

Saurug, Manfred; Seiler, Eva-Christina

**Research Report**

## Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS für Wirtschaftsunternehmen: Eine Studie anhand des Beispiels AMS Kärnten

AMS info, No. 56

**Provided in Cooperation with:**

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

*Suggested Citation:* Saurug, Manfred; Seiler, Eva-Christina (2002) : Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS für Wirtschaftsunternehmen: Eine Studie anhand des Beispiels AMS Kärnten, AMS info, No. 56, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/97989>

**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.*

# Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS für Wirtschaftsunternehmen

Eine Studie anhand des Beispiels AMS Kärnten

## 1. Untersuchungsgegenstand

Die Studie »Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS Kärnten für Wirtschaftsunternehmen«, die im Auftrag des AMS Kärnten vom Institut für Arbeitsmarktbetreuung und -forschung (IFA) Steiermark durchgeführt wurde, stellt einen Beitrag zur Optimierung der Dienstleistungen des AMS Kärnten für seine betrieblichen Kunden dar. Im Mittelpunkt stand eine Diskussion sowohl der betrieblichen Anforderungen an das unternehmensbezogene Dienstleistungsangebot des AMS als auch von zentralen Aspekten der Dienstleistungserbringung durch die Abteilungen des Service für Unternehmen (SfU) der acht Regionalen Geschäftsstellen des AMS Kärnten. Wichtige Dienstleistungen des SfU wurden unternehmerischen Anforderungen mit dem Ziel gegenübergestellt, »Schnitt- und Nahtstellen« zu benennen sowie einen Abgleich zwischen Angebot und betrieblichen Anforderungen vorzunehmen. Eine weitere wichtige Ebene der Untersuchung stellten strategische Überlegungen des AMS hinsichtlich der Entwicklung der Dienstleistungen für seine betrieblichen Kunden dar. In diesem Zusammenhang wurde speziell auch auf das elektronische Personalvermittlungsangebot des AMS, den eJob-Room, eingegangen.

Für diese Untersuchung, die im Spätsommer 2001 begonnen und im Frühjahr 2002 fertiggestellt wurde, gelangte eine Kombination von sozialwissenschaftlichen Methoden zur Anwendung:

- Explorative Vor-Ort-Interviews mit VertreterInnen von betrieblichen Kunden des AMS (25 Interviews).
- Fragebogenerhebung in standardisierter, schriftlicher Form an Kärntner Unternehmen, die Kunden des AMS sind (N = 1.221, Rücksendequote: 28%).
- Telefoninterviews mit betrieblichen »Nicht-Kunden« (unterteilt nach »Noch-Nicht-Kunden« und »Nicht-Mehr-Kunden«, insgesamt 50 Interviews) waren Grundlage für die Analyse der betrieblichen Anforderungen.

- Qualitative Interviews mit VertreterInnen verschiedener Ebenen des AMS und VertreterInnen von Organisationen der Sozialpartner (22 Interviews) waren neben schriftlichen Unterlagen Basis für die Analyse der Dienstleistungspraxis bzw. weiterführender strategischer Überlegungen des AMS.

## 2. Das AMS als Dienstleister für Unternehmen: Strategische Grundlagen

Während die Reform des Geschäftsfeldes »Service für Arbeitsuchende« (SfA) in den Bundesländern bereits über die Pilotphase hinaus gediehen ist, steht die Neuausrichtung des Geschäftsfeldes »Service für Unternehmen« (SfU) österreichweit noch am Beginn. Trotz der vom AMS betonten »Symmetrie« bei den Dienstleistungen für die beiden Kundengruppen »Arbeitsuchende« und »Unternehmen« wird ein Verspätungseffekt hinsichtlich der Strategiebildung des AMS und auch der Produktentwicklung für seine unternehmerischen Kunden sichtbar. Absicht des AMS ist es hier, seine Position als »größter Personalvermittler in Österreich« und seinen »Marktanteil in strategisch wichtigen Bereichen« weiter auszubauen, wobei laut »Längerfristigem Plan« des AMS Österreich »die Zufriedenheit der Unternehmenskunden als erfolgskritischer Faktor handlungsleitend [ist]«. Ein Leitbild im Sinne einer wichtigen Grundlage für die Tätigkeit des SfU ist aber erst zu erstellen, ebenso ist die Organisation der Arbeitsplanung und die Entwicklung der Produkte mit den dazugehörigen Vertriebschienen noch vorzunehmen. Wichtige Fragen zur strategischen Positionierung, zur Spezifikation der Dienstleistungen und zu Voraussetzungen für deren Umsetzung sind auch im Wirkungsbereich des AMS Kärnten noch nicht geklärt. Ein Kriterium, um Akzeptanzprobleme und Umsetzungsbarrieren zu vermeiden, ist eine transparente Diskussion unter Einbeziehung der Regionalen Geschäftsstellen bzw. der BeraterInnen des SfU.

### 3. Das SfU des AMS Kärnten: Dienstleistungen für Unternehmen

Für das Betriebs- und Vermittlungsservice des AMS Kärnten steht das Kerngeschäft der Personalvermittlung im Mittelpunkt der strategischen Überlegungen. Im AMS Kärnten hat das Qualitätsprinzip bei der Vermittlungstätigkeit Tradition – es gründet sich auf langjährige Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit den Unternehmen des Bundeslandes.

Obwohl aktuell eine Neukonzeption des Dienstleistungsangebotes für Unternehmen intensiv überlegt wird, sind Art und Ausmaß der über die Vermittlungstätigkeiten hinausgehenden Leistungen noch offen. Sowohl für die angestrebte Optimierung der gegenwärtig erbrachten Dienstleistungen als auch für die potentielle Angebotserweiterung des SfU wird es deswegen als unabdingbar erachtet, den »Markt« und somit die Bedürfnisse der unternehmerischen Kunden besser kennenzulernen. Eine wichtige Grundsatzentscheidung betrifft nicht nur das Erfordernis nach einem »Mehr« an Dienstleistungen für Unternehmen, sondern schließt auch die Erkenntnis ein, daß das SfU künftig mehr »hinaus in die Betriebe muß«.

Festzustellen ist, daß die ausgeprägten Qualitätsbestrebungen des AMS Kärnten bzw. des SfU für seine Vermittlungsarbeit auch von den befragten Unternehmen anerkannt werden. Für die angestrebte Partnerschaft mit den Betrieben greifen die vermittlungbezogenen Qualitätsvorstellungen jedoch zu kurz. Die Faktoren, die zu einer intensivierten Beziehung mit den betrieblichen Kunden führen, wurden von den AMS-MitarbeiterInnen als wichtig erachtet und auch von den Unternehmen eingefordert. Sie schließen eine verstärkte Hilfestellung bei Stellenbeschreibungen, Informationen über Dienstleistungen abseits von konkreten offenen Stellen, antizipatives Agieren hinsichtlich des betrieblichen Qualifikations- und Personalbedarfes wie auch eine verbesserte Kenntnis von betrieblichen Abläufen, handelnden Personen und den Anforderungen an den Arbeitsplätzen mit ein.

Die Diskussion über Kundentypen, Betreuungsstrategien und Betreuungsprodukte für betriebliche Kunden ist im AMS Kärnten noch nicht abgeschlossen, ebenso ist die Neuordnung der Betriebsbetreuung insgesamt noch offen. Die grundsätzliche Zielrichtung zur verstärkten Betriebsbetreuung findet zwar breiten Konsens, der Umsetzung stehen jedoch noch Hürden entgegen. Insbesondere die Schiene »Betriebsbetreuung« bedingt strategische Entscheidungen des AMS Kärnten, eine Spezifikation der Betreuungsleistungen und die Schaffung von wichtigen Voraussetzungen. Erforderlich sind auch begleitende Maßnahmen, wie z.B. eine Stärkung der unternehmensberaterischen Komponente, sowie quantitativ ausreichendes und entsprechend qualifiziertes Personal im SfU.

### *eJob-Room*

Auch die Diskussion über die Einführung des eJob-Room und über damit verbundene strategische Ansätze und konkrete Zielsetzungen ist noch nicht abgeschlossen. Bruchlinien bzw. befürwortende und ablehnende Haltungen mit entsprechenden Begründungen finden sich sowohl in den Bundesländern als auch bei den Stellen des AMS Kärnten. Ebenso sind Abwehrhaltungen gegeben, die einen zielgerichteten Einsatz des eJob-Room des AMS bei Unternehmen behindern. Eine ausführliche AMS-interne Zieldiskussion unter Einbeziehung der SfU-BeraterInnen der Regionalen Geschäftsstellen (unter Bedachtnahme auf potentielle Veränderungen der Arbeitsplätze der BeraterInnen) könnte Akzeptanzhürden und Ängste abbauen und damit wichtige Voraussetzungen schaffen, um den Unternehmen Informationen und Hilfestellung zur gezielten Nutzung des eJob-Room geben zu können.

### 4. Dienstleistungen des SfU aus Sicht der betrieblichen Kunden

Knapp über 80% der schriftlich befragten Unternehmen sehen im AMS einen betriebswichtigen Partner für die Zukunft. 35% aller Unternehmen wünschen sich jedoch bei einzelnen Kriterien im Vermittlungsbereich Verbesserungen, wobei die Kleinstbetriebe am unzufriedensten sind und die meisten Verbesserungswünsche äußern. Allgemein betreffen diese vor allem die »Übereinstimmung der BewerberInnen mit den Anforderungsprofilen«, die »Geschwindigkeit der Vermittlung« und die »Beratung bei Förderungen«.

Bei der Übereinstimmung der BewerberInnen mit dem Anforderungsprofil zeigen sich Auffassungsunterschiede über Tiefe und Genauigkeit von Anforderungsprofilen als Grundlagen für eine passende Zuweisung: MitarbeiterInnen des SfU schätzen in den Interviews den Prozentsatz der Betriebe, die »brauchbare« Grundlagen in Form von schriftlich spezifizierten Anforderungsprofilen liefern, auf drei bis fünf Prozent ein. Die Anforderungsprofile der gesuchten Personen wurden aber nach Angaben von 40% der Unternehmen »sehr genau spezifiziert«. Von betrieblicher Seite wird von den MitarbeiterInnen des SfU erwartet, daß sie auf der Grundlage verbesserter Betriebskenntnisse und Stellenanforderungen verstärkt Hilfestellung bei der Spezifikation der Anforderungen anbieten, um in der Folge geeignete MitarbeiterInnen auswählen zu können. In den Interviews wird aber sichtbar, daß – wenn es zu Abweichungen vermittelter BewerberInnen von Anforderungsprofilen kommt – eine transparente Begründung zufriedener betriebliche Kunden hinterläßt. Deutlich wird jedoch auch, daß die Unternehmen künftig verstärkt in Personalplanung investieren und ihre Anforderungen an neues Personal präzisieren müssen.

In der Studie wurde ein Abgleich zwischen Anforderungen und Kritikpunkten der Unternehmen und ihrer Bewertung des Image des AMS vorgenommen. Dabei zeigte sich, daß die konkreten Leistungen des SfU meist besser bewertet wurden. Bei einzelnen vermittlungbezogenen Indikatoren, wie z.B. der »Geschwindigkeit der Vermittlung«, zeigt sich diese Diskrepanz deutlich: 40% der Unternehmen halten das AMS bei der Vermittlung von Personal bei der Bewertung des Image für »zu langsam«. Im Vergleich dazu geben bei der konkreten Leistungsbewertung nur 15% der Betriebe an, daß dieser Bereich verbessert werden sollte. Auch an einem weiteren Beispiel wird diese Diskrepanz sichtbar: Etwa 60% der Unternehmen sind der Ansicht, das AMS würde »zu viele ungeeignete BewerberInnen vorschlagen«. Wiederum ist der Anteil der Unternehmen, die sich eine Verbesserung der Übereinstimmung des Anforderungsprofils mit den vermittelten BewerberInnen wünschen, viel geringer (18%).

In den Betriebsinterviews wurden durchgängig eine intensiviertere Kommunikation und ein »offensiveres Marktverhalten« des AMS eingefordert. Es kommt zum Ausdruck, daß das SfU insgesamt bei den Unternehmen zuwenig bekannt ist und sich künftig viel stärker als Dienstleister ver-

ankern und profilieren müßte. Deutlich wird die wesentliche Funktion von Betriebsbesuchen. In Unternehmen, wo sie regelmäßig stattfinden, werden diese Gespräche äußerst positiv bewertet, wo sie nicht oder seit längerem nicht stattgefunden haben, bestehen teilweise eklatante Informationsdefizite, und es werden Betriebsbesuche teils vehement eingefordert.

Zum Thema der elektronischen Personalvermittlung ergaben sich überraschende Ergebnisse. Die befragten Unternehmen verfügen zu einem hohen Anteil über die technische Ausstattung, über das Internet Personal zu rekrutieren (81%). Den eJob-Room des AMS kennt aber im Vergleich dazu nur ein Viertel der Unternehmen (26%). Die Akzeptanz der Unternehmen, unabhängig von ihrer technischen Ausstattung, Personal auch über elektronische Medien zu rekrutieren, ist hoch: 75% der Unternehmen können sich grundsätzlich vorstellen, elektronische Personalvermittlung in Anspruch zu nehmen. Zu erkennen ist, daß der Anteil der Unternehmen mit Internetausstattung mit der Anzahl der MitarbeiterInnen ansteigt; ebenso nehmen die Bereitschaft zur Nutzung elektronischer Personalvermittlung sowie die Kenntnis des eJob-Room mit der Betriebsgröße zu.

---

### **Die aktuellen Publikationen der Reihe AMS report im Verlag Hofstätter**



**AMS report 28**  
*Maria Hofstätter, René Sturm (Hg.)*  
 Qualifikationsbedarf der Zukunft.  
 Beiträge zur Fachtagung »Qualifikationsbedarf der Zukunft – Qualifikationsentwicklung« des AMS

ISBN 3-900936-22-6



**AMS report 29**  
*Edith Enzenhofer, Isabella Kaupa*  
 Aktive Arbeitsmarktpolitik im Brennpunkt VI:  
 Evaluierung der Maßnahme *karenz plus* des *abzwien*

ISBN 3-900936-23-4



**AMS report 30**  
*Andreas Riesenfelder*  
 Aktive Arbeitsmarktpolitik im Brennpunkt VII:  
 Evaluierung von Kursen im EDV- und kaufmännischen Bereich

ISBN 3-900936-24-2



**AMS report 31**  
*Ursula Adam, Hermann Kuschej, Bruno Schernhammer, Gertrude Stix*  
 Aktive Arbeitsmarktpolitik im Brennpunkt VIII: Aktivierung als Prävention vor Langzeitarbeitslosigkeit

ISBN 3-900936-25-0

**Sind Sie an näheren Informationen zu diesem AMS info interessiert?**

Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse dieser Studie findet sich in dem für Herbst 2002 zur Publikation vorgesehenen AMS report 35.

**Anschrift der Auftragnehmer:**

**Institut für Arbeitsmarktforschung und -betreuung Steiermark (IFA)**

A-8020 Graz, Pflanzengasse 16/II

Tel.: +43/316/72 47 66; Fax: +43/316/72 47 66-4

E-Mail: [iambf@sime.com](mailto:iambf@sime.com)

Internet: <http://ww.ifa-steiermark.at>

Alle bisher erschienenen AMS infos können im Link »Forschung« über die Homepage des AMS Österreich abgerufen werden:

<http://www.ams.or.at/amsallg/index.htm>

Ausgewählte Themen des AMS info werden als Langfassung in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann als Abonnement oder einzeln beim Verlag Hofstätter bestellt werden.

**AMS report Einzelbestellungen**

€ 6,- inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten

**AMS report Abonnement**

12 Ausgaben AMS report zum Vorteilspreis von € 48,- (jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten; dazu kostenlos: AMS info)

Ausgewählte Forschungsberichte des AMS Österreich, die nicht in der Reihe AMS report publiziert werden, können beim Verlag Hofstätter gegen Ersatz der Produktions- und Versandkosten in einer kopierten Vollversion bezogen werden. Der Versand der Forschungsberichte erfolgt per Nachnahme.

Ebenso können Informationen (Titelliste, Publikationsvorhaben) beim Verlag angefordert und über die Homepage des AMS Österreich (s.o.) eingesehen werden.

**Bestellungen und Bekanntgabe von Adreßänderungen bitte schriftlich an: Verlag Hofstätter, Steinfeldgasse 5, A-1190 Wien, Tel.: +43/1/370 33 02, Fax: +43/1/370 59 34, E-Mail: [verlag@vh-communications.at](mailto:verlag@vh-communications.at)**

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M