

**Vortrag auf der IZA-Fachtagung**  
**„Reformbilanz der aktiven Arbeitsmarktpolitik“**  
**Bonn, 21.-22. März 2007**

**Hugh Mosley, Ph.D. (WZB)**

**„Neuausrichtung der Arbeitsvermittlung“**

**Zusammenfassung:**

Das Kundenzentrum, das neue Organisationsmodell der Arbeitsagenturen, ist eines der Kernstücke der Reform der Bundesagentur für Arbeit. Die Arbeitsabläufe im Kundenzentrum und der seit 2002 verbesserte Betreuungsschlüssel haben grundsätzlich die Rahmenbedingungen verbessert, um hohe Dienstleistungsqualität in Vermittlung und Beratung erreichen zu können. Zu nennen sind die Vorfilterung der Anliegen der Arbeitslosen und Arbeitssuchenden in einem Eingangsbereich und im Servicecenter (Callcenter), wodurch ein beträchtlicher Anteil der Anliegen bereits abschließend bearbeitet wird. Festgelegte Gesprächstermine ermöglichen die unge störte Beratung sowie die Vermeidung langer Wartezeiten. Neu strukturierte Vermittlungsgespräche zielen auf die systematische Ermittlung der Kundenbedürfnisse. In der arbeitgeberorientierten Vermittlung wurden die Personalressourcen erhöht und verbindliche Qualitätsstandards umgesetzt.

Aufgrund der positiven Evaluationsergebnisse wäre die Organisationsform des Kundenzentrums für den SGB-III-Bereich zu verstetigen und zu optimieren. Der Ansatz des Profiling, Dienstleistungen nach Kundenbedarfen zu differenzieren, ist grundsätzlich richtig. Ein zentrales Problem der Kundengruppenzuordnung (Profiling) sind fehlerhafte Zuordnungen. Insbesondere die falsche Einordnung als Betreuungskunde kann individuell schädlich sein und hohe Folgekosten verursachen.

Zu wenig und zu spät werden die „Betreuungskunden“ – rund 30% der Arbeitslose mit den größten Schwierigkeiten am Arbeitsmarkt – gefördert. Dieses Ergebnis wird auch durch eine Wirkungsanalyse zu den Effekten des Kundenzentrums bestätigt.