

Konle-Seidl, Regina; Walwei, Ulrich

Research Report

Arbeitsvermittlung: Mehr Markt belebt auch das Geschehen in Deutschland

IAB-Kurzbericht, No. 4/2002

Provided in Cooperation with:

Institute for Employment Research (IAB)

Suggested Citation: Konle-Seidl, Regina; Walwei, Ulrich (2002) : Arbeitsvermittlung: Mehr Markt belebt auch das Geschehen in Deutschland, IAB-Kurzbericht, No. 4/2002, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), Nürnberg

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/158119>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Ausgabe Nr. 4 / 15.3.2002

In aller Kürze

- Die Koexistenz von öffentlicher und privater Arbeitsvermittlung in Deutschland wird seit 1994 von einem Regelwerk bestimmt, das sich im Großen und Ganzen bewährt hat.
- Private Arbeitsvermittler konnten in dieser Zeit an Boden gewinnen. Ihr Marktanteil ist bis 2000 von 1,2% auf 2,9% gestiegen – mit beträchtlichen Zuwachsraten.
- Die Liberalisierung in den 90er Jahren hat auch beim gewerbsmäßigen Arbeitskräfteverleih eine dynamische Entwicklung begünstigt. Zeitarbeitsagenturen erbringen eine Personaldienstleistung, die de facto oft als Substitut für Arbeitsvermittlung wirkt. Positive Integrationseffekte der Zeitarbeit sind nachweisbar.
- Auch wenn die quantitative Bedeutung der privaten Vermittlung eher gering ist, sind doch die qualitativen Aspekte nicht zu unterschätzen. Die Konkurrenz auf dem Vermittlungsmarkt belebt das Geschehen, gibt Impulse für Veränderungen und bietet zusätzliche Alternativen für die Arbeitsmarktakteure.
- Bei all dem darf jedoch nicht vergessen werden, dass letztlich Betriebe über Einstellungsbedarf und Stellenbesetzungen entscheiden. Vermittlung – ob öffentlich oder privat – kann bestenfalls indirekt Beschäftigung schaffen.

Autor/in

Regina Konle-Seidl
Ulrich Walwei

Arbeitsvermittlung

Mehr Markt belebt auch das Geschehen in Deutschland

Mehr als 60 Jahre fristete die private Arbeitsvermittlung in Deutschland ein Schattendasein. Abgesehen von wenigen Ausnahmen waren insbesondere gewerbsmäßige Formen der privaten Arbeitsvermittlung untersagt. 1994 änderte sich das Bild. Seitdem darf private, auch auf Gewinnerzielung gerichtete Vermittlung von Arbeitsplätzen als selbständige Tätigkeit neben der öffentlichen Arbeitsvermittlung betrieben werden. Das „Vermittlungsmonopol“ der Bundesanstalt für Arbeit wurde abgeschafft. Im Zuge der Deregulierung der Arbeitsvermittlung wurden gesetzliche Restriktionen für die generelle Zulassung privater Vermittlungsdienste beseitigt. Mit der Liberalisierung der Arbeitsvermittlung verband der Gesetzgeber die Erwartung, dass die Ausgleichsvorgänge am Arbeitsmarkt beschleunigt und verbessert werden.

Start unter Aufsicht

Der historische Grund für das öffentliche „Vermittlungsmonopol“ waren die unlauteren Praktiken privater Vermittlungsagenturen in den 20er und 30er Jahren des letzten Jahrhunderts. Bei der Deregulierung im Jahre 1994 stand man vor der Frage, wie man eine Übervorteilung von Arbeitskräften durch Arbeitsvermittler am besten vermeiden könnte. Der Gesetzgeber vertraute dabei nicht allein auf einen marktvermittelten Reputationsmechanismus, also auf die Entstehung eines Ehrenkodex oder Gütesiegels durch den Zusammenschluss von vertrauenswürdigen und qualifizierten Vermittlern in einer Agentur. Man gab vielmehr Marktregulierungen zur Qualitätssicherung den Vorzug. „Künstliche“ Marktzutritts- und -austrittsschranken in Form eines Erlaubnisverfahrens wurden errichtet, die an bestimmte Voraussetzungen für die Erteilung einer Lizenz an private Arbeitsvermittler geknüpft werden (wie persönliche Zuverlässigkeit für die Berufsausübung, geordnete Vermögensverhältnisse, angemessene Geschäftsräume, keine Honorarforderungen

an den Arbeitssuchenden). So sollte das Risiko vermindert werden, dass private Agenturen durch eine bewusst kurzfristig angelegte Tätigkeit unter Schädigung von Marktteilnehmern nicht gerechtfertigte Gewinne erzielen.

Für den Vermittlungsmarkt sind aber Regulierungen nicht nur mit Vorteilen verbunden. Sie können für beträchtliche Verwaltungskosten sorgen und damit für die Agenturen bürokratische Hürden aufbauen. Außerdem können zu hoch geschraubte Standards den Marktzugang unnötig behindern und damit den Wettbewerb erschweren. Möglicherweise würde im stark von Eigenreputation abhängigen Vermittlungsgewerbe bereits eine gesunde Konkurrenz zur Verdrängung von „schwarzen Schafen“ führen. Häufig ist der auf Dauer erzielbare Gewinn für die private Agentur Anreiz genug für eine seriöse Vermittlungstätigkeit.

Nach den bisher vorliegenden Informationen und Einschätzungen hat sich das Regelwerk im Großen und Ganzen bewährt. So sind der Bundesanstalt für Arbeit als aufsichtsführender Behörde nur in verhältnismäßig wenigen Fällen

Verstöße gegen das Verbot bekannt geworden, von Arbeitnehmern Vermittlungsgebühren zu verlangen. Zudem bemühen sich Verbände privater Vermittler um die Einhaltung von Berufsausübungsstandards. Mitunter gehen diese Standards sogar über das hinaus, was in den gesetzlichen Regelungen festgelegt ist.

Wachsende Reputation

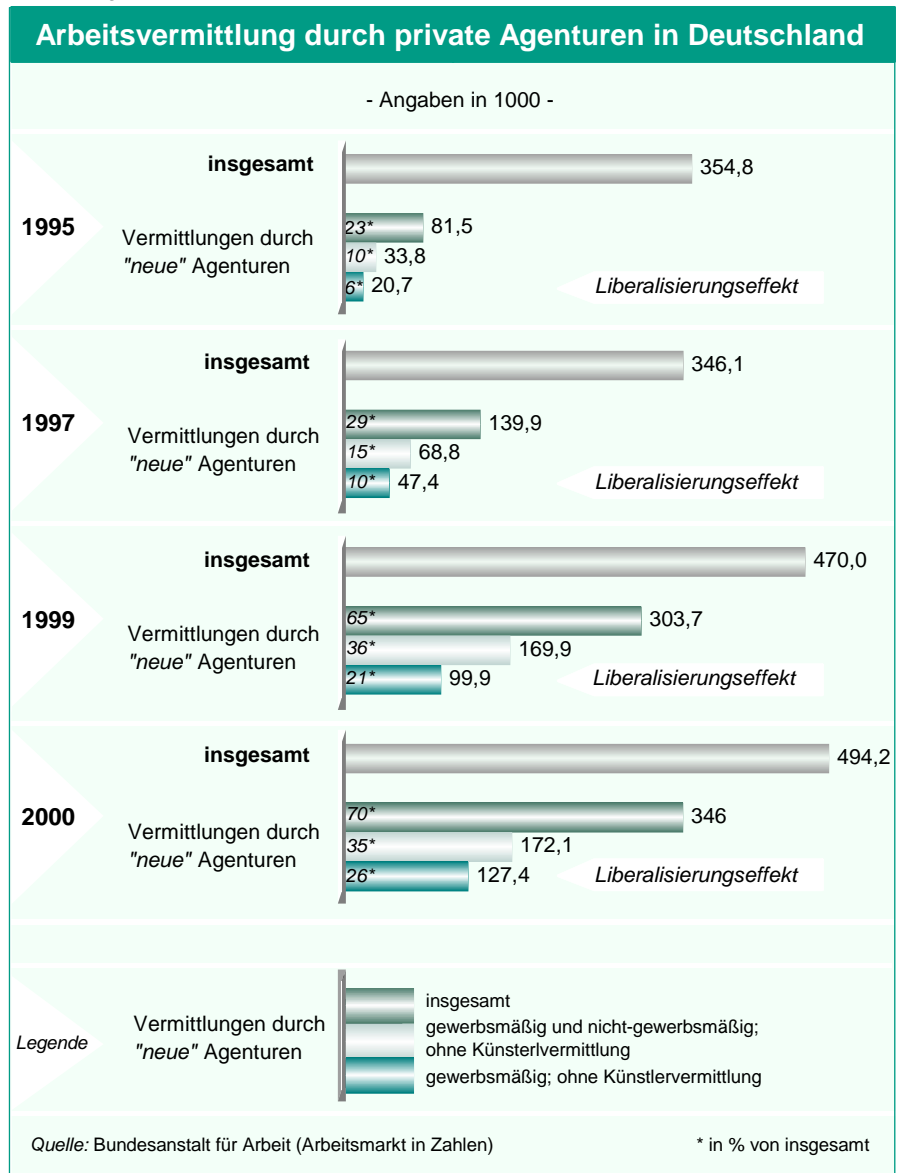
Die wachsende Reputation privater Arbeitsvermittlung kommt aber auch in der stärkeren Nachfrage nach ihren Leistungen zum Ausdruck, die sich u.a. mit den Daten messen lässt, die die Bundesanstalt für Arbeit aufgrund der Berichtspflicht privater Agenturen erhebt. Danach stieg ihr Marktanteil zwischen 1994 und 2000 (Vermittlungen gemessen an allen neu aufgenommenen sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen) in Gesamtdeutschland zwar wenig spektakulär von 1,3% auf 2,9%. Die Steigerungsraten sind jedoch beträchtlich: So vermittelten die privaten (gewerbsmäßigen) Personalvermittler allein im Jahre 2000 fast 27% (ca. 27.400) mehr Menschen in Arbeit als im Jahr zuvor. In **Abbildung 1** ist diese quantitative Wirkung der Deregulierung („Liberalisierungseffekt“) dargestellt (vgl. hierzu die Erläuterungen zur Graphik).

Neben den Geschäftsstatistiken der Bundesanstalt für Arbeit gibt seit 1989 auch die IAB-Erhebung zum gesamtwirtschaftlichen Stellenangebot Auskunft über Wege und Erfolg der Stellenbesetzung. Die **Tabelle 1** weist für die Jahre 1994, 1996 und 2000 (jeweils getrennt für West- und Ostdeutschland) Indikatoren für die Einschaltung und den Erfolg verschiedener Suchwege aus. Danach sind die von den Betrieben in Auftrag gegebenen Zeitungsinserate (vor allem in Westdeutschland) der am häufigsten gewählte und erfolgreichste Suchweg. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um Arbeiter und Angestellte handelt oder um Stellen mit geringeren oder höheren Qualifikationsanforderungen. Ebenso spielen informelle Kanäle eine nicht zu vernachlässigende

Rolle. Auch von den befragten Betrieben wird angegeben, dass im Zeitraum 1994 bis 2000 etwa 1% bis 2% der Stellenbesetzungen durch die erfolgreiche

Mitwirkung der privaten Arbeitsvermittlung zustande gekommen sind. Im Vergleich dazu ist nach den Angaben der IAB-Erhebung zum gesamtwirtschaftli-

Abbildung 1



Erläuterungen

Mit Hilfe der offiziellen Statistik über die Vermittlungsaktivitäten privater Agenturen lässt sich der quantitative Effekt der Liberalisierung beziffern. Dabei ist zunächst zu trennen zwischen „alten Agenturen“, die wie die Künstlervermittlung oder gemeinnützige Agenturen bereits vor dem 1.4.1994 tätig waren, und „neuen“ Agenturen, die nach der Liberalisierung am 1.4.1994 ihre Tätigkeit aufnahmen. Im Jahr 2000 steuerten die neuen Agenturen 70% der 494.200 privaten Vermittlungen insgesamt bei. Diese sind aber um die Vermittlungen „neuer“ Künstleragenturen und „neuer“ nicht-gewerbsmäßiger Einrichtungen zu bereinigen, waren diese doch schon vor der Liberalisierung tätig. Übrig bleiben somit 127.400 Vermittlungen gewerbsmäßiger Agenturen, deren Aktivität erst durch die Liberalisierung möglich gemacht wurde. Dies entsprach im Jahr 2000 einem Anteil von 26% an allen privaten Arbeitsvermittlungen. 1995 war der Liberalisierungseffekt mit 20.700 Vermittlungen (er entsprach 6% aller privaten Arbeitsvermittlungen) noch deutlich geringer.

chen Stellenangebot der Marktanteil der Arbeitsämter für 2000 mit 12% in Westdeutschland und mit 29% in Ostdeutschland deutlich höher.

Der Liberalisierungseffekt spiegelt den Imagegewinn privater Arbeitsvermittlungsgesellschaften wider. Private Dienstleister können nur dann damit rechnen, in Anspruch genommen zu werden, wenn sie ein marktgerechtes Angebot bereithalten und der bereits erzielte Vermittlungserfolg zu weiterer Nachfrage führt. Aus der quantitativen Entwicklung seit der Liberalisierung lässt sich ableiten, dass private Agenturen auf dem Markt für Vermittlung mehr und mehr Fuß fassen konnten. Zwar stellen nach wie vor bestimmte Marktsegmente, wie die Vermittlung von Künstlern oder Führungskräften, eine Domäne der Privaten dar. Unverkennbar ist aber, dass die neuen Vermittler zunehmend auch Märkte im Bereich der qualifizierten Fachkräfte erschließen, z.B. bei den Organisations-, Verwaltungs- und Büroberufen oder auch bei Waren- und Dienstleistungskaufleuten. Die Marktsegmente betreffend ist festzuhalten, dass insbesondere die neuen gewerbsmäßig agierenden Agenturen eine andere Klientel als ihre öffentlichen Konkurrenten erreichen und somit im Wesentlichen eine Komplementärfunktion ausüben.

Zeitarbeitsagenturen im Aufwind

Zu den Personaldienstleistern zählen auch die Zeitarbeitsagenturen. Der Verleih von Arbeitskräften durch gewerbsmäßig arbeitende Agenturen wurde zwar historisch nicht als Arbeitsvermittlung betrachtet und war deshalb auch vor 1994 zugelassen. Die gesetzlichen Regelungen zum gewerbsmäßigen Arbeitskräfteverleih waren aber in Deutschland schon immer eng verknüpft mit der Arbeitsvermittlung. Ökonomisch gesehen kann also der Arbeitskräfteverleih – zumindest in bestimmten Fällen – als Substitut für die Arbeitsvermittlung gelten. Dafür spricht, dass rd. 30% der Zeitarbeiter nach einem Jahr von den Entleihbetrieben dauerhaft oder befristet übernommen werden (CIETT 2000). Die starke Zunahme der Zahl der Zeitarbeitsagenturen und der dort beschäftigten Zeitarbeiter spricht für die Dynamik des Marktes für Personaldienstleistungen. Die Deregulierung des Arbeitskräfteverleihs in den neunziger Jahren dürfte diese Entwicklung begünstigt haben. Nennenswerte Änderungen betrafen zwei Aspekte: Zum einen wurde die Höchstdauer der Überlassung schrittweise angehoben – zuletzt auf 24 Monate (im Job-AQTIV-Gesetz 2002).

Zum anderen wurde das „Synchronisationsverbot“ gelockert. Dieses untersagt den Zeitarbeitsagenturen, die Dauer des Leiharbeitsverhältnisses auf die Zeit des erstmaligen Verleihs an den Entleiher zu beschränken. Zwischen 1994 und 2000 stieg die Zahl der Verleihbetriebe um 180%, die Zahl der überlassenen Leiharbeiter sogar um 245%. Zeitarbeitsunternehmen sind mit 12.500 Betriebseinheiten (vgl. **Abbildung 2, auf Seite 4**) und insgesamt 340.000 Arbeitnehmern zu wichtigen Beschäftigern geworden, wenn auch im internationalen Vergleich der Anteil der Zeitarbeit an der Gesamtbeschäftigung mit 0,7% und mit 1,1% an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten noch relativ gering ausfällt.

Die Arbeitnehmerüberlassung wird zunehmend als moderne Form der flexibleren Arbeitsgestaltung gehandhabt, die zur Entstehung neuer Arbeitsplätze (z.B. durch Substitution bezahlter Überstunden) beitragen kann. Zwar gab es keine einschneidenden Veränderungen bei den Qualitätsstandards für die Verleihagenturen. Jedoch hat die Selbstorganisation der Verleihfirmen im „Bundesverband Zeitarbeit Personaldienstleistungen“ offensichtlich dazu beigetragen, dass Fälle illegaler Praktiken seltener geworden sind. An Image dürfte die Zeit-

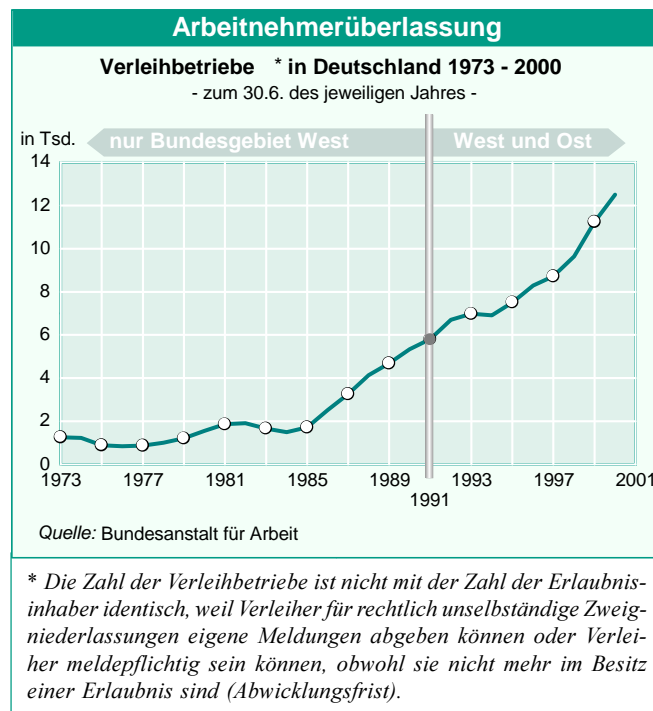
Tabelle 1

Einschaltung und Erfolge verschiedener betrieblicher Suchwege (1994, 1996 und 2000)												
Suchwege	Westdeutschland						Ostdeutschland					
	Beschrittener Suchweg			Erfolgreicher Suchweg			Beschrittener Suchweg			Erfolgreicher Suchweg		
	1994	1996	2000	1994	1996	2000	1994	1996	2000	1994	1996	2000
Eigene Inserate	51	50	57	42	39	42	24	23	27	16	13	17
Antwort auf Inserate Arbeitssuchender	6	6	7	3	1	1	6	4	4	2	1	2
Arbeitsamt	32	38	38	13	13	12	37	49	48	22	34	29
Private Arbeitsvermittlung	2	2	3	1	2	1	2	1	3	1	1	1
Aushang am Werkstor	3	4	3	1	1	0	2	1	1	1	0	0
Interne Stellenausschreibung	14	17	22	2	3	2	7	6	10	2	2	2
Auswahl aus Initiativbewerbungen	18	18	25	12	12	12	18	13	18	17	9	13
Mitarbeiterhinweise	25	24	33	16	15	17	36	28	32	27	18	21
ohne Angabe				10	14	9				12	22	14
Summe	151	159	184	100	100	100	132	125	143	100	100	100

Quelle: VI/2 (IAB-Erhebung zum gesamtwirtschaftlichen Stellenangebot)

arbeit auch deshalb gewonnen haben, weil in den neunziger Jahren Zeitarbeit als arbeitsmarktpolitisches Instrument entdeckt und zunehmend genutzt wurde. Gemeinnützige Zeitarbeitsagenturen (wie START) haben den Einstieg schwervermittelbarer Personengruppen in den Arbeitsmarkt erleichtert und Brücken in die „normale“ Beschäftigung geschlagen. Ein Blick in die von der Bundesanstalt für Arbeit geführte „Arbeitnehmerüberlassungsstatistik“ zeigt, dass auch die gewerbliche Zeitarbeit positive Integrationseffekte hat. So betrug Ende der 90er Jahre der Anteil der vor Aufnahme einer Zeitarbeit Beschäftigungslosen 52%.

Abbildung 2



Perspektiven der Deregulierung

Durch die Liberalisierung der Personaldienstleistungen sollten zusätzliche personelle Ressourcen für den Arbeitsmarkt erschlossen werden. Dies ist insoweit gelungen, als private Personaldienstleister in den Bereichen Arbeitsvermittlung und Arbeitnehmerüberlassung zuletzt immer häufiger eingeschaltet wurden. Trotzdem darf die steigende Marktbedeutung privater Dienstleister nicht darüber hinwegtäuschen, dass ihre quantitative Bedeutung noch immer als eher gering einzustufen ist.

Wichtiger dürften die qualitativen Aspekte sein, die mit der Marktöffnung einhergehen. Das kontinuierliche Wachstum privater Personaldienstleister zeigt, dass sie in der Lage waren, Reputation auf- und auszubauen. Durch ihre erwerbswirtschaftliche Ausrichtung sind sie darauf angewiesen, flexibel und effektiv auf Kundenwünsche zu reagieren. Innovative Angebote beeinflussen den Markt. Es setzt ein Wettbewerb um kreative Lösungen ein, der die weiterhin dominante öffentliche Arbeitsvermittlung ausdrücklich einschließt.

Vielleicht sind aber die von den privaten Personaldienstleistern ausgehenden

Impulse zur Veränderung der öffentlichen Arbeitsvermittlung ihr größter Verdienst. Diese wird – angesichts begrenzter Ressourcen – immer weniger mit der unrealistischen Erwartung konfrontiert, für alles und jeden ein Angebot parat haben zu müssen. Vielmehr kann die öffentliche Arbeitsvermittlung ihre Reputation darauf gründen, überzeugende Lösungen für die Fälle zu liefern, in denen der Markt allein nicht helfen kann.

Die wachsende Verbreitung privater Personaldienstleister eröffnet darüber hinaus eine weitere Option für die öffentliche Arbeitsvermittlung. Öffentliche und private Vermittler können vermehrt zusammenarbeiten. Dadurch wären beide in der Lage, ihrer jeweiligen Klientel mehr Alternativen anzubieten als ohne Kooperation.

Der Gesetzgeber hat – angesichts der bisher eher dürftigen Ergebnisse – die Möglichkeiten der Zusammenarbeit von öffentlicher und privater Arbeitsvermittlung verbessert. Nach § 37 des bis 2001 gültigen SGB III konnte das Arbeitsamt zu seiner Unterstützung (mit Einwilligung des Ausbildungs- oder des Arbeitssuchenden) Dritte an der Vermittlung beteiligen.¹ Die durch das Job-AQTIV-Gesetz eingeleitete Reform des SGB III sieht ab 2002 vor, dass ein Arbeitsloser vom Arbeitsamt die Beauftragung eines

Dritten mit der Vermittlung verlangen kann, wenn er sechs Monate nach Eintritt seiner Arbeitslosigkeit noch ohne Beschäftigung ist. Momentan wird sogar diskutiert, diese Frist zu verkürzen oder sogar ganz wegfällen zu lassen.

Während Wettbewerbsgesichtspunkte durchaus dafür sprächen, sollten Mitnahmeeffekte jedoch nicht außer acht gelassen werden. Das Geld für die Vermittlungshonorare an die Agenturen wäre dann nicht gut angelegt, wenn die Arbeitslosen auch ohne externe Hilfe – was in der Realität nicht selten ist – leicht eine Stelle finden könnten. Deshalb wäre bei Wegfall der sechsmonatigen Frist eine Zielgruppenorientierung („Profiling“) sinnvoll, bevor private Agenturen eingeschaltet werden. Anders als heute könnte es dann ein durch private Anbieter noch stärker aufgefächertes Spektrum von Personaldienstleistungen geben, nicht zuletzt für schwervermittelbare Personengruppen.

Darüber hinaus wird im politischen Raum über einen weiteren Deregulierungsschritt nachgedacht. Künftig sollen private Vermittler nicht nur Honorare von Arbeitgebern, sondern auch von Stellensuchenden verlangen dürfen. Für die Beseitigung des historisch begründeten Verbots (Ausnahme: Künstlervermittlung) spricht, dass dann Agenturen auch Dienste für Arbeitssuchende vermehrt anbieten würden, die die Aufnahme einer (neuen) Beschäftigung erleichtern können. Beispiele hierfür sind die professionelle Erstellung von Bewerbungsunterlagen, Karriereberatung, Bewerbungstraining, die Durchführung von Eignungstests sowie die Gestaltung und Platzierung von Suchanzeigen. Will man die Vorzüge des Deregulierungsvorschlags und damit seine Durchsetzbarkeit befördern, müssen diese Honorare

¹ Im Jahr 2000 gab es 573 beauftragte Dritte (überwiegend Bildungsträger und gemeinnützige Einrichtungen, lediglich 10% gewerbsmäßige Agenturen). Sie akquirierten im Jahr 2000 13.200 Stellen, wovon 2.600 besetzt werden konnten.

aus sozialen Gründen und wegen unzureichender Information der Stellensuchenden bezahlbar und strikt erfolgsabhängig sein.

Die beschäftigungsfördernden Wirkungen eines gut positionierten und wohlreputierten Systems öffentlicher und privater Dienstleister sollten dabei weder überschätzt noch unterschätzt werden. Da grundsätzlich Betriebe und nicht Vermittler über den Einstellungsbedarf und die Stellenbesetzung entscheiden, dürfte der beschäftigungsschaffende Beitrag der Arbeitsvermittlung so oder so immer nur begrenzt sein. Unter bestimmten Bedingungen können aber zusätzliche Vermittlungen positive Arbeitsmarktwirkungen auslösen. Würde es beispielsweise gelingen, latenten betrieblichen Beschäftigungsbedarf zu wecken (z.B. durch aktive Angebote zur Beseitigung von Fachkräftemangel), führten Vermittlungen zu mehr Beschäftigung. Ein ähnlicher Effekt würde erreicht, wenn zwar nicht zusätzliche Stellen geschaffen werden, aber das vorhandene Stellenangebot durch verstärkte Vermittlung rascher besetzt werden kann. Es würden also friktionelle Bestände an offenen Stellen abgesenkt. In gewissem Umfang könnte dann über den Zeitgewinn das Beschäftigungsvolumen erhöht werden.

Auch wenn die Potenziale der privaten Arbeitsvermittlung zur direkten Senkung der Arbeitslosigkeit eher begrenzt sind, so dürfen indirekte Effekte privater Vermittlungsaktivitäten auf die Beschäftigungssituation von Arbeitslosen nicht außer Acht gelassen werden. Mehr Ab-

werbung und vorrangig Bestenvermittlung (Stichwort „Rosinenpicken“) durch private Agenturen sind keinesfalls nur negativ zu sehen. So ist im Zuge von Stellenbesetzungen immer auch an Mobilitätsketten zu denken. Finden beispielsweise unterwertig eingesetzte Arbeitnehmer durch private Arbeitsvermittlung eine höherwertige Stelle, kann dies im Zuge der notwendigen Wiederbesetzung Einstiegsmöglichkeiten für Arbeitslose eröffnen.

Schließlich können die Aktivitäten der Arbeitsvermittlung Einfluss auf die Umverteilung von Beschäftigungschancen und Arbeitslosigkeitsrisiken zugunsten ihrer Klientel haben. Verfolgt die Arbeitsvermittlung der Bundesanstalt für Arbeit und die mit ihr kooperierenden privaten Agenturen – gemäß der Intention des Job-AQTIV-Gesetzes – eine Aktivierungsstrategie, so dürfte dies die Suchintensität bei Arbeitslosen mit Anspruch auf Lohnersatzleistungen erhöhen. Durch die „Bevorzugung“ arbeitsloser Leistungsbezieher kann es dann zu „Verdrängungseffekten“ zu Lasten anderer Gruppen kommen (z.B. von Personen aus der sog. „Stillen Reserve“), die sich in einem Abbau der registrierten Arbeitslosigkeit und Einspareffekten in den Sozialhaushalten niederschlagen.

Literatur

CIETT (2000), Orchestrating the evolution of Private Employment Agencies towards a stronger society. Brüssel

Die letzten Ausgaben des **IAB**Kurzbericht im Überblick

- Nr. 11 Erziehungurlaub
20.6.01 **Hilfe zur Wiedereingliederung oder Karrierehemmnis?**
Die Kontakte zum alten Betrieb sind nicht leicht zu halten; nach der Unterbrechung werden die Frauen oft arbeitslos
- Nr. 12 Arbeitsmarktanalyse
27.6.01 **Saisoneinfluss und Konjunktur**
Antworten auf häufig gestellte Fragen zur Saisonbereinigung von Arbeitsmarktdaten – Ein Versuch in 17 Schritten
- Nr. 13 Gesamtwirtschaftliches Stellenangebot
20.7.01 **Arbeitskräftemangel – Bereits Hemmnis für Wachstum und Beschäftigungsentwicklung?**
- Nr. 14 Eingliederungstitel
31.7.01 **Neue Freiheiten gut genutzt**
Die Arbeitsämter reagieren mit ihrer Arbeitsmarktpolitik auf unterschiedliche regionale Arbeitsmarktlagen
- Nr. 15 Fachkräftemangel
27.8.01 **Wie viel Potenzial steckt in den heimischen Personalreserven?**
Um einem künftigen Mangel an Arbeits- und Fachkräften zu begegnen, sind auch Alternativen zur Zuwanderung im Gespräch – In den Varianten der Potenzialprojektion des IAB sind sie bereits weitgehend enthalten
- Nr. 16 Enger Verbund
15.10.01 **Warum ist die US-Konjunktur für Deutschland so wichtig?**
Leo Pusse
- Nr. 17 Beispielhaft?
22.11.01 **Flexible Arbeitszeiten fördern Beschäftigung**
Der jüngste Tarifabschluss bei VW zur Auto 5000 GmbH belegt die Aktualität eines alten Themas
- Nr. 18 Neuregelung der 630-DM-Jobs
29.11.01 **Geringfügige Beschäftigung aus betrieblicher Perspektive**
Ergebnisse aus der IAB-Erhebung über das gesamtwirtschaftliche Stellenangebot zeigen vor allem strukturelle Wirkungen der Gesetzesänderung
- Nr. 1 Arbeitslosenuntersuchung – Teil 1
21.1.02 **Was beeinflusst den Übergang von der Arbeitslosigkeit in die Erwerbstätigkeit?**
- Nr. 2 Arbeitslosenuntersuchung – Teil 2
21.1.02 **Wie nah am Arbeitsmarkt sind die Arbeitslosen?**
- Nr. 3 Arbeitsvermittlung
14.3.02 **Die Deregulierung in der EU schreitet voran**

Die Reihe **IAB**Kurzbericht gibt es seit 1976. Eine Übersicht über die letzten Jahrgänge finden Sie im Internet oder in der kostenlosen Broschüre „**Veröffentlichungen**“ des IAB (Tel. 0911/179-3025).

IABKurzbericht

Nr. 4 / 15.3.2002

Redaktion

Ulrich Möller, Elfriede Sonntag

Graphik & Gestaltung

Monika Pickel, Elisabeth Strauß

Technische Herstellung

Hausdruckerei der BA

Rechte

Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Genehmigung des IAB gestattet

Bezugsmöglichkeit

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung,
Regensburger Str. 104,
D-90327 Nürnberg
Tel.: 0911/179-3025

IAB im Internet:

<http://www.iab.de>

Dort finden Sie unter anderem auch diesen Kurzbericht im Volltext zum Download

Rückfragen zum Inhalt an

Dr. Ulrich Walwei, Tel. 0911/179-3083,
Regina Konle-Seidl, Tel. 0911/179-3244
oder e-Mail: vorname.name@iab.de

ISSN 0942-167X