitt monatlich 750 Zugänge Arbeit suchend, Arbeitslosigkeit, beides. Von diesen 750 habe ich etwa 400, also knapp die Hälfte, vorher aus Erwerbstätigkeit kommend. Das heißt, es sind alles Kunden, die aus der Erwerbstätigkeit kommen, von Arbeitgebern entlassen worden sind. Das heißt, der Arbeitgeber entlässt sie, die kommen zu uns und sind unsere Kunden. Aber der Arbeitgeber, der die freisetzt ist ja genauso unser Kunde. Und unser Gedankenzug bei Outplacement ist, sich aufzustellen als Agentur, als Dienstleister, und zu sagen, Arbeitgeber, du willst jetzt Leute freisetzen, lass mich doch schon mal schauen, ob deine Leute, die du jetzt freisetzen willst, irgendwo auf diesem Markt untergebracht werden können, also dem Arbeitgeber eine Dienstleistung anzubieten bereits, wo er sich Gedanken macht, von wem will ich mich trennen. Wir versprechen uns davon einmal den Vorteil, dass der Kunde gar nicht erst in Arbeitslosigkeit kommt, dann entstehen uns keine Kosten. Der andere Vorteil ist, dass der Arbeitgeber uns frühzeitig an</p>

	<p>seinen Personalgedanken beteiligt, und an seiner Art und Weise, wie er denkt, um Personal freizusetzen und wieder einzustellen. Und dann dabei zu sein, wenn er einstellt, das versprechen wir uns davon. Dieses Feld ist von uns noch nicht beleckt, da sind wir noch ganz in den Anfängen des Denkens.</p> <p>„Was wir noch ergänzend machen, ich sage jetzt mal unter dem Stichpunkt Outplacement-Beratung, wir wollen Arbeitgeber nicht nur helfen, wenn er Personalbedarf hat, sondern wir werden ihn auch unterstützen, wenn er Personal freisetzen muss, um zu signalisieren, Partner während des gesamten Personalrekrutierungsverfahren sein. Was können wir so aufbieten, trotz unseres schlechten oder nicht so guten Image? Wir können sagen, wir sind kostenlos, wir sind zeitnah, wir machen dir noch Vorauswahl, Arbeitgeber, du musst nicht Hunderte von Bewerbungen wieder zurückschicken, die nicht für die Stelle in Betracht kommen. Das heißt, die Vorteilsüberschuss für den Arbeitgeber. [...] Wir versprechen uns davon einmal den Vorteil, dass der Kunde gar nicht erst in Arbeitslosigkeit kommt, dann entstehen uns keine Kosten. Der andere Vorteil ist, dass der Arbeitgeber uns früh an seinen Personalgedanken beteiligt, und an seiner Art und Weise, wie er denkt, um Personal freizusetzen und wieder einzustellen. Und dann dabei zu sein, wenn er einstellt, das versprechen wir uns davon. Dieses Feld ist von uns noch nicht beleckt, da sind wir noch ganz in den Anfängen des Denkens.“</p> <p>„Was uns weniger gut gelingt, ist diese erforderliche Arbeitgebernähe zu kriegen. Die müsste, dürfte noch viel, viel näher sein, und dass uns das Tagesgeschäft oft vereinnahmt, da sind wir weniger gut, wir lassen uns vielleicht zuviel vom Tagesgeschäft vereinnahmen, und sind dann in so einem Trott des Tages drin.“</p>	
Sekundärmerkmale; sonstiges	Crisp-Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: .75

AA 6	
Fördernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Konzentration der Förderung auf Alg-Empfänger</p>
	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 1: „Wir haben die Langzeitarbeitslosigkeit deutlich gesenkt, obwohl sie wieder ansteigt. Wir haben es also mal geschafft, was die Senkung des Bestandes aber auch der Langzeitarbeitslosen, waren wir relativ erfolgreich. Weil wir die 428 und diese ganzen Regeln konsequent angewandt haben. Aber es gibt viele Langzeitarbeitslose, die zu den Rand- oder Zielgruppen, den Problemgruppen gehören, und die Eigenschaften, die sie dazu machen, Schwerbehinderte, Langzeitarbeitslose, ohne Abschluss, kommen mehrfach in einer Person vor, und wenn dann keine neuen Arbeitsplätze entstehen, und die Leute relativ immobil sind, dann bewegen Sie in dem Bereich auch nicht so viel. Und Mobilitätshilfen, das ganze arbeitsmarktliche Szenario, das Sie hier ansetzen können, das bricht das hier nicht auf.“ Ich versuche auch mit ABM hier bestimmte gesellschaftspolitische Entwicklungen anzustoßen; [...]intelligente ABM, wo in ABM etwas entstanden ist, wo neue Arbeitsplätze entstanden sind.“ „in den operativen Zahlen haben wir Nachholbedarf, da müssen wir uns zum Teil neu einstellen, zum Teil ist das durch den Arbeitsmarkt bestimmt, wegen der hohen Kosten der FBW-Geschäftspolitik, die ja sehr stark auf Umschulung gesetzt hat“ Interview 4: „wir haben hier auch Listen hängen, welchen Arbeitslosen wir möglichst fördern sollen, mit welchen Beträgen. Die Geschäftspolitik des Hauses ist allerdings, wir setzen uns so ein bisschen über die Weisungslage hinweg, weil wir unsere Alg-Bezugsdauer ein wenig verringern wollen. Deswegen fördern wir nur Empfänger von Arbeitslosengeld. Das entspricht nicht der gesetzlichen Weisungslage, ist allerdings inoffiziell Geschäftspolitik des Hauses. Wir sollen darauf achten.“</p>
	<p>Crisp-Set Kodierung: 0</p>
Fordernde Aktivierung	<p>Deskriptive Merkmale: Hohe Kontaktdichte, Bestandssenkung als wichtigste Strategie</p>

	<p>Kodierrelevante Interviewpassagen:</p> <p>Interview 1: „immer wenn wir Bestände senken, ist dieses Amt absoluter Spitzenreiter, wir haben eine sehr stringente Geschäftspolitik, das können wir. Ob aber dahinter steht, dass wir die Menschen wieder in Arbeit bringen, das steht auf einem ganz anderen Blatt.“</p> <p>„Verlust von 30.000 Arbeitsplätzen, auf der anderen Seite keine neuen Arbeitsplätze in nennenswertem Umfang. So, wie stellen wir uns Arbeitgeberorientiert auf, das ist ja die Schlussfolgerung, die man daraus zieht. Wir haben im letzten Jahr sehr deutlich gesagt, dass für uns Fördern und Fordern im Mittelpunkt steht. Also, enge Kontaktdichte zu Arbeitslosen, dass die sich auch selbst bewegen. Dadurch haben wir den Arbeitslosenbestand gesenkt. Wir waren Spitzenreiter im letzten Jahr im RD-Bezirk und im Cluster, zu dem wir gehören. Auch in der Senkung der Altbestände. Durch enge Kontaktdichte haben wir also Arbeitslosenzahl gesenkt, und gleichzeitig aber auch Arbeitslose dazu gebracht, sich selbst um Arbeit zu kümmern.“</p> <p>„dass wir hier 30.000 Arbeitsplätze verloren haben und keine neuen Arbeitsplätze entstehen. Und die Ressourcen, die ich habe, Arbeitgeberkontakte, Stellen einwerben, vor dem Hintergrund dieser Entwicklung, äußerst mühsam wäre, ungeachtet, dass wir das uns dort jetzt anders aufstellen. So dass wir gesagt haben, wir fangen erstmal an, Bestände zu bereinigen über enge Kontaktdichte“</p> <p>Interview2: „Dieses Amt hat sehr große Stärken in der Antragsbearbeitung, in der Bestandspflege, in der Bestandsreduzierung, überall da, wo es darum geht, Kosten im Auge zu behalten, was Ausgaben Arbeitslosengeld angeht.“</p> <p>„dass man hier sehr frühzeitig angefangen hat mit Fördern und Fordern, dass da also schon auch drauf Wert gelegt wird, dass also hier die Arbeitslosen ein Stück mitmachen. Die werden nicht so in Ruhe gelassen. Das fällt vielleicht schwerer, als dass man sich als Arbeitsloser auf Arbeitslosengeld ausruht. Das würde ich wirklich sagen, das ist im Vergleich zu anderen eine große Stärke,“</p> <p>I3: „Hier wird auf dem Rücken sozial Schwacher rum gehauen, ich lasse die rumtanzen, etwas anderes ist es nicht, ich lasse die antanzen, und wenn sie nicht da sind, oder das Eintreten-Lassen von Sperrzeiten, so dass mir Kollegen auch aus der Widerspruchsstelle gesagt haben, die dann, zum Vorjahr hundert Prozent mehr an Widersprüchen haben, die nämlich daraus herrühren, und mir dann sagen, da werden Sperrzeiten verhängt, die jeglicher Grundlage entbehren, und dann muss das wieder rückgängig gemacht werden.“</p>	
	Crisp -Set Kodierung: 1	Fuzzy Set Kodierung: 1

Arbeitgeber- Orientierung	Deskriptive Merkmale: Arbeitgeberorientierung gilt als sehr wichtig, weist aber noch Umsetzungsdefizite aus Vorhandene Arbeitgebervermittler in regulären Teams integriert; plus gutes Projektteam	
	Kodierrelevante Interviewpassagen: Interview 1: „Verlust von 30.000 Arbeitsplätzen, auf der anderen Seite keine neuen Arbeitsplätze in nennenswertem Umfang. So, wie stellen wir uns Arbeitgeberorientiert auf, das ist ja die Schlussfolgerung, die man daraus zieht. Wir haben im letzten Jahr sehr deutlich gesagt, dass für uns Fördern und Fordern im Mittelpunkt steht.“ „Die zweite Sache ist vor dem Hintergrund der vereinbarten Ziele, der Integration, der geförderten Integration, der ungeforderten Integration, verstärkt Kontakte mit Arbeitgebern. Und da gibt es noch Defizite, ich sag das ganz offen. Wir haben kein zentrales Arbeitberteam eingerichtet, weil in jeder Geschäftsstelle macht jeder Vermittler alles.“ „Und diese Neuausrichtung, hin zu Fördern und Fordern, konsequent, da müssen Sie schon beides, fördern und fordern, plus Arbeitgeberorientierung, die wir wie gesagt uns schon jetzt neu aufstellen im Hinblick auf Zukunft, dass auch hier was sich bewegt, politisch in der Region was bewegt, in der Ansiedlung von Betrieben.“	
	Crisp-Set Kodierung: 0	Fuzzy Set Kodierung: .25
Sekundär- merkmale; sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> - Controlling: VG will immer unter den „Besten“ sein - Meinungspolarisierung der Vermittler bzgl. der harten Sanktionierungslinie der Geschäftsführung - Regionalentwicklung: „Dritter Problemkreis, den wir im Augenblick nicht lösen können, ist die Frage der Förderung und Qualifizierung. Im Augenblick läuft Förderungspolitik bei uns eher in der Region „nicht klotzen, sondern kleckern“, so mit der Gießkanne. Und ich stelle mir vor, dass das zusammengeführt wird, um in die Schwerpunkte zu investieren. Und dass wir dann auch sehr passgenau qualifizieren, auf diese wichtigen Felder.“ 	

A 7:

Umformung von BA-Geschäftsdaten in Fuzzy-Set-Werte nach BA-Vergleichstypen: Berechnung und Ergebnisse

Die Formel zur Transformation der Rohwerte in rohe Fuzzy-Set-Werte lautet:

$$\text{Fuzzy-Mitgliedschaftswert} = \frac{(\text{individueller Fallwert} - \text{Minimum-Rohwert})}{(\text{Maximum-Rohwert} - \text{Minimum-Rohwert})}$$

Die so ermittelten FS_Rohwerte wurden anschließend kalibriert, d.h. den FS-Werten 0, .25., .5, .75, 1 zugeordnet.

Indikatorenbezeichnung/-notation

	Rohdaten (MW 2000-2004)	Fs-Rohdaten (Zwischenschritt, Formelanwendung)	Kalibrierte FS- Scores nach VT
fördernde Aktivierung	Zielgruppe	fsroh_Zielgruppe	fs_Zielgruppe
Fördernde Aktivierung	Sperrzeiten2	fsroh_Sperrzeiten2	fs_ Sperrzeiten2
AG_Orientierung	TM_betrieb	fsroh_TM_betrieb	fs_TM_betrieb

Die nachfolgende Darstellung der Berechnungen stellen Auszüge aus dem entsprechenden SPSS-Syntaxfile dar.

1. Berechnung der FS-Rohwerte

1.1 Fördernde Aktivierung

```
do if (vt=1).
compute fsroh_Zielgruppe = (mw_Zielgruppe - min_Zielgruppe)/(max_Zielgruppe -
min_Zielgruppe).
else if (vt=2 ).
compute fsroh_Zielgruppe = (mw_Zielgruppe - min_Zielgruppe)/(max_Zielgruppe -
min_Zielgruppe).
else if (vt=3 ).
compute fsroh_Zielgruppe = (mw_Zielgruppe - min_Zielgruppe)/(max_Zielgruppe -
min_Zielgruppe).
else if (vt=4 ).
compute fsroh_Zielgruppe = (mw_Zielgruppe - min_Zielgruppe)/(max_Zielgruppe -
min_Zielgruppe).
else if (vt=5).
compute fsroh_Zielgruppe = (mw_Zielgruppe - min_Zielgruppe)/(max_Zielgruppe -
min_Zielgruppe).
end if.
exe.
```

1.2 Sanktionierende Aktivierung

```
do if (vt =1).
compute fsroh_Sperrzeiten2 = (mw_Sperrzeiten2 - min_Sperrzeiten2)/(max_Sperrzeiten2 -
min_Sperrzeiten2).
else if (vt=2).
compute fsroh_Sperrzeiten2 = (mw_Sperrzeiten2 - min_Sperrzeiten2)/(max_Sperrzeiten2 -
min_Sperrzeiten2).
else if (vt=3).
compute fsroh_Sperrzeiten2 = (mw_Sperrzeiten2 - min_Sperrzeiten2)/(max_Sperrzeiten2 -
min_Sperrzeiten2).
else if (vt=4).
compute fsroh_Sperrzeiten2 = (mw_Sperrzeiten2 - min_Sperrzeiten2)/(max_Sperrzeiten2 -
min_Sperrzeiten2).
else if (vt=5).
compute fsroh_Sperrzeiten2 = (mw_Sperrzeiten2 - min_Sperrzeiten2)/(max_Sperrzeiten2 -
min_Sperrzeiten2).
end if.
exe.
```

1.3 AG-Orientierung

```
do if (vt =1).
compute fsroh_TM_betrieb = (mw_gesamtztm1_betr -
min_gesamtztm1_betr)/(max_gesamtztm1_betr - min_gesamtztm1_betr).
else if (vt=2 and year <2005).
compute fsroh_TM_betrieb = (mw_gesamtztm1_betr -
min_gesamtztm1_betr)/(max_gesamtztm1_betr - min_gesamtztm1_betr).
else if (vt=3 and year <2005).
compute fsroh_TM_betrieb = (mw_gesamtztm1_betr -
min_gesamtztm1_betr)/(max_gesamtztm1_betr - min_gesamtztm1_betr).
else if (vt=4 and year <2005).
compute fsroh_TM_betrieb = (mw_gesamtztm1_betr -
min_gesamtztm1_betr)/(max_gesamtztm1_betr - min_gesamtztm1_betr).
else if (vt=5 and year <2005).
compute fsroh_TM_betrieb = (mw_gesamtztm1_betr -
min_gesamtztm1_betr)/(max_gesamtztm1_betr - min_gesamtztm1_betr).
end if.
exe.
```

2. FS-Kalibrierung aus den FS-Rohdaten

2.1 Fördernde Aktivierung

```
do if (vt =1).
recode fsroh_Zielgruppe (low thru .18=0)(.19 thru .40=.25)(.41 thru .60=.5)(.61 thru
.80=.75)(hi=1) into fs_Zielgruppe.
else if (vt=2 ).
recode fsroh_Zielgruppe (low thru .1=0)(.20 thru .36 =.25)(.38 thru .53=.5)(.55 thru .80=.75)(.81
thru hi=1) into fs_Zielgruppe.
else if (vt=3).
recode fsroh_Zielgruppe (low thru .20=0)(.21 thru .4035=.25)(.404 thru .605=.5)(.61 thru
.92=.75)(.93 thru hi=1) into fs_Zielgruppe.
else if (vt=4 ).
recode fsroh_Zielgruppe (low =0)(.20 thru .37=.25)(.38 thru .46 =.5)(.60 thru .94=.75)(hi=1)
into fs_Zielgruppe.
else if (vt=5 ).
recode fsroh_Zielgruppe (low thru .19=0)(.20 thru .420=.25)(.421 thru .5340=.5)(.5350 thru .70
=.75)(.80 thru hi =1) into fs_Zielgruppe.
end if.
exe.
```

2.2 Fordernde Aktivierung

```
do if (vt =1).
recode fsroh_Sperrzeiten2 (low thru .199=0)(.200 thru .35=.25)(.36 thru .60=.5)(.61 thru
.85=.75)(hi=1) into fs_Sperrzeiten2.
else if (vt=2 ).
recode fsroh_Sperrzeiten2 (low thru .19=0)(.20 thru .31 =.25)(.40 thru .50=.5)(.51 thru
.71=.75)(.80 thru hi=1) into fs_Sperrzeiten2.
else if (vt=3).
recode fsroh_Sperrzeiten2 (low thru .199=0)(.200 thru .405=.25)(.406 thru .54=.5)(.55 thru
.85=.75)(.86 thru hi=1) into fs_Sperrzeiten2.
else if (vt=4 ).
recode fsroh_Sperrzeiten2 (low thru .21=0)(.22 thru .44=.25)(.51 thru .54 =.5)(.55 thru
.86=.75)(hi=1) into fs_Sperrzeiten2.
else if (vt=5 ).
recode fsroh_Sperrzeiten2 (low thru .21=0)(.22 thru .408=.25)(.409 thru .57=.5)(.58 thru .81
=.75)(.82 thru hi =1) into fs_Sperrzeiten2.
end if.
exe.
```

2.3 Arbeitgeberorientierung

```
do if (vt =1).
recode fsroh_TM_betrieb (low thru .17=0)(.18 thru .400=.25)(.410 thru .58=.5)(.64 thru
.85=.75)(1=1) into fs_TM_betrieb.
else if (vt=2 ).
recode fsroh_TM_betrieb (low thru .25=0)(.405 thru .419 =.25)(.42 thru .60=.5)(.61thru
.80=.75)(.81 thru hi=1) into fs_TM_betrieb.
else if (vt=3).
recode fsroh_TM_betrieb (low thru .27=0)(.28 thru .435=.25)(.436 thru .59=.5)(.60 thru
.79=.75)(.80 thru hi=1) into fs_TM_betrieb.
else if (vt=4 ).
recode fsroh_TM_betrieb (low thru .18=0)(.19 thru .28=.25)(.40 thru .59 =.5)(.60 thru
.89=.75)(1=1) into fs_TM_betrieb.
else if (vt=5 ).
recode fsroh_TM_betrieb (low thru .21=0)(.22 thru .40=.25)(.41 thru .585=.5)(.590 thru .90
=.75)(.91 thru hi =1) into fs_TM_betrieb.
end if.
exe.
```

3. Ergebnisse für AA nach VT

Vergleichstyp I:

AA	Zielgruppe			Sperrzeiten			Betr TM		
	Roh- daten	FS-roh	FS-final	Roh- daten	FS- roh	FS- final	Roh- daten	FS-roh	FS- final
31	75,69	0,36	0,25	0,93	0,12	0	0,62	0,40	0,25
32	78,41	0,48	0,5	1,43	0,34	0,25	0,64	0,45	0,5
33	77,07	0,42	0,5	1,54	0,40	0,5	0,50	0,07	0,5
34	75,44	0,35	0,25	1,53	0,39	0,5	0,64	0,46	0,25
35	78,35	0,48	0,5	0,91	0,11	0	0,63	0,41	0,5
36	77,16	0,42	0,5	1,14	0,22	0,25	0,51	0,09	0,5
37	82,18	0,65	0,75	0,68	0,00	0	0,65	0,48	0,75
38	78,68	0,49	0,5	0,77	0,04	0	0,76	0,77	0,5
39	83,24	0,70	0,75	1,11	0,20	0,25	0,62	0,39	0,75
42	75,33	0,34	0,25	2,49	0,83	0,75	0,49	0,04	0,25
43	84,45	0,76	0,75	1,02	0,16	0	0,48	0,00	0,75
44	84,88	0,78	0,75	2,49	0,83	0,75	0,63	0,44	0,75
45	78,87	0,50	0,5	1,72	0,48	0,5	0,53	0,16	0,5
46	78,69	0,49	0,5	1,95	0,58	0,5	0,65	0,49	0,5
47	70,56	0,12	0	1,15	0,22	0,25	0,65	0,49	0
48	77,34	0,43	0,5	0,87	0,09	0	0,58	0,30	0,5
49	73,68	0,27	0,25	1,16	0,22	0,25	0,75	0,76	0,25
70	76,31	0,39	0,25	1,54	0,39	0,5	0,57	0,26	0,25
71	73,94	0,28	0,25	0,69	0,01	0	0,67	0,53	0,25
72	67,86	0,00	0	1,15	0,22	0,25	0,84	1,00	0
73	78,80	0,50	0,5	1,02	0,16	0	0,74	0,73	0,5
75	75,16	0,33	0,25	1,01	0,15	0	0,73	0,70	0,25
76	71,67	0,17	0	1,24	0,26	0,25	0,74	0,72	0
77	75,13	0,33	0,25	0,85	0,08	0	0,68	0,57	0,25
78	80,75	0,59	0,5	1,59	0,42	0,5	0,63	0,43	0,5
79	73,28	0,25	0,25	1,26	0,27	0,25	0,58	0,28	0,25
92	82,87	0,68	0,75	1,09	0,19	0	0,78	0,83	0,75
93	84,41	0,75	0,75	1,61	0,43	0,5	0,71	0,65	0,75
94	89,78	1,00		2,25	0,72	0,75	0,72	0,66	
95	82,68	0,68	0,75	2,86	1,00		0,58	0,29	0,75
96	84,22	0,75	0,75	2,19	0,69	0,75	0,74	0,72	0,75
97	80,76	0,59	0,5	1,39	0,33	0,25	0,74	0,72	0,5
98	80,70	0,59	0,5	1,68	0,46	0,5	0,74	0,72	0,5

Vergleichstyp II

AA	Zielgruppe			Sperrzeiten			Betr. TM		
	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final
74	82,67	1,00	1	0,99	0	0	0,74	1,00	1
123	76,92	0,78	0,75	3,88	0,90	1	0,30	0,16	0
214	69,95	0,52	0,5	4,19	1,00	1	0,67	0,87	1
237	63,18	0,26	0,25	2,47	0,46	0,5	0,56	0,65	0,75
311	66,76	0,40	0,5	2,42	0,45	0,5	0,67	0,86	1
317	65,63	0,35	0,25	1,56	0,18	0	0,55	0,65	0,75
321	61,90	0,21	0,25	1,90	0,29	0,25	0,57	0,67	0,75
333	62,95	0,25	0,25	1,30	0,10	0	0,53	0,59	0,5
341	68,38	0,46	0,5	2,55	0,49	0,5	0,34	0,24	0
343	67,60	0,43	0,5	1,37	0,12	0	0,59	0,71	0,75
345	56,31	0,00	0	1,70	0,22	0,25	0,43	0,41	0,25
347	62,86	0,25	0,25	3,08	0,65	0,75	0,43	0,41	0,25
351	68,34	0,46	0,5	1,52	0,17	0	0,33	0,22	0
357	64,87	0,32	0,25	3,19	0,69	0,75	0,45	0,46	0,5
361	67,60	0,43	0,5	2,68	0,53	0,75	0,50	0,54	0,5
365	69,79	0,51	0,5	3,17	0,68	0,75	0,56	0,65	0,75
371	62,36	0,23	0,25	2,74	0,55	0,75	0,21	0,00	0
375	57,18	0,03	0	2,76	0,55	0,75	0,60	0,73	0,75
385	57,29	0,04	0	2,33	0,42	0,5	0,70	0,92	1
391	67,78	0,44	0,5	2,98	0,62	0,75	0,62	0,78	0,75
555	81,93	0,97	1	1,39	0,13	0	0,55	0,63	0,75

Vergleichstyp III

AA	Zielgruppe			Sperrzeiten			Betr. TM		
	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final
111	74,88	0,71	0,75	3,74	0,64	0,75	0,72	0,78	0,75
115	69,05	0,48	0,5	2,50	0,36	0,25	0,65	0,69	0,75
119	67,12	0,40	0,25	2,96	0,46	0,5	0,50	0,50	0,5
127	80,72	0,95	1	2,25	0,30	0,25	0,59	0,62	0,75
131	73,93	0,68	0,75	1,69	0,17	0	0,62	0,65	0,75
135	68,96	0,48	0,5	2,71	0,40	0,25	0,51	0,52	0,5
139	72,06	0,60	0,5	4,43	0,80	0,75	0,53	0,53	0,5
211	72,86	0,63	0,75	1,97	0,23	0,25	0,39	0,35	0,25
217	68,97	0,48	0,5	1,82	0,20	0	0,46	0,45	0,5
221	68,05	0,44	0,5	2,75	0,41	0,5	0,50	0,50	0,5
224	61,76	0,19	0	1,82	0,20	0	0,52	0,53	0,5
227	63,41	0,25	0,25	3,06	0,48	0,5	0,49	0,48	0,5
231	65,59	0,34	0,25	2,38	0,33	0,25	0,78	0,85	1
234	60,72	0,15	0	1,75	0,18	0	0,62	0,65	0,75
241	67,13	0,40	0,25	2,74	0,41	0,5	0,42	0,40	0,25
244	73,04	0,64	0,75	1,89	0,21	0,25	0,31	0,26	0
247	71,05	0,56	0,5	1,27	0,07	0	0,45	0,43	0,25
251	75,88	0,75	0,75	2,45	0,34	0,25	0,50	0,49	0,5
254	75,39	0,74	0,75	4,16	0,74	0,75	0,60	0,63	0,75
257	69,65	0,50	0,5	5,28	1,00	1	0,53	0,54	0,5
261	79,81	0,91	0,75	2,53	0,36	0,25	0,46	0,45	0,5
264	67,47	0,42	0,5	3,24	0,53	0,5	0,46	0,45	0,5
267	59,64	0,10	0	2,14	0,27	0,25	0,36	0,32	0,25
271	70,61	0,54	0,5	1,63	0,15	0	0,33	0,29	0,25

277	66,66	0,38	0,25	4,58	0,84	0,75	0,56	0,58	0,5
281	75,33	0,73	0,75	2,94	0,46	0,5	0,49	0,48	0,5
313	60,10	0,12	0	1,68	0,16	0	0,69	0,75	0,75
315	58,34	0,05	0	1,90	0,22	0,25	0,65	0,69	0,75
325	61,53	0,18	0	2,16	0,28	0,25	0,67	0,72	0,75
327	68,82	0,47	0,5	1,78	0,19	0	0,68	0,73	0,75
331	57,11	0,00	0	1,41	0,10	0	0,65	0,69	0,75
335	59,06	0,08	0	4,08	0,72	0,75	0,46	0,45	0,5
353	67,31	0,41	0,5	3,05	0,48	0,5	0,69	0,75	0,75
355	60,65	0,14	0	2,51	0,36	0,25	0,49	0,48	0,5
363	73,69	0,67	0,75	1,09	0,03	0	0,49	0,48	0,5
373	72,58	0,62	0,75	2,47	0,35	0,25	0,89	1,00	1
381	74,15	0,69	0,75	1,13	0,04	0	0,11	0,00	0
383	68,14	0,44	0,5	1,37	0,09	0	0,81	0,90	1
387	63,54	0,26	0,25	2,45	0,34	0,25	0,48	0,48	0,5
411	63,36	0,25	0,25	3,87	0,67	0,75	0,55	0,56	0,5
423	72,65	0,62	0,75	2,48	0,35	0,25	0,61	0,65	0,75
427	75,18	0,73	0,75	3,83	0,66	0,75	0,62	0,65	0,75
431	69,59	0,50	0,5	5,27	1,00	1	0,70	0,76	0,75
435	64,47	0,30	0,25	2,56	0,37	0,25	0,61	0,64	0,75
439	68,46	0,46	0,5	1,28	0,07	0	0,65	0,69	0,75
443	73,64	0,66	0,75	3,88	0,67	0,75	0,36	0,32	0,25
447	62,47	0,22	0,25	3,12	0,50	0,5	0,48	0,48	0,5
455	66,32	0,37	0,25	2,17	0,28	0,25	0,52	0,52	0,5
511	81,98	1,00	1	1,75	0,18	0	0,67	0,72	0,75
515	70,21	0,53	0,5	1,87	0,21	0,25	0,44	0,43	0,25
523	63,59	0,26	0,25	2,23	0,29	0,25	0,40	0,37	0,25
531	67,44	0,42	0,5	2,93	0,46	0,5	0,57	0,58	0,5
539	67,21	0,41	0,5	1,77	0,18	0	0,59	0,62	0,75
543	79,56	0,90	0,75	2,87	0,44	0,5	0,55	0,56	0,5
547	69,59	0,50	0,5	1,36	0,09	0	0,75	0,82	1
551	72,49	0,62	0,75	0,97	0,00	0	0,45	0,43	0,25
559	67,20	0,41	0,5	4,49	0,82	0,75	0,56	0,57	0,5
563	76,92	0,80	0,75	2,54	0,36	0,25	0,44	0,42	0,25
719	77,03	0,80	0,75	4,50	0,82	0,75	0,45	0,44	0,5
723	69,84	0,51	0,5	2,40	0,33	0,25	0,50	0,49	0,5
727	77,64	0,83	0,75	2,85	0,44	0,5	0,60	0,63	0,75
731	66,18	0,36	0,25	2,39	0,33	0,25	0,47	0,46	0,5
747	66,32	0,37	0,25	3,90	0,68	0,75	0,55	0,57	0,5

Vergleichstyp IV

AA	Zielgruppe			Sperrzeiten			Betr. TM		
	Roh- daten	FS- roh	FS- final	Roh- daten	FS- roh	FS- final	Roh- daten	FS- roh	FS- final
323	69,04	0,35	0,25	1,64	0	0	0,61	0,80	0,75
337	64,63	0,00	0	5,16	0,85	0,75	0,63	0,87	0,75
367	68,36	0,29	0,25	2,78	0,28	0,25	0,56	0,64	0,75
419	73,71	0,71	0,75	4,07	0,59	0,75	0,44	0,20	0,25
451	75,61	0,86	0,75	3,39	0,43	0,25	0,56	0,62	0,75
459	75,09	0,82	0,75	3,30	0,40	0,25	0,38	0,00	0
644	69,93	0,42	0,5	5,76	1,00	1	0,45	0,26	0,25
677	76,45	0,93	0,75	3,82	0,53	0,5	0,41	0,11	0
735	77,37	1,00	1	4,04	0,58	0,75	0,40	0,08	0
843	70,19	0,44	0,5	2,46	0,20	0	0,66	1,00	1

Vergleichstyp V

AA	Zielgruppe			Sperrzeiten			Betr. TM		
	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final	Roh-daten	FS-roh	FS-final
274	74,31	0,433	0,5	2,65	0,28	0,25	0,26	0,15	0
377	62,54	0,000	0	2,60	0,27	0,25	0,52	0,60	0,75
415	67,84	0,195	.	1,94	0,18	0	0,46	0,49	0,5
519	70,66	0,298	0,25	3,30	0,37	0,25	0,57	0,68	0,75
527	75,04	0,459	0,5	2,71	0,29	0,25	0,35	0,30	0,25
535	75,79	0,487	0,5	3,05	0,34	0,25	0,45	0,47	0,5
611	73,38	0,398	0,25	5,15	0,64	0,75	0,26	0,15	0
614	77,26	0,541	0,75	1,55	0,12	0	0,53	0,62	0,75
617	78,26	0,578	0,75	4,06	0,48	0,5	0,36	0,33	0,25
621	72,79	0,377	0,25	7,59	1,00	1	0,37	0,35	0,25
624	74,09	0,424	0,5	4,00	0,48	0,5	0,54	0,63	0,75
627	87,46	0,916	1	4,48	0,55	0,5	0,75	0,99	1
631	72,62	0,371	0,25	2,79	0,30	0,25	0,17	0,00	0
634	74,20	0,429	0,5	3,43	0,39	0,25	0,45	0,48	0,5
637	80,19	0,649	0,75	3,93	0,47	0,5	0,44	0,46	0,5
641	76,17	0,501	0,5	7,15	0,94	1	0,36	0,33	0,25
647	71,37	0,325	0,25	2,09	0,20	0	0,39	0,38	0,25
651	86,23	0,871	1	3,38	0,39	0,25	0,37	0,34	0,25
654	67,99	0,200	0,25	4,46	0,54	0,5	0,54	0,64	0,75
657	75,46	0,475	0,5	4,79	0,59	0,75	0,65	0,82	0,75
661	78,27	0,578	0,75	4,98	0,62	0,75	0,65	0,83	0,75
664	80,27	0,652	0,75	7,05	0,92	1	0,57	0,68	0,75
667	72,51	0,366	0,25	4,29	0,52	0,5	0,74	0,97	1
671	78,79	0,597	0,75	6,14	0,79	0,75	0,46	0,49	0,5
674	75,63	0,481	0,5	3,35	0,38	0,25	0,52	0,59	0,75
681	76,77	0,523	0,5	2,58	0,27	0,25	0,75	1,00	1
684	69,14	0,243	0,25	3,01	0,33	0,25	0,69	0,89	0,75
687	73,83	0,415	0,25	4,08	0,49	0,5	0,66	0,83	0,75
711	76,04	0,496	0,5	4,94	0,61	0,75	0,67	0,85	0,75
715	75,96	0,493	0,5	3,40	0,39	0,25	0,39	0,38	0,25
739	70,38	0,288	0,25	2,99	0,33	0,25	0,27	0,16	0
743	73,42	0,400	0,25	3,15	0,35	0,25	0,39	0,37	0,25
751	70,13	0,279	0,25	3,90	0,46	0,5	0,51	0,58	0,5
755	67,72	0,190	.	3,61	0,42	0,5	0,58	0,70	0,75
759	66,46	0,144	0	5,45	0,69	0,75	0,61	0,76	0,75
811	68,51	0,219	0,25	3,49	0,40	0,25	0,59	0,73	0,75
815	79,71	0,631	0,75	3,97	0,47	0,5	0,56	0,66	0,75
819	79,99	0,641	0,75	4,98	0,62	0,75	0,66	0,84	0,75
823	71,78	0,340	0,25	0,73	0,00	0	0,46	0,50	0,5
827	74,77	0,450	0,5	3,23	0,36	0,25	0,57	0,68	0,75
831	69,06	0,240	0,25	3,01	0,33	0,25	0,51	0,58	0,5
835	75,06	0,460	0,5	3,37	0,38	0,25	0,50	0,56	0,5
839	62,89	0,013	0	3,93	0,47	0,5	0,36	0,33	0,25
847	77,24	0,540	0,75	5,29	0,66	0,75	0,29	0,20	0
851	66,71	0,153	0	3,02	0,33	0,25	0,45	0,47	0,5
855	66,94	0,161	0	3,52	0,41	0,25	0,46	0,49	0,5
859	89,75	1,000	1	3,42	0,39	0,25	0,52	0,59	0,75
863	78,51	0,587	0,75	5,88	0,75	0,75	0,53	0,61	0,75

A 8:

Berechnungsmethoden für Fuzzy-Set-Kalibrierungen auf Basis von Daten der schriftlichen Agenturbefragung

1. Fördernde Aktivierung

Für die typologische Dimension der fördernden Aktivierung war die Datenbasis der schriftlichen Befragung im Vergleich zu den zwei anderen primären Untersuchungsdimensionen am wenigsten geeignet, da hierzu keine direkten Fragen oder Messungen erfolgten. Für die Dimension fördernde Aktivierung und Zielgruppenorientierung wurden die Bedeutung der Bedarfe von Arbeitnehmerkunden und der besonders förderungsbedürftigen Personengruppen für die geschäftspolitische Ausrichtung der Agentur als Proxy-Indikator herangezogen. Diese zwei Rohindikatoren wurden sodann nach folgendem Muster rekodiert, um die Fuzzy-Set-Scores für das Fuzzy Set *fs_Foerdern1* zu definieren:

Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2005; fördernde Aktivierung

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	<ul style="list-style-type: none">Wenn (f101_1d =4 und (f101_1c=4 oder f101_1c=3)), dann fs_Foerdern1=1.
Eher drin (.75)	<ul style="list-style-type: none">Wenn (f101_1d =3 und f101_1c=4), dann fs_Foerdern1=.75.
Weder drin noch draußen (.5)	<ul style="list-style-type: none">Wenn (f101_1d =3 und (f101_1c=3 oder f101_1c=2 oder f101_1c=1)), dann fs_Foerdern1=.5.
Eher draußen (.25)	<ul style="list-style-type: none">Wenn (f101_1d =2 und (f101_1c=4 oder f101_1c=3 oder f101_1c=2 oder f101_1c=1)), dann fs_Foerdern1=.25.
Draußen (0)	<ul style="list-style-type: none">Wenn (f101_1d =1 und (f101_1c=4 oder f101_1c=3 oder f101_1c=2 oder f101_1c=1)), dann fs_Foerdern1=0.
Quelle Rohdaten: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2005 (f101) Dabei ist f101_1c die Bedeutung der Bedarfe von Arbeitnehmerkunden, f101_1d die Bedeutung der besonders förderungsbedürftigen Personengruppen für die geschäftspolitische Ausrichtung der Agentur. Wertelabels 1, 2,3,4 = keine Bedeutung, kaum Bedeutung, eher Bedeutung, große Bedeutung. FS-Kalibrierung HS.	

2. Arbeitgeberorientierte Vermittlung

Für die Merkmalsdimension Arbeitgeberausrichtung der Vermittlung wurde aus der schriftlichen Agenturbefragung die Zufriedenheit der Arbeitsagenturen mit der arbeitgeberorientierten Vermittlung für die sechs Kernitems Bestandspflege, Neukundengewinnung, Stellenakquise, Matching/ Vermittlungsvorschläge, Krisenintervention und Einschaltung der Agentur bei Neuansiedlungen herangezogen, um die Fuzzy-Set-Scores für das Fuzzy Set *fs_AG-Zufrieden4* zu definieren. Da sich die Antwortmuster der Befragungswellen 2005 und 2006 nicht dramatisch unterscheiden, wurde nur Befragungswelle 2006 für die Indikatorenbildung berücksichtigt.

Konstruiert wird im engen Sinne das Fuzzy Set der Arbeitsagenturen mit hoher Zufriedenheit mit der arbeitgeberorientierten Vermittlung. Dieses Konzept wird hier etwas gedehnt (*concept stretching*) und so interpretiert, dass die

Zufriedenheit von der örtlichen Umsetzungsintensität und dem Engagement in der arbeitgeberorientierten Vermittlung bedingt wird. So verstanden, wird demnach das Set der stark arbeitgeberorientierten Agenturen abgebildet. Je zufriedener die Agentur also mit diesem Bereich, desto mehr wird tendenziell dafür getan, lautet die Annahme. Diese ist natürlich durchaus anfechtbar, da eine Arbeitsagentur mit den Umsetzungserfolgen relativ unzufrieden sein kann trotz vieler Bemühungen. Sie kann theoretisch sogar besonders starkes Engagement bei der Stärkung des Bereichs zeigen und gerade deshalb mit den Ergebnissen nicht zufrieden sein. Die getroffene Annahme für die Interpretation im Rahmen der Modelldiskussion ist aber gerechtfertigt, solange man sich über den Unschärfbereich dieser Interpretation bewusst bleibt. Darüber hinaus gibt es mit den bereits eingeführten Arbeitgebervermittleranteilen (vgl. 6.2.4.1) eine Art Kontrollindikator für die hier vorgestellte Kennziffer. Die konkrete Operationalisierung für den neuen Indikator *fs_AG-Zufrieden4* ist ziemlich komplex, da er die unterschiedlichen Konfigurationsmöglichkeiten der sechs Einzelitems berücksichtigt:

Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2006; Zufriedenheit mit arbeitgeberorientierter Vermittlung

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	<ul style="list-style-type: none"> - wenn mindestens 4 Items = sehr zufrieden, und 2 Items = zufrieden, - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 3 Items = zufrieden
Eher drin (.75)	<ul style="list-style-type: none"> - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 3 Items = weniger zufrieden, - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 3 Items = weniger zufrieden, - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 2 Items = weniger zufrieden, 1 Item = nicht zufrieden - wenn 4 Items = sehr zufrieden, und 2 Items = nicht zufrieden, - wenn 6 Items = zufrieden, - wenn 5 Items = zufrieden, und 1 Item = sehr zufrieden oder 1 Item = weniger zufrieden - wenn 4 Items = zufrieden, und 2 Items = sehr zufrieden
Weder drin noch draußen (.5)	<ul style="list-style-type: none"> - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 2 Items = nicht zufrieden, 1 Item = weniger zufrieden - wenn 4 Items = weniger zufrieden, und 2 Items = sehr zufrieden, - wenn 4 Items = eher zufrieden, und 2 Items = weniger zufrieden, - wenn 3 Items = eher zufrieden, und 3 Items = weniger zufrieden, - wenn 3 Items = sehr zufrieden, und 2 Items = nicht zufrieden,
Eher draußen (.25)	<ul style="list-style-type: none"> - wenn 1 Item = sehr zufrieden, und 5 Items = weniger zufrieden, - wenn 2 (1) Items = zufrieden, und 4 (5) Items = weniger zufrieden, - wenn 2 Items = sehr zufrieden, und 4 Items = nicht zufrieden, - wenn 4-6 Items = weniger zufrieden, und 0,1, oder 2 Items = nicht zufrieden
Draußen (0)	<ul style="list-style-type: none"> - wenn 3 Items = weniger zufrieden, und 3 Items = nicht zufrieden, - wenn 3 (2, 1) Items = zufrieden, und 3 (4, 5) Items = nicht zufrieden, - wenn 1 Item = sehr zufrieden, und 5 Items = nicht zufrieden, - wenn 2 (1) Items = weniger zufrieden, und 4 (5) Items = nicht zufrieden, - wenn 6 Items = nicht zufrieden
Quelle Rohdaten: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2006 (g216_a bis g216_f); FS-Indikator: <i>fs_AG-Zufrieden4</i> ; Skala (1) bis (4): Gar nicht zufrieden bis sehr zufrieden; FS-Kalibrierung HS	

3. Interorganisationale Kooperationsbeziehungen der Arbeitsagenturen mit Arbeitgebern

In der schriftlichen Agenturbefragung wurden die interorganisationalen Kooperationsbeziehungen der Arbeitsagenturen mit verschiedenen Akteuren in den drei Dimensionen Intensität, Wichtigkeit und Zufriedenheit erfasst. Für die Kooperationsbeziehungen mit Arbeitgebern wurde ebenfalls ein konditionales Kalibrierungsverfahren entwickelt.

Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2005; Kooperationsbeziehungen der AA mit Arbeitgebern, Einzelitems – Intensität

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	– Wenn f106_2b =4 und f106_2f=4, dann fs_KoopAG2a=1.
Eher drin (.75)	– Wenn f106_2b =4 und f106_2f=3, dann fs_KoopAG2a=.75. – Wenn f106_2b = 3 und f106_2f=4, dann fs_KoopAG2a=.75. – Wenn f106_2b =3 und f106_2f =3, dann fs_KoopAG2a=.75.
Weder drin noch draußen (.5)	– Wenn f106_2b =3 und f106_2f =2, dann fs_KoopAG2a=.5. – Wenn f106_2f =3 und f106_2b =2, dann fs_KoopAG2a=.5. – Wenn (f106_2b =1 oder f106_2b = 2)und f106_2f =4, dann fs_KoopAG2a=.5. – Wenn f106_2b =4 und (f106_2f =1 oder f106_2f =2), dann fs_KoopAG2a=.5.
Eher draußen (.25)	– Wenn f106_2b =3 und f106_2f =1, dann fs_KoopAG2a=.25. – Wenn f106_2f =3 und f106_2b =1, dann fs_KoopAG2a=.25. – Wenn f106_2b =2 und f106_2f =2, dann fs_KoopAG2a= .25.
Draußen (0)	– Wenn (f106_2b =1 und (f106_2f =2 oder f106_2f =1), dann fs_KoopAG2a= .0, oder – Wenn f106_2f =1 und (f106_2b =1 oder f106_2b =2), dann fs_KoopAG2a= 0.
Quelle Rohdaten: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2005 (f106_2). Dabei ist f106_2b die Intensität der Kooperation der AA mit Wirtschaftsverbänden und Kammern; f106_2f die Intensität der Kooperation mit Unternehmensvertretern (außerhalb der Verbände), und fs_KoopAG2a das Fuzzy Set der intensiven Arbeitgeberkooperation. Wertelabels 1, 2,3,4 = überhaupt nicht intensiv, eher nicht intensiv, eher intensiv, sehr intensiv. FS-Kalibrierung HS	

**Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2005;
Kooperationsbeziehungen der AA mit Arbeitgebern,
Einzelitems – Wichtigkeit**

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	– Wenn g103_1b =4 und g103_1g=4, dann fs_KoopAG2b=1.
Eher drin (.75)	– Wenn g103_1b =4 und g103_1g =3, dann fs_KoopAG2b=.75. – Wenn g103_1b = 3 und g103_1g =4, dann fs_KoopAG2b=.75. – Wenn g103_1b =3 und g103_1g =3, dann fs_KoopAG2b=.75.
Weder drin noch draußen (.5)	– Wenn g103_1b =3 und g103_1g =2, dann fs_KoopAG2b=.5. – Wenn g103_1g =3 und g103_1b =2, dann fs_KoopAG2b=.5. – Wenn (g103_1b =1 oder g103_1b =2) und g103_1g =4, dann fs_KoopAG2b=.5. – Wenn g103_1b =4 und (g103_1g =1 oder g103_1g=2), dann fs_KoopAG2b=.5.
Eher draußen (.25)	– Wenn g103_1b =3 und g103_1g =1, dann fs_KoopAG2b=.25. – Wenn g103_1g =3 und g103_1b =1, dann fs_KoopAG2b=.25. – Wenn g103_1b =2 und g103_1g =2, dann fs_KoopAG2b= .25.
Draußen (0)	– Wenn (g103_1b =1 und (g103_1g =2 oder g103_1g =1), dann fs_KoopAG2b= .0, oder – Wenn g103_1g =1 und (g103_1b =1 oder g103_1b =2), dann fs_KoopAG2b= 0.
<p>Quelle Rohdaten: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2006 (g103_1) Dabei ist g103_1b die Wichtigkeit der Kooperation der AA mit Wirtschaftsverbänden und Kammern; g103_1g die Wichtigkeit der Kooperation mit Unternehmensvertretern (außerhalb der Verbände), fs_KoopAG2b das Fuzzy Set der erachteten Wichtigkeit der Arbeitgeberkooperation. Wertelabels 1, 2,3,4 = überhaupt nicht wichtig, eher nicht wichtig, eher wichtig, sehr wichtig.FS-Kalibrierung HS</p>	

**Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2005;
Kooperationsbeziehungen der AA mit Arbeitgebern,
Einzelitems – Zufriedenheit**

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	– Wenn $g103_2b = 4$ und $(g103_2g = 4)$, dann $fs_KoopAG2c = 1$.
Eher drin (.75)	– Wenn $g103_2b = 4$ und $g103_2g = 3$, dann $fs_KoopAG2c = .75$. – Wenn $g103_2b = 3$ und $g103_2g = 4$, dann $fs_KoopAG2c = .75$. – Wenn $g103_2b = 3$ und $g103_2g = 3$, dann $fs_KoopAG2c = .75$.
Weder drin noch draußen (.5)	– Wenn $g103_2b = 3$ und $g103_2g = 2$, dann $fs_KoopAG2c = .5$. – Wenn $g103_2g = 3$ und $g103_2b = 2$, dann $fs_KoopAG2c = .5$. – Wenn $g103_2b = 1$ oder $g103_2b = 2$ und $g103_2g = 4$, dann $fs_KoopAG2c = .5$. – Wenn $g103_2b = 4$ und $g103_2g = 2$ oder $g103_2g = 1$, dann $fs_KoopAG2c = .5$.
Eher draußen (.25)	– Wenn $g103_1b = 3$ und $g103_1g = 1$, dann $fs_KoopAG2c = .25$. – Wenn $g103_1g = 3$ und $g103_1b = 1$, dann $fs_KoopAG2c = .25$. – Wenn $g103_2b = 2$ und $g103_2g = 2$, dann $fs_KoopAG2c = .25$.
Draußen (0)	– Wenn $(g103_2b = 1$ und $(g103_2g = 2$ oder $g103_2g = 1)$), dann $fs_KoopAG2c = .0$, oder – Wenn $g103_2g = 1$ und $(g103_2b = 1$ oder $g103_2b = 2)$, dann $fs_KoopAG2c = 0$.
Quelle Rohdaten: AA-Befragung WZB/infas, Welle 2006 (g103_2) Dabei ist g103_2b die Zufriedenheit der Kooperation der AA mit Wirtschaftsverbänden und Kammern; g103_2g die Zufriedenheit der Kooperation mit Unternehmensvertretern (außerhalb der Verbände), und fs_KoopAG2c das Fuzzy Set der Zufriedenheit mit der Arbeitgeberkooperation. Wertelabels 1, 2,3,4 = überhaupt nicht zufrieden, eher nicht zufrieden, eher zufrieden, sehr zufrieden; FS-Kalibrierung HS.	

Nach der Fuzzy-Set-Kalibrierung für die drei einzelnen Dimensionen Intensität, Wichtigkeit, und Zufriedenheit werden im nächsten Schritt die Kombinationen dieser drei Sets in einem einzigen Fuzzy Set für die Kooperation der Arbeitsagenturen mit den Arbeitgebern integriert.

Konditionale Fuzzy-Set-Kalibrierung von Agenturbefragungsdaten 2005; Kooperationsbeziehungen der AA mit Arbeitgebern, Integration der drei Fuzzy Sets zu Intensität, Wichtigkeit, und Zufriedenheit in einem Fuzzy Set

FS-Score	Zuordnungskriterien
Voll drinnen (1)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn alle drei FS-Items (Intensität, Wichtigkeit, und Zufriedenheit) = 1 - Wenn 2 Items = 1, 1 Item = .75 - Wenn Wichtigkeit und Zufriedenheit = 1, Intensität = .5
Eher drin (.75)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn 3 Items = .75 - Wenn 2 Items = .75, und 1 Item = 1 - Wenn Intensität =.5 und Wichtigkeit = .75 und Zufriedenheit =.75 oder 1 - Wenn Intensität =.75 und Wichtigkeit=.5 und Zufriedenheit =.75 - Wenn Intensität =.50 oder=.25 und Wichtigkeit = 1 und Zufriedenheit =.75 - Wenn Intensität =.75 und Wichtigkeit = 1 und Zufriedenheit =.50) - Wenn Intensität =.25 und Wichtigkeit = 1 und Zufriedenheit =.75 oder 1 - Wenn Intensität =.75 und Wichtigkeit = .25 und Zufriedenheit =1
Weder drin noch draußen (.5)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn Intensität = .75 und Wichtigkeit = .75 und Zufriedenheit < .75. - Wenn Intensität =.75 und Wichtigkeit < .75 und Zufriedenheit = .75. - Wenn Intensität <.75 und Wichtigkeit = .75 und Zufriedenheit = .75. - Wenn Intensität =.5 und Wichtigkeit < .5 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität =.5 oder .25 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit > .5. - Wenn Intensität >.5 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität =.5 und Wichtigkeit >.5 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität =.75 und Wichtigkeit = 1 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität =.25 und Wichtigkeit >= .75 und Zufriedenheit = .50. - Wenn Intensität =0 und Wichtigkeit=.5 und Zufriedenheit = .75. - Wenn Intensität =.25 und Wichtigkeit =0 und Zufriedenheit = .75.
Eher draußen (.25)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn Intensität >= .5 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität >= .5 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität <=.25 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität >= .5 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität >= .5 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität <=.25 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität >= .5 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit = .5. - Wenn Intensität <=.25 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität =.25 und Wichtigkeit =.75 und Zufriedenheit = .5 oder .25. - Wenn Intensität =.25 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit = .75. - Wenn Intensität >= .75 und Wichtigkeit =.25 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität =.5 und Wichtigkeit >= .75 und Zufriedenheit = .25. - Wenn Intensität = .75 oder .5 und Wichtigkeit =.5 und Zufriedenheit = .25.
Draußen (0)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn Intensität <=.25 und Wichtigkeit <= .5 und Zufriedenheit <=.25 - Wenn Intensität <=.25 und Wichtigkeit <= .25 und Zufriedenheit <=.5 - Wenn Intensität <=.5 und Wichtigkeit <= .25 und Zufriedenheit <=.25
Dabei wird Intensität mit fs_KoopAG2a, Wichtigkeit mit fs_KoopAG2b und Zufriedenheit mit fs_KoopAG2c erfasst, vgl. Übersichten 6.8-1, 6.8-2 und 6.8-3.	

4. Kooperation der Arbeitsagenturen mit Organisationen der freien Wohlfahrtspflege und Trägern/Dritten

Für die Kooperation der Arbeitsagenturen mit den Organisationen der freien Wohlfahrtspflege, anderen Bildungs- und Maßnahmeträgern und Dritten wurde für die Kalibrierung von Fuzzy Set Scores analog zur Kooperation mit Arbeitgebern verfahren. Die Konditionalterme sind im Wesentlichen dieselben, weshalb hier lediglich die SPSS-Syntax dokumentiert wird.

Träger-Kooperation - Intensität

```
do if f106_2c =4 and f106_2d=4.
compute fs_KoopDritte2a=1.
else if (f106_2c =4 and f106_2d=3) or (f106_2c = 3 and (f106_2d=4 or f106_2d =3)).
compute fs_KoopDritte2a=.75.
else if (f106_2c =3 and f106_2d =2 ) or (f106_2d =3 and f106_2c =2) or ((f106_2c =1 or f106_2c
=2) and f106_2d =4) or (f106_2c =4 and (f106_2d =1 or f106_2d =2)).
compute fs_KoopDritte2a=.5.
else if (f106_2c =3 and f106_2d =1) or (f106_2c =1 and f106_2d =3) or (f106_2c =2 and
f106_2d =2).
compute fs_KoopDritte2a= .25.
else if (f106_2c =1 and (f106_2d =2 or f106_2d =1)) or (f106_2d =1 and f106_2c =2).
compute fs_KoopDritte2a= 0.
end if.
```

Träger-Kooperation -Wichtigkeit

```
do if g103_1c =4 and g103_1d=4.
compute fs_KoopDritte2b=1.
else if (g103_1c =4 and g103_1d =3) or (g103_1c = 3 and (g103_1d=4 or g103_1d =3)).
compute fs_KoopDritte2b=.75.
else if (g103_1c =3 and g103_1d=2 ) or (g103_1d =3 and g103_1c=2) or ((g103_1c =1 or
g103_1c =2) and g103_1d =4) or (g103_1c =4 and (g103_1d =1 or g103_1d =2)).
compute fs_KoopDritte2b=.5.
else if (g103_1c =3 and g103_1d =1) or (g103_1c =1 and g103_1d=3) or (g103_1c =2 and
g103_1d=2).
compute fs_KoopDritte2b=.25.
else if (g103_1c =1 and (g103_1d =2 or g103_1d=1)) or (g103_1d =1 and g103_1c =2).
compute fs_KoopDritte2b= 0.
end if.
```

Träger-Kooperation - Zufriedenheit

```
do if g103_2c =4 and g103_2d=4.
compute fs_KoopDritte2c=1.
else if (g103_2c =4 and g103_2d =3) or (g103_2c = 3 and (g103_2d=4 or g103_2d =3)).
compute fs_KoopDritte2c=.75.
else if (g103_2c =3 and g103_2d=2 ) or (g103_2d =3 and g103_2c=2) or ((g103_2c =1 or
g103_2c =2) and g103_2d =4) or (g103_2c =4 and (g103_2d =1 or g103_2d =2)).
compute fs_KoopDritte2c=.5.
else if (g103_2c =3 and g103_2d =1) or (g103_2c =1 and g103_2d=3) or (g103_2c =2 and
g103_2d=2).
compute fs_KoopDritte2c= .25.
else if (g103_2c =1 and (g103_2d =2 or g103_2d=1)) or (g103_2d =1 and g103_2c =2).
compute fs_KoopDritte2c= 0.
end if.
```

A 9:

Ergebnisse der Fuzzy-Set-Idealtypen-Analyse (FSITA) auf Basis quantitativer Geschäftsdaten

fs_sum1, 2004

Konfiguration FöA, FoA; AG	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
0000,50	1	,6	,6	,6
0000,75	3	1,7	1,8	2,4
0025,25	2	1,1	1,2	3,6
0025,50	4	2,3	2,4	6,0
0025,75	4	2,3	2,4	8,4
0026,00	1	,6	,6	9,0
0050,25	1	,6	,6	9,6
0051,00	1	,6	,6	10,2
0075,50	1	,6	,6	10,8
0075,75	2	1,1	1,2	12,0
2500,25	1	,6	,6	12,6
2500,50	4	2,3	2,4	15,0
2500,75	3	1,7	1,8	16,8
2525,00	2	1,1	1,2	18,0
2525,25	3	1,7	1,8	19,8
2525,50	4	2,3	2,4	22,2
2525,75	7	4,0	4,2	26,3
2526,00	1	,6	,6	26,9
2550,25	2	1,1	1,2	28,1
2550,50	5	2,9	3,0	31,1
2550,75	3	1,7	1,8	32,9
2551,00	1	,6	,6	33,5
2575,00	3	1,7	1,8	35,3
2575,25	1	,6	,6	35,9
2575,50	4	2,3	2,4	38,3
2600,25	1	,6	,6	38,9
5000,00	1	,6	,6	39,5
5000,25	3	1,7	1,8	41,3
5000,50	2	1,1	1,2	42,5
5000,75	6	3,4	3,6	46,1
5001,00	3	1,7	1,8	47,9
5025,00	2	1,1	1,2	49,1
5025,25	3	1,7	1,8	50,9
5025,50	6	3,4	3,6	54,5
5025,75	4	2,3	2,4	56,9
5026,00	1	,6	,6	57,5
5050,00	3	1,7	1,8	59,3
5050,50	5	2,9	3,0	62,3
5050,75	3	1,7	1,8	64,1
5051,00	1	,6	,6	64,7
5075,50	3	1,7	1,8	66,5
5075,75	4	2,3	2,4	68,9
5100,25	1	,6	,6	69,5

Fortsetzung A 9

Konfiguration FöA, FoA; AG	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
5100,50	1	,6	,6	70,1
5100,75	1	,6	,6	70,7
5101,00	1	,6	,6	71,3
7500,00	2	1,1	1,2	72,5
7500,25	1	,6	,6	73,1
7500,50	2	1,1	1,2	74,3
7500,75	3	1,7	1,8	76,0
7525,00	2	1,1	1,2	77,2
7525,25	3	1,7	1,8	79,0
7525,50	2	1,1	1,2	80,2
7525,75	2	1,1	1,2	81,4
7526,00	1	,6	,6	82,0
7550,00	1	,6	,6	82,6
7550,25	1	,6	,6	83,2
7550,50	3	1,7	1,8	85,0
7550,75	3	1,7	1,8	86,8
7575,00	1	,6	,6	87,4
7575,25	2	1,1	1,2	88,6
7575,50	3	1,7	1,8	90,4
7575,75	7	4,0	4,2	94,6
7600,00	1	,6	,6	95,2
7600,75	1	,6	,6	95,8
10000,75	2	1,1	1,2	97,0
10001,00	1	,6	,6	97,6
10025,25	1	,6	,6	98,2
10025,75	2	1,1	1,2	99,4
10051,00	1	,6	,6	100,0
Gesamt	167	95,4	100,0	
Fehlend System	8	4,6		
Gesamt	175	100,0		

Lesehilfe: Der Konfigurationsterm bildet das Produkt aus fördernder Aktivierung, fordernder Aktivierung und Arbeitgeberorientierung
 $(fs_sum1 = fs_Zielgruppe * 10000 + fs_sperrzeiten2 * 100 + fs_TM\text{-Betrieb})$

A 10:

A 10-1: Ergebnisse der Fuzzy-Set-Idealtypen-Analyse auf Basis der Agenturbefragung, Var1

fs_sum02

Konfiguration FöA, FoA; AG	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 0025,50	1	,7	,7	,7
2525,25	1	,7	,7	1,5
2525,75	1	,7	,7	2,2
2526,00	1	,7	,7	3,0
2550,25	3	2,0	2,2	5,2
2550,50	6	4,0	4,4	9,6
2550,75	10	6,6	7,4	17,0
2551,00	3	2,0	2,2	19,3
2575,50	4	2,6	3,0	22,2
2575,75	7	4,6	5,2	27,4
2576,00	3	2,0	2,2	29,6
2600,50	3	2,0	2,2	31,9
2600,75	7	4,6	5,2	37,0
2601,00	1	,7	,7	37,8
5025,75	1	,7	,7	38,5
5050,25	1	,7	,7	39,3
5050,50	4	2,6	3,0	42,2
5050,75	8	5,3	5,9	48,1
5051,00	1	,7	,7	48,9
5075,25	2	1,3	1,5	50,4
5075,50	4	2,6	3,0	53,3
5075,75	6	4,0	4,4	57,8
5076,00	1	,7	,7	58,5
5100,00	1	,7	,7	59,3
5100,50	1	,7	,7	60,0
5100,75	2	1,3	1,5	61,5
5101,00	1	,7	,7	62,2
7525,00	1	,7	,7	63,0
7525,75	3	2,0	2,2	65,2
7526,00	2	1,3	1,5	66,7
7550,25	2	1,3	1,5	68,1
7550,50	2	1,3	1,5	69,6
7550,75	4	2,6	3,0	72,6
7575,25	2	1,3	1,5	74,1
7575,50	4	2,6	3,0	77,0
7575,75	5	3,3	3,7	80,7
7600,25	2	1,3	1,5	82,2
7600,75	2	1,3	1,5	83,7
10050,25	1	,7	,7	84,4
10050,50	2	1,3	1,5	85,9
10050,75	7	4,6	5,2	91,1
10051,00	1	,7	,7	91,9
10075,50	2	1,3	1,5	93,3

Fortsetzung A 10-1, Var 1

Konfiguration FöA, FoA; AG	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
10075,75	3	2,0	2,2	95,6
10100,50	1	,7	,7	96,3
10100,75	5	3,3	3,7	100,0
Gesamt	135	89,4	100,0	
Fehlend System	16	10,6		
Gesamt	151	100,0		

Lesehilfe: Der Konfigurationsterm bildet das Produkt aus fördernder Aktivierung, fordernder Aktivierung und Arbeitgeberorientierung ($fs_sum2 = fs_Foerdern1 * 10000 + fs_Sperrzeiten3 * 100 + fs_AGZufrieden4$).

A 10-2 Ergebnisse der Fuzzy-Set-Idealtypen-Analyse auf Basis der Agenturbefragung, Var2

fs_sum03

Konfiguration FöA, FoA; AG	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 25,50	1	,7	,8	,8
2525,75	3	2,0	2,3	3,1
2550,50	8	5,3	6,1	9,2
2550,75	9	6,0	6,9	16,0
2551,00	3	2,0	2,3	18,3
2575,50	5	3,3	3,8	22,1
2575,75	9	6,0	6,9	29,0
2600,50	5	3,3	3,8	32,8
2600,75	4	2,6	3,1	35,9
2601,00	1	,7	,8	36,6
5025,75	1	,7	,8	37,4
5050,50	7	4,6	5,3	42,7
5050,75	6	4,0	4,6	47,3
5051,00	1	,7	,8	48,1
5075,50	5	3,3	3,8	51,9
5075,75	6	4,0	4,6	56,5
5076,00	2	1,3	1,5	58,0
5100,50	2	1,3	1,5	59,5
5100,75	3	2,0	2,3	61,8
7525,50	2	1,3	1,5	63,4
7525,75	3	2,0	2,3	65,6
7526,00	1	,7	,8	66,4
7550,50	5	3,3	3,8	70,2
7550,75	3	2,0	2,3	72,5
7575,50	6	4,0	4,6	77,1
7575,75	5	3,3	3,8	80,9
7600,50	3	2,0	2,3	83,2
7600,75	1	,7	,8	84,0
10050,50	4	2,6	3,1	87,0
10050,75	7	4,6	5,3	92,4
10075,50	1	,7	,8	93,1
10075,75	4	2,6	3,1	96,2
10100,75	4	2,6	3,1	99,2
10101,00	1	,7	,8	100,0
Gesamt	131	86,8	100,0	
Fehlend System	20	13,2		
Gesamt	151	100,0		

Lesehilfe: Der Konfigurationsterm bildet das Produkt aus fördernder Aktivierung, fördernder Aktivierung und Arbeitgeberorientierung (fs_sum3 = fs_Foerdern1 *10000 + fs_Sperrzeiten3*100 + fs_AGVermittler4).

A 11:

Vergleich der Anteile der Fuzzy-Set-Indikatoren 2000-04 und 2005/06 (in % der AA)

	Fördernde Aktivierung		Fordernde Aktivierung		Arbeitgeber-Orientierung		
	fs_Zielgruppe	fs_Foerdern1	fs_sperrzeiten2	fs_sperrzeiten3	fs_TM_betrieb	fs_AGZufrieden4	fs_AG_Vermittler4
voll drin	4,1	17,7	4,0	20,0	7,5	9,9	7,5
eher drin	24,7	21,3	19,7	32,4	36,2	51,0	51,0
weder-noch	32,4	23,4	20,2	39,3	29,3	26,5	41,5
eher draußen	27,1	36,2	32,9	8,3	16,1	11,3	0
Voll draußen	11,8	1,4	23,1	0	10,9	1,3	0

Dabei sind die FR-Indikatoren fs_Zielgruppe, fs_sperrzeiten2, und fs_TM_betrieb aus statistischen Geschäftsdaten der BA entwickelt worden (Anhang A 7), fs_Foerdern1, fs_sperrzeiten3 und fs_AGZufrieden4 sowie fs_AG_Vermittler4 basieren auf der schriftlichen Agenturbefragung (Anhang A 8)