

# Evaluationsbericht

## JobCenter 50<sup>+</sup> Schwerin

ein Projekt der Arbeitsgemeinschaft zur  
Grundsicherung für Arbeitsuchende in der  
Landeshauptstadt Schwerin  
- ARGE Schwerin -  
und der  
RegioVision Schwerin GmbH

### **itf Innovationstransfer- und Forschungsinstitut für berufliche Aus- und Weiterbildung Schwerin**

Grevesmühlener Straße 18  
D-19057 Schwerin  
Telefon: +49 (0) 385 4885-130  
E-Mail: [info@itf-schwerin.de](mailto:info@itf-schwerin.de)  
Internet: [www.itf-schwerin.de](http://www.itf-schwerin.de)

Dipl.-Psych. Pamela Buggenhagen  
Schwerin, Dezember 2006

# Inhalt

<b>Inhalt.....</b>	<b>2</b>
<b>1   Ziele und Aufgaben des JobCenter 50<sup>+</sup> .....</b>	<b>3</b>
<b>2   Charakterisierung der Zielgruppe.....</b>	<b>5</b>
2.1. Anlage der Analysen.....	5
2.2. Angaben zur Zielgruppe .....	5
2.2.1. Aktuelle Lebenssituation .....	5
2.2.2. Voraussetzungen für Erwerbsarbeit.....	7
2.2.3. Arbeitslosigkeit und eigene Aktivitäten .....	8
2.2.4. Vermittlungshemmnisse aus Sicht der Jobmentoren.....	12
2.3. Schlussfolgerungen für die Projektarbeit .....	13
<b>3   Projektergebnisse .....</b>	<b>16</b>
3.1. Kundenaktivierung .....	16
3.1.1. Kundenakquise .....	16
3.1.2. Stärkenanalysen .....	16
3.1.3. Integrationsbegleitung .....	16
3.1.4. Sozialpädagogische Betreuung .....	18
3.1.5. Aktivierungsmodule .....	18
3.2. Unternehmenskontakte.....	20
3.2.1. Aufbau und Entwicklung der Unternehmenskontakte .....	20
3.2.2. Akzeptanz bei den Unternehmen.....	20
3.2.3. Aktive Unternehmenskontakte .....	22
3.3. Vermittlung in Erwerbsarbeit.....	22
<b>4   Erfolgsfaktoren der Projektarbeit .....</b>	<b>24</b>
4.1. Leitbild und Philosophie des JobCenter50 <sup>+</sup> .....	24
4.2. Qualifikation und Kompetenz der Projektmitarbeiter.....	27
4.3. Rahmenbedingungen der Projektarbeit .....	27
4.4. Aufbau von Aktivierungsnetzwerken.....	29
4.5. Qualitätssicherung und Evaluation .....	31
4.6. Einschätzungen durch den Projektträger.....	32
<b>5   Qualitätssicherung.....</b>	<b>40</b>
5.1. Selbstevaluation .....	40
5.1.1. Kundendatenbank COBRA .....	40
5.1.2. Effektivitätsanalysen .....	40
5.1.3. Evaluation der Aktivierungsmodule.....	40
5.2. Externe Evaluation.....	41
5.2.1. Eingangsbefragung der Zielgruppe.....	41
5.2.2. Zielfeinsteuern und -operationalisierung .....	41
5.2.3. Tiefeninterviews mit den Jobmentoren .....	45
5.2.4. Kundenzufriedenheitsanalyse .....	45
<b>6   Zusammenfassung.....</b>	<b>49</b>

# 1 | Ziele und Aufgaben des JobCenter 50<sup>+</sup>

Die Integration älterer Arbeitssuchender in den deutschen Arbeitsmarkt bleibt problematisch. Mit zunehmendem Alter und Dauer von Arbeitslosigkeit sinken die Chancen auf eine Rückkehr ins Arbeitsleben rapide. Deutschland darf es sich aus ökonomischer und sozialpolitischer Sicht nicht mehr leisten, Ältere aus dem Arbeitsprozess zu verdrängen oder sie längere Zeit in Arbeitslosigkeit zu belassen.

Im Jahre 2005 waren bundesweit durchschnittlich 1,2 Millionen Arbeitslose ab einem Alter von 50 Jahren registriert, davon waren 580.000 über 55 Jahre alt. Die Erwerbsbeteiligung der Altersgruppe 55 bis 64 lag bei 45,4 %. Nach wie vor gibt es ein deutliches Missverhältnis zwischen der Arbeitslosen- und Erwerbstätigenquote Älterer im Vergleich zu anderen Altersgruppen.

Wenn ältere Arbeitnehmer noch die Chance haben im Erwerbsleben zu bleiben, dann trifft das fast ausschließlich auf Bereiche der öffentlichen Verwaltungen und auf sehr große Unternehmen zu. Bezieht man diese Tatsache auf die Unternehmenslandschaft Mecklenburg-Vorpommerns - wo Betriebe solcher Größenordnung kaum zu finden sind - dann wird deutlich, wie sehr diese Struktur zum Problem für eine Gruppe von Personen wird, deren Alter die Grenze von 50 Jahren überschritten hat.

Aktuell entwickelt sich ein zunehmendes Problembewusstsein in Politik und Arbeitsverwaltung. Die durch Minister Müntefering im November 2006 gestartete neue Initiative 50plus ist ein deutlicher Beleg dafür.

Einerseits sollen mit geeigneten Maßnahmen direkte kurz- und mittelfristige Effekte für die Betroffenen und ihre Integration in die Arbeitswelt erzielt werden. Andererseits ist es aber auch unabdingbar, langfristig einen anderen gesellschaftlichen Blick auf die ältere Generation sowie ihre Lern- und Leistungsfähigkeit zu prägen.

Die Arbeitsgemeinschaft zur Grundsicherung für Arbeitssuchende in der Landeshauptstadt Schwerin - ARGE Schwerin - beauftragte im Ergebnis der dargestellten Situation die RegioVision Schwerin GmbH mit der Umsetzung eines Integrationsprojektes für Arbeitssuchende ab einem Alter von 50 Jahren. Das dazu eingerichtete JobCenter50<sup>+</sup> bietet seit dem 15.12.2005 durchschnittlich 250 Langzeitarbeitslosen der ARGE Schwerin dieses Alters eine zusätzliche Möglichkeit zur Verbesserung ihrer Erwerbssituation.

Die Arbeitssuchenden (Kunden) erhalten einen Gutschein, der die Aktivierung und Begleitung durch Jobmentoren ermöglicht.

Die Kunden des JobCenter 50<sup>+</sup> durchlaufen im Rahmen dieses Projektes zunächst eine zweitägige Stärkenanalyse und nutzen bei Bedarf Aktivierungsmodule im JobCenter 50<sup>+</sup> zu Themen wie Computeranwendungen, Kommunikation, Selbstpräsentation und Gesundheitswissen.

Die Teilnahme an diesem zusätzlichen Angebot ist für die Kunden freiwillig. Mit dem Eintritt ins JobCenter50<sup>+</sup> gehen sie jedoch die Verpflichtung ein, aktiv an ihrer Reintegration mitzuwirken.

Ein Team von 4 Jobmentoren akquiriert freie Stellen in der Wirtschaft und bereitet die Integration der Kunden in enger Abstimmung mit den Arbeitgebern und dem Arbeitgeberservice vor. Es wurde eine Eingliederungsquote in Arbeit von 20 % erwartet.

Nach knapp einjähriger Projektlaufzeit gilt es, den Projektverlauf zu evaluieren und damit erste Ergebnisse zu dokumentieren, sowie Erkenntnisse und Schlussfolgerungen für eine mögliche Projektfortführung abzuleiten.

Die Evaluation erfolgte sowohl summativ (bewertend-bilanzierend) als auch formativ (begleitend). Diese Vorgehensweise ermöglicht eine Überprüfung von Wirkungen sowie eine Betrachtung der Zielerreichung des Projektes.

Neben den quantitativen Auswertungen wurden auch qualitative Betrachtungen angestellt. Die detaillierte Beschreibung des Vorgehens der Projektverantwortlichen und die Einschätzungen der Kunden selbst sollen den Prozess der Projektarbeit nachvollziehbar darstellen und damit über die Grenzen des Projektes hinaus nutzbar machen. Insofern kann diese Expertise einen Beitrag zur Nachhaltigkeit des zu beurteilenden Projektes leisten.

Folgende sozialwissenschaftliche Analysemethoden kamen zur Erstellung der Expertise zum Einsatz:

- Dokumentenanalysen
- Analyse der Datenbank
- schriftliche Befragung von 100 Kunden des JobCenters zur Charakterisierung der Zielgruppe
- teilnehmende Beobachtung
- leitfadengestützte Experteninterviews mit den Jobmentoren
- schriftliche Kurzbefragung (Fragebogen) von 70 Kunden zur Einschätzung der Arbeit des JobCenters
- leitfadengestütztes Experteninterview mit dem Geschäftsführer der RegioVision Schwerin GmbH – als Träger des JobCenter50<sup>+</sup>.

## 2 | Charakterisierung der Zielgruppe

---

### 2.1. Anlage der Analysen

Im Frühjahr 2006 wurden im Rahmen der externen Evaluation eine anonyme Befragung von 100 zufällig ausgewählten Kunden des JobCenters 50<sup>+</sup> durchgeführt. Ziel war es, so umfangreiche und gesicherte Informationen über die Kundschaft zu erhalten. Die Aktivierungsmaßnahmen sollten daraufhin noch stärker auf die individuellen Situationen aber auch Voraussetzungen, Einschätzungen und Vorstellungen der Kunden ausgerichtet werden. Um die Veränderungen vom Zeitpunkt der Befragung im Frühjahr 2006 bis zum Herbst 2006 berücksichtigen zu können, wurden die Ergebnisse mit den Inhalten der Projektdatenbank COBRA abgeglichen. Gleichzeitig diente der Abgleich mit der internen Datenbank dazu, die Selbstaussagen der Kunden - welche immer die eigene Sicht widerspiegeln - auf deren Wahrheitsgehalt hin zu prüfen.

Die Analyse der Datenbank ermöglichte ebenfalls eine summative Erfassung der Projektergebnisse sowie Analysen zu bestimmten Fragestellungen für alle innerhalb der Projektlaufzeit betreuten Kunden. Im Verlaufe der Tätigkeit des JobCenters wuchs der Kundenstamm auf rund 280 betreute Personen an.

Darüber hinaus erfolgten Befragungen der Mitarbeiter sowie Workshops und Beratungen zu Themen wie Leitbilddefinition, Zieloperationalisierung, Dokumentation und Datenbank, Qualitätssicherung oder auch Selbstevaluation, deren Analysen eine Reihe von Bewertungen der Arbeit des JobCenters50<sup>+</sup> aber auch zur Zielgruppencharakteristik möglich machen.

### 2.2. Angaben zur Zielgruppe

---

#### 2.2.1. Aktuelle Lebenssituation

---

##### **Alter und Geschlecht**

Im JobCenter wurden seit der Eröffnung 281 Kundinnen und Kunden im Alter von 50 bis 60 Jahren begleitet. 52,3 % der Kunden sind dabei der Altersgruppe zwischen 50 und 55 Jahren und 44,5 % der Altersgruppe zwischen 56 und 60 Jahren zuzuordnen. Fast genau zur Hälfte teilen sich die Kunden in Männer und Frauen auf.

##### **Lebenssituation**

Circa 45 % der Befragten sind verheiratet, 34 % der Befragten sind geschieden, weitere 13 % sind ledig und fast 8 % leben getrennt oder sind verwitwet. Der offizielle Familienstand stimmt oftmals nicht mit der realen Lebenssituation überein.

Im Rahmen der Befragung zeigte sich, dass in einer Vielzahl der Fälle Kinder bereits aus dem Haus waren und gut die Hälfte der Kunden allein lebt. In der Regel wohnen die Kunden zur Miete im städtischen Gebiet (87 %).

### **Berufstätigkeit**

75 % der Befragten waren zum Zeitpunkt der Befragung nicht erwerbstätig, wobei 13 % ihre Situation mit einer geringfügigen Beschäftigung verbesserten. Mit Blick auf die Herkunftsberufe der befragten Kunden gab kaum Mehrfachnennungen hinsichtlich der erlernten Berufe und bereits ausgeübten Tätigkeiten. Das vorzufindende Spektrum an erlernten Berufen und ausgeübten Tätigkeiten ist hoch, liegt aber meist auf dem Facharbeiter-niveau. Dabei lassen sich keine Branchen besonders hervorheben. So individuell wie die vor der Arbeitslosigkeit ausgeübten Tätigkeiten sind auch die Vorstellungen für die zukünftigen Tätigkeiten.

### **Freizeitaktivitäten**

Dazu nannten die Befragten bestimmte Aktivitäten, die hier in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit aufgeführt sind:

- Gartenarbeit / Haus
- Lesen / Literatur
- Sport, oft Rad fahren oder schwimmen
- wandern, spazieren gehen
- Ausflüge, Bekanntenbesuche
- Handarbeit, Malen, Basteln, Fotografie, Modelbau u. a.

Einige üben die Freizeitaktivitäten lieber allein aus und andere suchen sich dazu einen Partner. Diese sind meist der/die Lebenspartner/in, Freunde und Bekannte. Es fällt auf, dass zur Ausführung dieser Aktivitäten in der Regel nur geringe finanzielle Aufwendungen notwendig sind. Hier zeigte sich, dass auf Grund der oft langjährigen Arbeitslosigkeit „teurere“ Aktivitäten nicht finanzierbar sind und daher auch kaum genannt wurden.

### **Gesundheitliche Einschränkungen**

Von den 100 Befragten haben 60 % keine gesundheitlichen Probleme angegeben. Wenn hierzu im Fragebogen geantwortet wurde, dann lagen hauptsächlich altersbedingte, meist körperliche, Krankheiten vor (Knie, Wirbelsäule, Bandscheibe, Herz-/ Kreislauf).

Ein Abgleich mit der Projektdatenbank zeigte jedoch andere Ergebnisse. Aus den direkten Gesprächen der Jobmentoren mit ihren Kunden ergab sich, dass rund 67 % aller Kunden körperliche Probleme haben, 26 % psychische Probleme und ca. 7 % Suchtprobleme äußern. Dabei kann es vorkommen, dass einzelne Kunden auch mehrere Probleme auf sich vereinen. Diese unterschiedlichen Befunde zeigen deutlich die Grenzen rein quantitativer Erhebungen auf. Ohne zusätzliche Prüfungen hinsichtlich der Plausibilität von Daten über qualitative sozialwissenschaftliche Instrumente kommt man gerade in sensiblen Fragebereichen nicht aus.

### Allgemeine Lebenszufriedenheit

Auf einer Skala von 0 (ganz und gar unzufrieden mit dem Leben) bis zu 10 (ganz und gar zufrieden) liegt der Mittelwert der Befragten bei 5,4. Die Tendenz geht hin zu „eher zufrieden“, wobei ca. ein Drittel der der Befragten sich unschlüssig zeigte und genau die Mitte zwischen 0 und 10 ankreuzte (Frauen antworten leicht zufriedener). Insgesamt kreuzen aber immerhin 74 % die Mitte oder besser an.

Vergleichbare Untersuchungen bestätigen die Annahme, dass gerade die hier betrachtete Altersgruppe sich eher arrangiert hat und demzufolge die Unzufriedenheit nicht so stark ausgeprägt ist wie zum Beispiel bei jüngeren Arbeitslosen. Ab einem Alter von 56 Jahren sind in unserer Stichprobe zum Beispiel keine „sehr unzufriedenen Personen“ mehr dabei.

Ich finde das "Arbeitslos sein" schlimm.	Diese Aussage wird im Alter von 25-34 als sehr zutreffend empfunden, danach leicht abnehmend und ab ca. 55 Jahren dann als weniger schlimm eingeschätzt.
--	--

### Aspekte der Lebenszufriedenheit

Alle Aspekte, die im eigenen Einflussbereich - wie die eigene Familie und das soziale Umfeld - liegen, werden als sehr zufriedenstellend beurteilt. Aspekte, die stärker außerhalb des eigenen Einflussbereichs liegen - wie Politik, Wirtschaft, Arbeit - werden negativ bis sehr negativ bewertet. Dabei bezieht sich die Unzufriedenheit in starkem Maße auf die fehlende Erwerbsarbeit und damit zusammenhängende Faktoren, wie den Lebensstandard.

---

## 2.2.2. Voraussetzungen für Erwerbsarbeit

---

### Schulische Bildung

- 38 % der Kunden verfügen über einen Hauptschulabschluss bzw. verließen nach der 8. Klasse die Schule
- 52 % schlossen ihre Schulzeit nach der 10. Klasse ab und erreichten damit nach heutigen Maßstäben den Realschulabschluss
- etwa 1 % der Kunden schlossen nur die 5. / 7. oder 9. Klasse ab
- 9 % der Befragten haben das Abitur erworben

### Berufliche Bildung

- immerhin 70 % aller Kunden können eine Facharbeiterausbildung nachweisen, wovon einzelne auch aufbauende Abschlüsse wie Fachwirt, Meister oder Technikerabschluss erworben haben
- 15 % der Kunden haben keine Beruf erlernt
- 15 % der Kunden können einen Hochschul- oder Universitätsabschluss vorweisen

## **Mobilität**

- rund 50 % der Befragten möchten am Wohnort arbeiten
- 17 % erklären eine Bereitschaft, im Tagespendelbereich arbeiten zu wollen
- 20 % der Kunden können sich einen Einsatz in der Region Schwerin vorstellen
- nur ca. 12 % würden noch längere Fahrstrecken und einen überregionalen Einsatz und nur 3 % einen Umzug in Kauf nehmen
- 142 von 281 Kunden des JobCenters besitzen einen PKW-Führerschein (ca. 50 %), 7 % haben einen LKW und PKW-Führerschein
- 85 Personen können über ein eigenes Auto verfügen (30 %)

## **Qualifizierungsbedarf aus Sicht der Kunden**

Im Zuge der Fragebogenerhebung geben 58 % der Befragten an, einen Bedarf an Qualifizierung oder zur Auffrischung ihrer Kenntnisse und Fähigkeiten zu haben. Dabei werden PC-Kenntnisse am häufigsten genannt, spezifische Fachkenntnisse hingegen spielen eine geringe Rolle.

Fast die Hälfte der Personen, die auf diese Frage antworteten, würde sich von 10 bis zu 35 Stunden in der Woche weiterbilden, dann gern vormittags. 9 Personen würden sogar 40 Stunden in der Woche für Weiterbildungen aufbringen wollen.

Auch hier finden sich nach Einschätzungen der Jobmentoren Diskrepanzen zwischen den Selbstaussagen und den im Rahmen der Begleitung festgestellten Bildungsbedarfe. Die Dauer der Arbeitslosigkeit und die damit zunehmende Entfernung von aktuellen wirtschaftlichen Anforderungen tragen dazu bei, dass die Betroffenen selbst kaum noch einschätzen können, was notwendig und damit zu lernen wäre.

## **Bedeutung von Erwerbsarbeit aus Kundensicht**

Auf einer Skala von 0 (Arbeit ist gar nicht wichtig) bis zu 10 (Arbeit ist sehr wichtig) liegt der Mittelwert aller Befragten bei 8,55. Erwerbsarbeit wird damit von der Mehrheit der Befragten als extrem bedeutsam eingeschätzt (dabei von den Männern etwas stärker als von den Frauen).

Arbeit wird als ein zentraler Teil des Lebens angesehen, der Umgang mit dem „Fehlen von Arbeit“ ist jedoch unterschiedlich und verändert sich mit dem Alter.

---

### **2.2.3. Arbeitslosigkeit und eigene Aktivitäten**

---

Die folgenden Einschätzungen zur eigenen Situation und zum Umgang mit der Arbeitslosigkeit basieren auf die anonyme Befragung der zufällig ausgewählten 100 Kunden des JobCenter 50<sup>+</sup>.

## Dauer der Arbeitslosigkeit

bis 6 Monate arbeitslos	11 %
zwischen 7 und 12 Monaten arbeitslos	5 %
zwischen 13 und 24 Monaten arbeitslos (1-2 Jahre)	12 %
zwischen 25 und 36 Monaten arbeitslos (2-3 Jahre)	7 %
zwischen 37 und 72 Monaten arbeitslos (3-6 Jahre)	28 %
zwischen 73 und 108 Monaten arbeitslos (6-8 Jahre)	5 %
länger als 9 Jahre arbeitslos	13 %

Fast die Hälfte aller Befragten (46 %) ist länger als 3 Jahre arbeitslos.

## Wirkungen der Arbeitslosigkeit

Folgende Aussagen treffen für die Befragten

am meisten zu:

1. Die mit der Arbeitslosigkeit verbundene Unsicherheit beunruhigt mich. (Mittelwert 1,08)
2. Mir fehlt der Kontakt zu Kollegen. (2,09)
3. Ich kann mich auf Dinge konzentrieren, die mir Spaß machen. (2,13)

am wenigsten zu:

1. Ich finde das "Arbeitslos sein" nicht so schlimm. (3,31)
2. In der Familie gibt es mehr Ärger und Streit. (3,31)
3. Ich habe weniger Kontakt zu Freunden. (2,70)

*Erklärung zum Mittelwert: Wert 1 = trifft vollkommen zu / Wert 4 = trifft überhaupt nicht zu*

## Einstellungen zur Arbeit

Die ersten der folgenden 5 Aussagen treffen auf die Befragten sehr gut bis eher zu, während die letzten 5 Aussagen kaum oder gar nicht mehr passen.

Ich brauche ein geregeltes Einkommen, um meinen Lebensstandard zu halten.	1,61
Ich kann gut mit jüngeren Kollegen zusammenarbeiten.	1,82
Wenn mir meine Arbeit Freude macht, arbeite ich auch gern länger.	1,84
Ich kann in meinem Beruf dasselbe leisten wie jüngere Menschen.	2,28
Ich habe es gern, wenn ich konkrete Anweisungen erhalte, was ich tun soll.	2,29
Ich möchte mir den Tagesablauf nach meinen Vorstellungen einteilen.	2,59
Ich brauche mehr Zeit für Regeneration und Erholung als jüngere Mitarbeiter.	2,67

Ich benötige aufgrund gesundheitlicher Einschränkungen besondere Arbeitsbedingungen.	2,73
Ich möchte viel Zeit für meine Hobbys und Interessen haben.	2,91
Ich möchte durch meine Arbeit auch andere Regionen kennen lernen.	3,20

Erläuterung zum Mittelwert:

Minimum Wert 1 = trifft vollkommen zu  
Maximum Wert 4 = trifft überhaupt nicht zu

### Berufliche Perspektive aus Sicht der Kundinnen und Kunden

Die Perspektiven auf dem Arbeitsmarkt werden von den Befragten selbst als sehr schlecht eingestuft (Mittelwert 3,03). Dabei wird die Möglichkeit, in einer anderen als der erlernten oder bislang hauptsächlich ausgeübten Tätigkeit eine Arbeitsstelle zu finden, als geringfügig besser eingeschätzt (MW 2,61). Für 61 % der Befragten ist eine Rückkehr zum ehemaligen Arbeitgeber ausgeschlossen, für immerhin 33 % jedoch denkbar.

### Motive zur Teilnahme am JobCenter

Auf die Frage, warum Sie den Weg ins JobCenter gegangen sind, antworten die Kunden entsprechend der folgenden Auflistung, wobei die letzten 4 Aussagen kaum noch auf die Kunden des JobCenters zutreffen.

Ich möchte nicht mehr arbeitslos sein.	1,46
Ich möchte trotz meines Alters einer beruflichen Tätigkeit nachgehen	1,56
Ich möchte nicht immerzu nachweisen müssen, dass ich mich um Arbeit bemühe.	1,92
Ich erwarte einen besseren Kontakt zur Arbeitswelt.	1,97
Ich möchte neue Menschen kennen lernen.	2,08
Ich möchte kostenlose Weiterbildungen nutzen.	2,09
Die Arbeitsagentur/ ARGE hat mir eine Teilnahme empfohlen.	2,21
Ich möchte neue Ideen gewinnen.	2,24
Ich möchte für betriebliche und technische Veränderungen gerüstet sein.	2,44
Ich möchte meinen Arbeitsplatz sichern und erhalten.	2,52
Meine Familie hat sich dafür ausgesprochen.	3,01
Ich möchte mir eine eigene berufliche Existenz aufbauen.	3,46

Erläuterung zum Mittelwert:

Minimum Wert 1 = trifft vollkommen zu  
Maximum Wert 4 = trifft überhaupt nicht zu

## Bewerbungsaktivitäten

73 % der Befragten bemühen sich nach eigenen Angaben aktiv und verschicken 1-6 Bewerbungen im Monat.

0 Bewerbungen im Monat	1 %
1-2 Bewerbungen im Monat	16 %
3-4 Bewerbungen im Monat	44 %
5-6 Bewerbungen im Monat	13 %
7-8 Bewerbungen im Monat	3 %
9-10 Bewerbungen im Monat	1 %
mehr als 10 Bewerbungen im Monat	1 %

Bezüglich der hier durch die Kunden gemachten Angaben äußern die Jobmentoren erhebliche Zweifel am Wahrheitsgehalt. Ihre Einschätzungen gehen von durchschnittlich wesentlich geringeren Aktivitäten aus, wobei in Einzelfällen aber auch massive Bemühungen bestätigt werden.

## Form der Bewerbungsaktivitäten

Je nach Anforderung aber auch Möglichkeiten der Arbeitssuchenden wird die Form der Bewerbung angepasst. So werden meist die klassischen Bewerbungsunterlagen versendet. Relativ oft geben die Befragten aber auch an, persönlich vorzusprechen oder erst einmal anzurufen, um Kontakt aufzunehmen.

...schriftlich mit einem Anschreiben und einer Bewerbungsmappe	<b>2,68</b>
...schriftlich, nur mit einem Anschreiben	1,96
...schriftlich, nur mit einer Bewerbungsmappe	1,84
...persönlich, ich gehe selbst zum Unternehmen	<b>2,45</b>
...nur telefonisch	<b>2,45</b>
...telefonisch und schicke dann meine Unterlagen	<b>2,25</b>
...ich schicke meine Unterlagen per E-Mail	1,40

Erläuterung zum Mittelwert:

Minimum Wert 1 = nie / Maximum Wert 4 = immer

## Informationen über offene Stellen

Folgende Aktivitäten treffen

am häufigsten zu:

1. Ich verfolge Stellenangebote in Zeitung. (1,23)
2. Ich informiere mich bei Bekannten/ Verwandten. (2,19)
3. Ich nutze das Internet. (2,46)

am wenigsten zu:

1. Ich nutze Zeitarbeitsfirmen. (4,41)
2. Ich gebe selbst Stellenanzeigen auf. (4,23)
3. Ich nutze die private Arbeitsvermittlung. (3,72)

Erklärung zum Mittelwert:

Wert 1 = täglich bis wöchentlich

Wert 3 = alle 2- 3 Monate

Wert 5 = nie

### **Aktivitäten und Dauer der Arbeitslosigkeit**

Die arbeitslosen Kunden des JobCenters lesen die Stellenanzeigen in der Zeitung, nutzen das Internet, fragen selbst bei Arbeitgebern aber auch im Bekanntenkreis nach. Eine geringere Rolle in der Jobsuche spielt das Arbeitsamt, private Arbeitsvermittler oder Zeitarbeitsfirmen. Das Internet nutzen einige der Befragten sehr oft und andere dafür nie (Problem der Verfügbarkeit). Je länger die Arbeitslosigkeit andauert, umso größer ist der quantitative Rückgang der Bewerbungsaktivitäten.

### **Stellenanforderungen und Vermittlungswünsche aus Sicht der Kunden**

Im Rahmen der individuellen Gespräche mit den Jobmentoren werden konkrete Angaben und eigene Vorstellungen bzgl. eines „Wunsch-Arbeitsplatzes“ geäußert, wobei Mehrfachnennungen möglich waren.

- 68 % der Kunden möchten eine Vollzeitbeschäftigung
- für 41 % der Kunden ist auch eine Teilzeitbeschäftigung denkbar
- nur ca. 6 % sind an einem 400 €-Job interessiert
- nur ca. 7 % möchte 165 € hinzuverdienen
- rund 10 % denken über einen 100 €-Job nach
- 6,5 % wären über einen „1 €-Job“ froh
- 30 % der Kunden würden auch in Schichten arbeiten

---

### **2.2.4. Vermittlungshemmnisse aus Sicht der Jobmentoren**

Im Zuge der Systematisierung der Arbeit durch Jobmentoren wurden im Verlaufe der individuellen Begleitung Vermittlungshemmnisse dokumentiert. Diese sollten den Jobmentoren helfen, schnell eine Kurzeinschätzung zur betreffenden Person mit Blick auf deren Vermittlungschancen parat zu haben. Diese Kurzeinschätzungen wurden nach erfolgter Stärkenanalyse erstellt, im Verlaufe der weiteren Begleitung präzisiert und in der internen Projektdatenbank abgelegt.

Diese Dokumentation ermöglicht eine statistische Auswertung hinsichtlich der vorzufindenden Vermittlungshemmnisse aller 255 aufgenommenen Kunden, wobei ausschließlich anonymisierte Daten verarbeitet wurden. Die folgenden Hemmnisse wurden durch die Jobmentoren auf Grund ihrer Vermittlungserfahrungen selbst zusammengestellt, wobei auch hier für die einzelne Person Mehrfachnennungen möglich waren.

mangelnde Mobilität	62 %
mangelnde Flexibilität	27 %
Qualifizierungsdefizit	27 %
Resignation	25 %
Antriebslosigkeit	16 %
familiäre Belastungen	15 %
Sattheit	13 %
unrealistische Jobwünsche	9 %
überzogene Gehaltsansprüche	4 %

Die Jobmentoren dokumentierten Hemmnisse, die oft in der Person und ihren individuellen Voraussetzungen, aber auch in der langen Arbeitslosigkeit begründet liegen. Wer über mehrere Jahre ohne Arbeit ist, besitzt oft kein Auto mehr, hat nicht mehr die Möglichkeiten hinsichtlich der eigenen Qualifizierung „am Ball“ zu bleiben und entfernt sich so immer weiter von der Arbeitswelt. Für viele Arbeitslose ist dann Resignation und Antriebslosigkeit die Folge. Deutlich wird, dass Urteile wie „die Arbeitslosen wollen nicht“ oder „es geht ihnen noch zu gut“ (Sattheit) oder auch „sie haben unrealistische Vorstellungen“, zu pauschal sind und in der Mehrzahl der Fälle nicht zutreffen. Zwar sind auch solche Kunden immer dabei, jedoch sind diese eher die Ausnahmen als die Regel. Der Eindruck, den solche Zeitgenossen bei denen erzeugen, die sich um sie bemühen, ist jedoch scheinbar so nachhaltig, dass dies subjektiv zu Annahmen führt, der Anteil solcher Arbeitslosen sei wesentlich größer.

### 2.3. Schlussfolgerungen für die Projektarbeit

Die Eingangsbefragung unter 100 der 250 Kunden des JobCenters sowie die Auswertung der Projektdatenbank zeigte, dass viele der Arbeitssuchenden echte Langzeitarbeitslose mit einer viele Jahre andauernden Arbeitslosigkeit sind.

An der freiwilligen Befragung nahmen eher die stabilen und motivierten Kunden teil. Andere Kunden, dabei meist die schwierigeren Fälle, haben dies nicht ausfüllen können oder wollen und sind in der Regel gleich zur sozialpädagogischen Unterstützung an die entsprechenden Jobmentorin gelenkt worden. Daher erschien der Abgleich mit der Projektdatenbank und den Einschätzungen der Jobmentoren als notwendig.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass Arbeit und Familie auch für Arbeitssuchende sehr bedeutende Faktoren sind und die Lebenszufriedenheit der Befragten am meisten beeinflussen. Mit geringer werdenden Aussichten auf Arbeit gewinnt demzufolge die Familie noch mehr an Bedeutung.

Viele der Befragten haben sich mit ihrer Lebenssituation so gut es geht arrangiert.

Die Kunden des JobCenters sind zwar nicht mehr eingeschränkt bzgl. etwaiger Kinderbetreuungsverpflichtungen und insofern zeitlich flexibler als andere Arbeitssuchende. Dafür sind sie örtlich stärker gebunden und weniger mobil, damit räumlich weniger flexibel. Viele besitzen kein Auto um außerhalb des Nahverkehrsbereichs Arbeitsplätze erreichen zu können, dies schränkt ihre Mobilität zusätzlich ein.

Sie unternehmen mit unterschiedlicher Intensität das in ihrer Macht Stehende, um Arbeit zu finden, sind sich jedoch ihrer begrenzten Möglichkeiten und geringen Chancen bewusst. Sie stoßen auf Grund des Alters sowie der langen Zeit der Arbeitslosigkeit auf eine Vorverurteilung. Potenzielle Arbeitgeber sortieren ihre Bewerbungen aus, weil sie davon ausgehen, dass diese Arbeitskräfte weniger leistungsfähig sind. Das ist pauschal nicht richtig, obwohl es in Einzelfällen stimmen kann.

Die Eigenangaben bezüglich der Aktivitäten zur Jobsuche in der Befragung müssen kritisch hinterfragt werden. Diese Angaben decken sich nur zum Teil mit den Beobachtungen und Informationen der Jobmentoren. Diese gehen, gerade bei den über viele Jahre arbeitslosen Personen, von einer wesentlich geringeren Eigenaktivität aus. Sie haben viele Ängste und Hemmungen und sind daher auch weniger bereit, alternative Einsatzmöglichkeiten in Betracht zu ziehen.

Die Jobmentoren unterscheiden auf Grund ihrer Erfahrungen innerhalb ihrer zu betreuenden Kunden zwischen:

- Arbeitssuchenden, die nur wenig oder sehr konkrete Hilfe brauchen, dann aber gute Chancen auf Arbeit haben – damit oft kurzfristig vermittelbar sind,
- denjenigen, die viel Hilfe brauchen, diese annehmen und sich helfen lassen und dadurch bedingt Chancen auf Arbeit haben – diese brauchen längerfristige Unterstützung, sind dann motivierbar und auch vermittelbar,
- und denjenigen, die sehr reserviert bis misstrauisch sind, sich nicht öffnen und Hilfe ablehnen bzw. nur „pro forma“ annehmen, aber eigentlich keine Arbeitsangebote wollen - demzufolge auch nur schwer vermittelbar sind.

Hinsichtlich der prozentualen Verteilung der Kunden in diesen Gruppen schwanken die Schätzungen und beruhen auf den subjektiven Eindrücken aus der Arbeit der Jobmentoren. Sie geben meist jeweils ein Drittel an. Die geschilderte letzte Gruppe bildet zwar einen eher kleineren, aber nicht zu unterschätzenden Anteil von Personen, die sehr geringe Chancen auf Arbeit im ersten Arbeitsmarkt haben. Diesen müssen die Jobmentoren vielfältigste Vermittlungshemmnisse bescheinigen, welche sich trotz umfassender Bemühungen und Angebote nicht wesentlich verringern werden lassen.

Für diese Personengruppe hätten die Jobmentoren gern eine außerhalb des JobCenters liegende Lösung, um andere Arbeitssuchende in den Pool aufnehmen zu können.

Die Kunden des JobCenters benötigen durch die zweifache Benachteiligung - lange Dauer der Arbeitslosigkeit und Lebensalter über 50 Jahre - eine längerfristig angelegte Unterstützung und Motivation. Die Jahre andauernde Entfernung vom Arbeitsmarkt mit den geschilderten weitreichenden Konsequenzen ist meist nur schrittweise abzubauen. Dabei stellt sich jede Begleitung als „einmalig“ dar, da die individuellen Situationen und Möglichkeiten so unterschiedlich sind, dass für jeden der Kunden eine spezielle Lösung gefunden werden muss. Jeder noch so kleine Einstieg in eine Erwerbstätigkeit ist als Beendigung einer negativen Entwicklungsspirale zu werten sowie intensiv zu begleiten und zu unterstützen. Dann bestehen auch für diese Zielgruppe reale Chancen, anhaltende und „ausbaufähige“ Schritte in Richtung des ersten Arbeitsmarktes zu gehen sowie eine zunehmende Sicherung der eigenen Existenz zu erreichen.

## 3 | Projektergebnisse

---

### 3.1. Kundenaktivierung

---

#### 3.1.1. Kundenakquise

---

Die Kundenakquise wurde vom JobCenter in enger Zusammenarbeit mit der ARGE Schwerin realisiert. Hauptinstrument waren Informationsveranstaltungen, zu denen potenzielle Kunden durch die ARGE eingeladen wurden. Es wurden insgesamt 14 Informationsveranstaltungen mit insgesamt 271 Teilnehmern und Teilnehmerinnen in den Monaten Dezember 2005 sowie Januar 2006 durchgeführt. Sie fanden in den Räumen des JobCenters statt und wurden gemeinsam von Vertretern des JobCenters sowie der ARGE Schwerin bestritten. Über diese Veranstaltungen hinaus wurden 52 Einzelgespräche mit interessierten Arbeitssuchenden geführt. Etwas 80 % aller beworbenen Personen nahmen das Angebot zur Begleitung durch das JobCenter 50+ an. Die Akquise wurde zusätzlich durch Flyer und drei Artikel in der regionalen Presse unterstützt.

#### 3.1.2. Stärkenanalysen

---

255 aller Kunden haben die sogenannten Stärkenanalysen im JobCenter absolviert. Diese wurden durch den Kooperationspartner IMBSE in enger Zusammenarbeit mit den Jobmentoren durchgeführt. Für die Kunden war die innerhalb von 2,5 Tagen absolvierte Erfassung ihrer Stärken, Voraussetzungen und beruflichen Ziele sehr effizient. Die konzentrierte Durchführung, mit einer klar auf eine Integration in den Arbeitsmarkt ausgerichteten Zielstellung, wurde durch die Kunden positiv bewertet. Die Einbindung der Jobmentoren erzeugte darüber hinaus schnell und unkompliziert eine Möglichkeit, zu den jeweiligen Jobmentoren das für die anschließende Integrationsbegleitung notwendige Vertrauensverhältnis aufzubauen. Alle wesentlichen Ergebnisse der Stärkenanalysen sowie die erforderlichen Daten zur Person wurden in die interne Kundendatenbank eingepflegt und standen somit für die aufbauende Arbeit der Jobmentoren zur Verfügung.

#### 3.1.3. Integrationsbegleitung

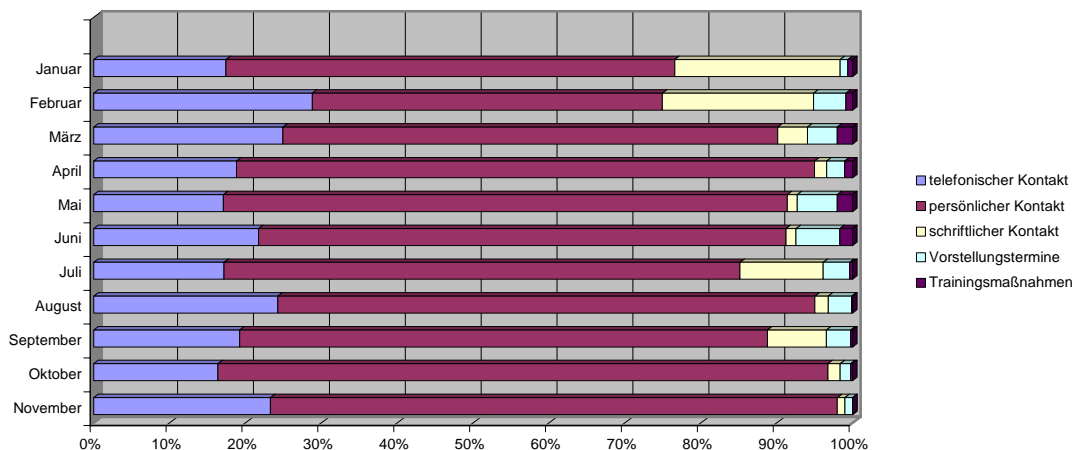
---

Grundlage einer erfolgsorientierten Begleitung der Arbeitssuchenden ist der Aufbau von gegenseitigem Vertrauen. Hierfür sind persönliche Gespräche unerlässlich. Daher wurde in der Absicherung dieser Kontakte auch ein Schwerpunkt gesetzt.

Monat	telefonischer Kontakt	persönlicher Kontakt	schriftlicher Kontakt	Vorstellungstermine	Trainingsmaßnahmen
Januar	85	288	106	5	3
Februar	168	269	116	25	5
März	172	449	27	27	14
April	143	579	12	18	8
Mai	143	622	11	44	17
Juni	181	579	11	48	14
Juli	138	546	88	28	3
August	235	686	17	30	1
September	161	582	65	27	2
Oktober	131	642	13	11	2
November	93	298	4	4	0
Gesamt	<b>1.650</b>	<b>5.540</b>	<b>470</b>	<b>267</b>	<b>69</b>

Die Werte verdeutlichen, dass anfänglich neben den persönlichen Kontakten ebenfalls versucht wurde, mit den Kunden telefonisch bzw. schriftlich ins Gespräch zu kommen. Im späteren Verlauf wurden die schriftlichen Kontaktversuche weniger bedeutsam und dafür jedoch die persönlichen Gesprächskontakte verstärkt. 60-70 % aller Kontakte basieren so auf dem persönlichen Gespräch. Der Anteil telefonischer Gespräche pegelte sich bei einem durchschnittlichem Wert von ca. 20 % ein.

Kontakte zu den Kunden



Die Zahl der organisierten Vorstellungstermine wuchs bis zum Beginn des Sommers stark an und nahm dann wieder etwas ab. Hier müssen sowohl die Aufbauphase des JobCenters und auch saisonal bedingt schwankende Arbeitskräftenachfragen berücksichtigt werden.

---

### 3.1.4. Sozialpädagogische Betreuung

---

Neben den vorrangig betriebenen Vermittlungsaktivitäten der Jobmentoren waren spezielle Begleitungsmaßnahmen für einen Teil der Kunden des JobCenter 50<sup>+</sup> vorgesehen. Bei sozial problematischen Umfeldern (Suchtprobleme, Schulden), psychischen Problemen oder gesundheitlichen Einschränkungen sollten diese Kunden professionell beraten werden können. Eine Jobmentorin mit sozialpädagogischer Ausbildung wurde mit dieser Aufgabe betraut.

Folgende Leistungen wurden in diesem Zusammenhang erbracht:

- Erstellung einer Haushaltsplanung und vorbereitende Schuldnerberatung (14 Kunden)
- Terminvereinbarung mit einem Schuldnerberater des Arbeitslosenverbandes (8 Kunden)
- Verweis an den Fallmanager der Arge (1 Kunde)
- beratende Tätigkeiten im Suchtbereich/ vorwiegend Alkohol (22 Kunden)
- beratende Tätigkeiten zu den Themen Depression, generalisierte Angstzustände (11 Kunden)
- Terminvereinbarung mit einem Facharzt (4 Kunden)

Zudem wurde im Modul „Gesundheit - Basiswissen“ intensiv auf das Thema Stressbewältigung eingegangen. Im weiteren Verlauf gestaltete sich eine Unterrichtsform, die mit einer Selbsthilfegruppe zu vergleichen ist.

Es zeigte sich generell ein hoher Gesprächs- und Beratungsbedarf der Kunden in den Bereichen Arbeit und Familie, Körperliche Behinderung, Rentenantrag, Hilfestellung bei der Bearbeitung von Formalitäten aller Art.

---

### 3.1.5. Aktivierungsmodule

---

Die Bildungsangebote, die sogenannten Aktivierungsmodule, waren im JobCenter integriert und von den Kunden freiwillig nutzbar. Sie hatten eine überschaubare Dauer (80 Stunden auf einige Wochen verteilt). Kundenfreundliche Unterrichtszeiten (zweimal pro Woche, jeweils vormittags oder nachmittags) sicherten bei Interesse und Motivation auch die Möglichkeit einer Teilnahme.

Die Module wurden von der Bildungsmanagerin des JobCenters erarbeitet, Curricula erstellt, Beantragungen bei der ARGE vorgenommen und bei Bestätigung die Kursdurchführung organisiert. Hierzu wurde ein Netzwerk an Dozenten aufgebaut, die einzelne Themenfelder abdecken und sich vor allem auf die Bedürfnisse der Kunden einstellen können.

Es bestand eine räumliche Nähe zwischen den beratenden Jobmentoren, den Schulungsräumen und dem Arbeitsplatz der Bildungsmanagerin.

Dadurch konnten alle Module genau verfolgt werden. In den Pausen bestand immer die Möglichkeit, Kontakt zur Bildungsorganisation aufzunehmen, so dass alle relevanten Aspekte von den Teilnehmern auf direktem Weg an die Verantwortlichen gelangten.

Die Themen der Aktivierungsmodule wurden den Kunden über die Jobmentoren vorgeschlagen und fanden statt, sobald sich eine Gruppe von 6-7 Teilnehmern zusammenstellen ließ. Einige Themen (EDV Grund- und Aufbaukurs) fanden immer Anklang, für andere musste intensiver geworben und informiert werden.

Über die Durchführung der Module in kleinen Gruppen entstanden zusätzliche Kontaktmöglichkeiten zwischen den Kunden und den Jobmentoren. Es konnten aktuelle Informationen weitergegeben und die Kontakte intensiviert werden. Gleichzeitig war es ein Ziel, den Kunden Kontakt untereinander zu ermöglichen. Sie konnten ihre Erfahrungen austauschen, sich untereinander Mut machen, Tipps geben und über kleine Erfolge berichten, die Außenstehende eventuell anders (be)werten würden, aber hier auf Wertschätzung bei den Betroffenen stoßen.

Aktivierungs- module	12/ 05 bis 02/ 06	03 - 06	04 - 06	05 - 06	06 - 06	07 - 06	08 - 06	09 - 06	10 - 06	11 - 06	Ge- samt
<b>Kommuni- kation</b> Stunden	0	245	490	375	545	470	492	165	320	320	3422
Anzahl TN		28	26	25	23	32	11	11	8	8	172
<b>Selbstprä- sentation</b> Stunden	0	115	330	400	280	205	200	340	520	220	2610
Anzahl TN		17	17	23	14	22	8	17	17	17	152
<b>IT Grundlagen</b> Stunden	0	510	905	1030	875	825	800	520	480	120	6065
Anzahl TN		52	51	57	46	59	16	28	12	12	333
<b>IT Training</b> Stunden	0	230	440	525	380	380	810	1060	1360	680	5865
Anzahl TN		23	22	21	19	39	18	53	34	34	263
<b>Gesundheit Basiswissen</b> Stunden	0	0	0	0	0	165	270	231	231	33	930
Anzahl TN		0	0	0	0	11	10	22	11	11	65
<b>durchschn. TN / Monat</b>		<b>30</b>	<b>29</b>	<b>32</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>25</b>
<b>durchschn. Std. / Monat</b>		<b>275</b>	<b>541</b>	<b>583</b>	<b>520</b>	<b>409</b>	<b>515</b>	<b>463</b>	<b>582</b>	<b>275</b>	<b>463</b>

## 3.2. Unternehmenskontakte

---

### 3.2.1. Aufbau und Entwicklung der Unternehmenskontakte

---

Die Jobmentoren brachten über die zurückliegenden Berufstätigkeiten, z. T. im Vertrieb größerer Unternehmen, vielfältige Unternehmenskontakte in die Vermittlungsaktivitäten mit ein. Zusätzlich wurden über die Vermittlungstätigkeiten bei vorherigen Arbeitgebern weitere Kontakte aufgebaut und weiterhin genutzt. Parallel dazu sind alle Jobmentoren sehr daran interessiert, permanent neue Kontakte zu suchen und über erste Vermittlungserfolge eine langfristige Zusammenarbeit aufzubauen. Diese Neuakquise erfolgt sowohl zielgerichtet und planmäßig als auch gewissermaßen „nebenbei“.

Das bedeutet, dass zum Beispiel alle Jobmentoren angeben, ihre regionalen Zeitungen unter bestimmten Prämissen zu lesen: Über welche Firmen wird berichtet? Was wird berichtet? Wo wird investiert? Wer sucht Personal? Welche Projekte und Netzwerke existieren in der Region? usw.

Auf der Suche nach Informationen haben die Jobmentoren auch in ihrer Freizeit immer Augen und Ohren offen, um interessante Angebote für ihre Kunden zu finden. So wird beim privaten Cafe-Besuch die Angestellte gefragt, ob „*evt. Aushilfen gesucht würden*“ oder es werden beim Durchfahren der Stadt Umwege gefahren, um auch kleinste oder noch unbekannte Firmenansiedlungen aufzuspüren. Auf Grund einer sichtlich hohen Arbeitsmotivation sowie der Persönlichkeitsstrukturen (u. a. eher extrovertiert, nach außen gerichtet, kontaktfreudig) der Jobmentoren werden diese zusätzlichen Aktivitäten nicht oder kaum als Belastung empfunden, im Gegenteil Arbeit und Freizeit werden nicht streng getrennt, fließen ineinander.

Können dann schnelle, punktgenaue und nachhaltige Vermittlungen umgesetzt werden, generieren diese die Basis für eine langfristige Zusammenarbeit mit den Unternehmern. Langfristige bestehende und bewährte Kontakte führten auch dazu, dass die Arbeitgeber von sich aus melden und nachfragen, wenn sie Bedarf an Arbeitskräften haben.

---

### 3.2.2. Akzeptanz bei den Unternehmen

---

Im JobMagazin, welches das JobCenter50<sup>+</sup> in Zusammenarbeit mit der ARGE Schwerin dreimal im Verlaufe des Projektjahres herausgab, konnten Unternehmer eindrucksvoll schildern, wie sie die Situation älterer Arbeitnehmer und Arbeitssuchende bewerten aber auch wie sie mit der Arbeit des JobCenters zufrieden sind. Auszugsweise werden hier Zitate und Einschätzungen wiedergegeben.

### **Bauunternehmer Hermann Schütt /Schwerin**

*„Vertrauen motiviert und macht Mut für neue Ideen“*

Das JobCenter50<sup>+</sup> und die Schweriner Firma Hermann Schütt GmbH wollen nach erfolgreich angelaufener Zusammenarbeit neue Wege zur Vermittlung älterer Langzeitarbeitsloser im Baugewerbe beschreiten. Geplant ist die Einführung eines Teilzeitmodells. Damit sollen mehr Arbeitslose Chancen auf dem Arbeitsmarkt bekommen und zugleich die für Ältere zunehmende körperliche Belastung auf dem Bau in Grenzen gehalten werden. Auf diesem Wege könne man *„denjenigen helfen, die alters- und gesundheitsbedingt nicht mehr voll tätig sein könnten, aber dennoch gerne wieder in ihrem Beruf arbeiten wollten“*, sagt Firmenchef Hermann Schütt. Mit einer Teilzeit von vier bis sechs Stunden täglich werde zum einem der Leistungsfähigkeit des Einzelnen besser entsprochen, zum anderen könne das Unternehmen auch in dieser Zeitspanne von den langjährigen Erfahrungen der Fachleute profitieren. Die laut Schütt *„bewährte Mischung jüngerer und älterer Arbeitnehmer“* könnte mit dem Projekt weiter ausgebaut werden. Gesicherte Auskünfte zur Motivation und zur körperlichen Fitness von Bewerbern ab 50 Jahren bekommen der Firmenchef und seine Bauleiter vom JobCenter50<sup>+</sup>. Diese Kriterien könnten in einem kurzen Bewerbungsgespräch oftmals nicht abschließend beurteilt werden, erklärt Schütt. Das könnten die Jobmentoren, zu denen sich im Laufe der Monate ein Vertrauen entwickelt habe, in einigen Fällen besser leisten.



### **Jutta Mudrak, Inhaberin der Firma Meckhawi**

*„Ältere haben großes Potenzial“*

Jutta Mudrak, Inhaberin der Firma Meckhawi (Mecklenburger Hauswirtschaft) nutzt häufig den Service des JobCenter50<sup>+</sup>. *„Ich beschäftige Frauen jeden Alters als Haushaltshilfe in Privat- und Geschäftshaushalten. Unsere Kunden bauen auf absolutes Vertrauen, Diskretion und Zuverlässigkeit. Sich mit einem privaten Haushalt zu identifizieren erfordert sehr viel Einfühlungsvermögen und Liebe zum Detail. Der Kunde erwartet nicht nur ein angenehmes Erscheinungsbild und freundliches Auftreten sondern schätzt den Fleiß, die Flexibilität und das Selbstbewusstsein seiner Haushaltshilfe. Ältere Arbeitnehmer haben durchaus dieses Potenzial. So habe ich durch das JobCenter50+ eine weitere Mitarbeiterin ... gefunden und konnte so eine Personallücke schließen. Selbst entsprechende Mitarbeiterinnen für unsere hauswirtschaftlichen Dienstleistungen zu finden ist sehr aufwändig, daher pflege ich schon seit vielen Jahren erfolgreich den Kontakt zu kompetenten Arbeitsvermittlern. Teamleiterin Britta Becker kennt meine Einstellungskriterien und ich kann mich fest darauf verlassen, dass sie erfüllt werden.“*



### **Rainer Lehmann, Inhaber der Firma**

**„LZ Personaldienstleistungen Rainer Lehmann“ / Schwerin**

*„Mit dem Instrument der „Arbeitnehmerüberlassung“ baue ich älteren Arbeitslosen eine Brücke in den regulären Arbeitsmarkt.“*

„50 plus“. Menschen dieser Altersgruppe haben die Natur der Dinge, das biologische Gesetz des Alterns gegen sich. ... *“Ich mache jedenfalls die Probe und versuche dieses Kapital zu nutzen. ... Also machen wir uns an die Arbeit und prüfen jeden Vorschlag des JobCenter50<sup>+</sup>. Mit dem Instrument Arbeitnehmerüberlassung biete ich insbesondere erfahrenen, zuverlässigen und mobilen Arbeitssuchenden im gewerblich-technischen Bereich eine Brücke in den regulären Arbeitsmarkt. Ich zahle nach Tarif und schließe unbefristete Arbeitsverträge. Damit sind Zeitarbeiter nicht schlechter gestellt, als andere Arbeitnehmer. Der Unterschied liegt allein darin begründet, dass der Arbeitnehmer in wechselnden Aufträgen arbeitet. Dies bedeutet eher einen Vorteil, denn auf diese Art und Weise lernt der Arbeitnehmer unterschiedliche Arbeitsbedingungen und Arbeitsmethoden in einer relativ kurzen Zeit kennen.“*

### 3.2.3. Aktive Unternehmenskontakte

Es konnten durch die Jobmentoren insgesamt 387 Unternehmenskontakte hergestellt werden. 52,5 % aller einbezogenen Unternehmen beschäftigen bis zu 10 Mitarbeiter, 32,2 % 10-50 Beschäftigte und immerhin 15,3 % beschäftigen mehr als 50 Mitarbeiter. Die folgende Übersicht zeigt die Verteilung der Unternehmen nach Branchen:

Dienstleistungsbereich	41,3 %
Gewerblicher Bereich	25,8 %
Handel	12,1 %
Kaufmännischer Bereich	1,3 %
Sozialer Bereich	6,5 %
sonstiges	19,7 %

### 3.3. Vermittlung in Erwerbsarbeit

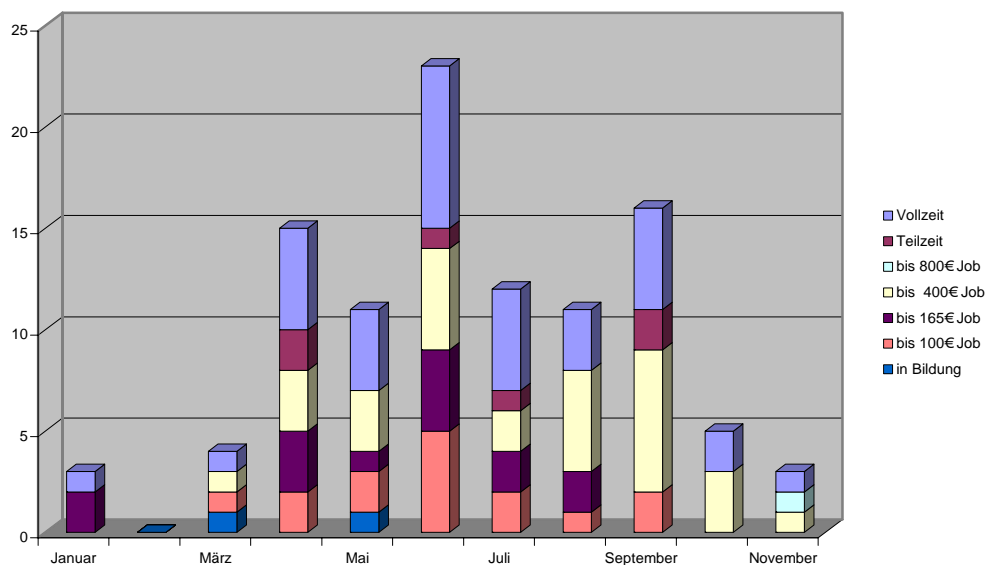
Die folgende Tabelle stellt die Ergebnisse bis zum Projektende dar.

Monat	Voll-zeit	Teil-zeit	bis 400€ Job	bis 800€ Job	bis 165€ Job	bis 100€ Job	in Bildung	Gesamt (ohne Bildung)
Januar	1	0	0	0	2	0	0	3
Februar	0	0	0	0	0	0	0	0
März	1	0	1	0	0	1	1	3
April	5	2	3	0	3	2	0	15
Mai	4	0	3	0	1	2	1	10
Juni	8	1	5	0	4	5	0	23
Juli	5	1	2	0	2	2	0	12
August	3	0	5	0	2	1	0	11
September	5	2	7	0	0	2	0	16
Oktober	2	0	3	0	0	0	0	5
November	1	0	0	1	0	0	0	2
<b>Gesamt</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Entsprechend der Definition „Abbau der Hilfebedürftigkeit“ gilt jede Tätigkeit, die einen Verdienst von über 100 € erbringt, als Vermittlungserfolg. Dementsprechend erfolgte die Dokumentation der Integrationsergebnisse.

100 Personen wurden innerhalb eines knappen Jahres im Rahmen des Integrationsprojektes für Arbeitssuchende ab einem Alter von 50 Jahren in Beschäftigung vermittelt. Hierbei ist der Anteil von Vollzeitstellen bemerkenswert. Immerhin sind circa ein Drittel aller vermittelten Stellen demnach Vollzeitstellen. Ein großer Teil dieser Anstellungen ist ohne eine Inanspruchnahme spezieller Fördermittel für Arbeitgeber (Einstellungszuschüsse) zustande gekommen. Die vermittelten Kunden wurden durchschnittlich 4 Monate im JobCenter 50<sup>+</sup> betreut.

**Entwicklung der Vermittlungserfolge**



An der Entwicklung der Zahlen wird deutlich, dass innerhalb der Aufbauphase des JobCenters und der Aufnahme einer großen Menge von Kunden zur Betreuung während der ersten drei Monate kaum Vermittlungseffekte zu verzeichnen waren. Erst nachdem ein hinreichend großer Kundenpool aufgebaut und die Arbeitssuchenden über die Stärkenanalysen und individuellen Gespräche kennen gelernt werden konnte, begann die intensive Vermittlungsarbeit der Jobmentoren.

Diese Bemühungen waren in den darauf folgenden drei Monaten von Erfolg gekrönt. Die Zahlen steigen bis zur Urlaubszeit sprunghaft an. Danach fallen diese wieder ab und pegeln sich auf einem etwas niedrigeren Niveau ein. Dieser Verlauf begründet sich damit, dass die Kunden mit dem größten Potenzial auch schnell vermittelt werden konnten. Danach setzte eine intensive Arbeit mit denjenigen Kunden ein, welche mehr Unterstützung, Begleitung und Motivation von Seiten der Jobmentoren benötigten. Die mit diesen Personen erreichten Vermittlungserfolge wiegen oftmals schwerer und müssten über Gewichtungsfaktoren eine besondere Hervorhebung erfahren.

Bezieht man diese Vermittlungsergebnisse auf die eingangs vorgenommene Charakterisierung der Zielgruppe mit ihren Vermittlungschancen und Vermittlungshemmnissen, dann lassen sich Schlussfolgerungen für die Organisation von Vermittlungsarbeit ableiten.

Folgt man der groben Drittelung der Kunden in eine Gruppe der sehr gut vermittelbaren, eine Gruppe der schwer – aber mit viel Unterstützung – vermittelbaren sowie der Gruppe der kaum vermittelbaren Arbeitslosen, bleiben die Vertreter der letzten Gruppe am längsten im Pool. Dies jedoch bei geringen Aussichten auf Erfolg. Hier sollte die Betreuungsart überdacht werden.

Die zweite Gruppe derjenigen Personen, die mit viel Unterstützung zu vermitteln sind, bräuchte dagegen eine von vornherein langfristig angelegte Begleitung durch ihre Jobmentoren. Vermittlungshemmnisse lassen sich dann stufenweise abbauen sowie der Zugang zum Arbeitsleben schrittweise auf- und ausbauen.

Kunden aus der ersten Gruppe lassen sich oftmals schnell vermitteln, sind dann aber auch aus dem Pool heraus. Gerade Nachfrage von Arbeitgebern zu speziellen oder aktuellen Bedarfen an Arbeitskräften, können ohne Vertreter aus dieser Gruppe oft nicht zügig genug befriedigt werden. Insofern wäre es sinnvoll, eine gewisse Anzahl neuer Kunden permanent in die Begleitung durch das JobCenter aufzunehmen.

## 4 | Erfolgsfaktoren der Projektarbeit

### 4.1. Leitbild und Philosophie des JobCenter50<sup>+</sup>

Die Tätigkeit der Mitarbeiter des JobCenter basierte von Anfang an stark auf bestimmte Werte und positiven Grundhaltungen gegenüber den Kunden. Die Geschäftsführung der RegioVision Schwerin GmbH sah hier einen entscheidenden Schlüssel, um den hohen Ansprüchen an die angestrebten Ergebnisse gerecht werden zu können. So erfolgte bereits die Personalauswahl unter diesem Blickwinkel. Die weitere Findung des Teams der Mitarbeiter fand dann auch immer unter diesen Prämissen statt. Die anfänglich mündlich formulierten Anforderungen an die Haltungen und Werte in der Arbeit mündeten in gemeinsam vertretene Grundsätze. Auf diese Weise entstand ein Leitbild, welches sowohl für die interne Ausrichtung der Arbeit als auch für die externe Darstellung des Herangehens richtungsweisend ist.

Dieses Leitbild ist eine klar gegliederte, langfristige Zielvorstellung des JobCenters 50<sup>+</sup> und beinhaltet, mit welchen Strategien diese Ziele erreicht werden sollen. Insofern ist das Unternehmensleitbild die Ausformulierung der Unternehmenskultur in Hinblick auf bestimmte Funktionen und Inhalte.

Es dient der Orientierung, der Integration und der Koordination und bildet die Grundlage für das Treffen von Entscheidungen. Das Leitbild enthält relevante Aussagen zur angestrebten Kultur (Umgang, Auftreten, Benehmen) im JobCenter. Es stellt die Verbindung von gewachsenem Selbstverständnis, der Unternehmensphilosophie (Gesellschafts- und Menschenbild, Normen und Werte) und der beabsichtigten Entwicklung, den quantitativen und qualitativen Zielen dar.

Die engagierte Beteiligung der Mitarbeiter des JobCenters an der Erstellung sowie Umsetzung dieses Leitbildes zeigt die hohe Motivation und Leistungsbereitschaft des Teams. Dabei dienen alle Aktivitäten dem zentralen Ziel „Vermittlungserfolge“, sollen diese effektiver, passgenauer und nachhaltiger machen.

Um diese Vermittlung erfolgreich zu organisieren, ist der intensive und persönliche Kontakt zwischen Arbeitssuchenden und Jobmentoren die wichtigste Voraussetzung. Je intensiver der Kundenkontakt erfolgen kann, umso konkreter können Voraussetzungen und Interessen aber auch Widerstände ermittelt werden, die den Jobmentoren die Suche nach dem passenden Angebot erleichtern. Schon der informelle, persönliche und herzliche Empfang aller Kunden im JobCenter ist ein erster Schritt in diese Richtung, der dann bei allen weiteren Kontakten konsequent weitergegangen wird. Die bewusst familiär gestaltete Atmosphäre im JobCenter führt zu einer Offenheit und Ehrlichkeit auf allen Seiten, die wiederum eine wesentliche Grundlage für das Ziel „Vermittlung in Arbeit“ darstellt. Das JobCenter ist keine Behörde und soll auch von den Kunden als „von einer Behörde verschieden“ wahrgenommen werden.

Das Leistungsspektrum des JobCenters umfasst klar definierte Bereiche und bezieht sich auf eine spezielle sowie deutlich abgrenzbare Kundengruppe, wonach sich die Tätigkeitsbereiche der Jobmentoren klar aufgliedern. Die Jobmentoren realisieren so:

- Stärkenanalysen / Aufnahmegespräche
- Vermittlungsaktivitäten
- Begleitung und Beratung
- Bildungsmodule
- Netzwerkaktivitäten

Die (nicht vollständige) Auflistung aller Tätigkeiten im Leitbild als auch im Rahmen der Ziel- und Aufgabenmatrix zeigt, welche Komplexität vorhanden und wohl auch notwendig ist, um erfolgreiche Vermittlungsarbeiten leisten zu können.

**Vision**

Erhöhung der Chancengleichheit für ältere Menschen  
Sensibilisierung der Gesellschaft für die Potenziale Älterer  
250 Langzeitarbeitslose über 50 Jahre erhalten eine zusätzliche Möglichkeit zur Verbesserung ihrer Erwerbssituation

**Identität**

Unser JobCenter-Team ist ein leistungsstarkes Team professioneller Akteure für eine berufliche Integration und Personalentwicklung arbeitssuchender Menschen.

**Werte**

**Anspruch:** Nachhaltigkeit, Verantwortung, Erfolg, Innovation, Sinnhaftigkeit  
**Arbeitsauffassung:** Qualität, Kundenorientierung, Sachverstand, Selbstständigkeit  
**Umgang miteinander und mit den Kunden:** Ehrlichkeit, Respekt, Integrität, Optimismus, Vertrauen, Loyalität, Zuverlässigkeit, Offenheit

**Glaubenssätze**

Wir unterstützen die berufliche Integration im Sinne von möglichst hoher Passgenauigkeit. Wir stellen die Menschen mit ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Mittelpunkt unserer Arbeit.

Wir sind in unserem Handeln und in unserer Kommunikation offen – nach innen und außen.

Wir sind kompetent und handeln verantwortungsvoll, Erfolge sind gemeinsame Erfolge.

Wir respektieren jeden Menschen als Individuum.

Wir setzen Vorhaben in machbare Handlungsschritte um.

Wir gestalten alle Maßnahmen gemeinsam mit den arbeitssuchenden Menschen.

**Strategische Ziele / Kernziele**

Mit unseren Kunden und Kundinnen eröffnen wir für ältere arbeitssuchende Menschen neue Chancen, die ihre persönliche und berufliche Lebenssituation verbessern.

Mit unseren Projekten finden wir neue Projektideen sowie Geschäftsfelder und profilieren uns unternehmerisch selbst.

Mit unseren Partnern initiieren wir arbeitsmarktrelevante Aktivitäten in der Region und geben Impulse für Wirtschaft, Politik und Verwaltung.

Wir transferieren unsere Erfahrungen und Konzepte und lernen von unseren Partnern.

**Operative Ziele / Ergebnisse**

Wir entwickeln eine ganzheitliche Beratung und Unterstützung.

Wir erarbeiten innovative Produkte zur beruflichen Integration.

Wir erarbeiten Konzepte für spezielle Tätigkeitsfelder für ältere Arbeitssuchende.

Wir führen arbeitsmarktrelevante und zielgruppengerechte Weiterbildungen durch.

Wir bauen ein Netzwerk hauptamtlicher und ehrenamtlicher Partner auf.

Wir gewährleisten die Arbeitsfähigkeit des JobCenters durch einen korrekten Mitteleinsatz.

**Tätigkeiten**

Menschen beraten, in Arbeit vermitteln, Arbeitssuchende motivieren, Persönlichkeit stärken,

Berufsfähigkeiten analysieren, Berufsziele definieren, Berufskompetenzen entwickeln,

Lehrkonzepte entwickeln, Berufsstrategien entwickeln, Menschen beruflich neu orientieren,

Mobilität ausprägen, IT-Qualifikationen anpassen, Arbeitsplätze sichern, Öffentlichkeit sensibilisieren,

Ergebnisse veröffentlichen, mit Partnern zusammenarbeiten, Netzwerke knüpfen,

Erfahrungsaustausche durchführen, Maßnahmen evaluieren, neue Strategien entwickeln,

Arbeitspläne entwickeln, Meilensteine festlegen, Projekt strukturieren, Akteure vernetzen,

Projektdatenbank aufbauen, Website herstellen, Erfolgskriterien festlegen,

teilnehmerbezogene Arbeitsdokumente entwickeln und erproben, interne Weiterbildungen durchführen,

externe Weiterbildungen wahrnehmen, Arbeitgeber beraten,

Informationsmaterialien erstellen, Öffentlichkeitsarbeit,...

**Umwelt der EP**

Menschen der Region Schwerin und Westmecklenburg, Unternehmen, gesellschaftliche Strukturen, Öffentlichkeit, strategische Partner, Arbeitsmarktsituation, Zuwendungsgeber, gesetzlicher und förderpolitischer Rahmen

## 4.2. Qualifikation und Kompetenz der Projektmitarbeiter

Alle Jobmentoren haben ein Studium absolviert und viele Jahre in ihren verschiedenen Herkunftsberufen gearbeitet. Sie verfügen über Berufserfahrungen in leitenden Positionen bzw. zentralen Aufgabenbereichen in Unternehmen, oft im Vertrieb. Die Unternehmensrealität ist somit aus eigener Erfahrung bekannt. Zusätzlich bestehen aus diesen früheren Tätigkeitsfeldern heraus noch vielfältige Kontakte zu Unternehmen, die der Vermittlungstätigkeit nun zu Gute kommt. Über verschiedene Anlässe sind die jetzigen Jobmentoren in den Bereich Bildung und/oder Arbeitsvermittlung eingestiegen und haben bis zum Wechsel in das JobCenter bereits als Vermittler gearbeitet.

Da ein allgemein gültiges Berufsbild eines „Jobmentoren“ nicht existiert, wurden die Jobmentoren auf Grund der Zielstellungen des Jobcenters und in diesem Zusammenhang erstellter Tätigkeitsprofile ausgewählt.

Das Konzept des JobCenter50<sup>+</sup> sieht eine Spezialisierung der Tätigkeit für den Bereich der „Vermittlung“ sowie der „sozialpädagogischen Betreuung“ vor, wobei der Schwerpunkt in der Vermittlungsarbeit gesehen wird. Drei Jobmentoren konzentrieren sich somit vor allem auf diese Vermittlungstätigkeit. Eine Kollegin bietet neben der Vermittlung stärker begleitende sowie unterstützende Maßnahmen an und bringt dafür eine sozialpädagogische Ausbildung mit.

Neben den beruflichen Erfahrungen und Kenntnissen in den Bereichen „Vermittlung von Arbeitssuchenden“ wurde bei der Auswahl des Personals auf Übereinstimmung mit der Philosophie und dem Konzept des JobCenters großer Wert gelegt. Das Menschenbild, eine hohe fachliche, soziale und personale Kompetenz, psychische Stabilität sowie eine hohe Ziel- und Vertriebsorientiertheit in der Arbeit umschreiben die Ansprüche an die Bewerber für die Tätigkeit als Jobmentor.

Diese Anforderungen an das Personal wurden konsequent formuliert und führten - unter Nutzung der Möglichkeiten der Probezeit - zu einem Wechsel bzw. Neueinstellung von 2 Jobmentoren. Damit konnte ein sehr gut qualifiziertes, hoch motiviertes und kompetentes Team zusammengestellt werden.

## 4.3. Rahmenbedingungen der Projektarbeit

Die Tätigkeit basiert auf dem gemeinsam gefundenen und gelebten Leitbild inklusive einer gemeinsamen Philosophie der Arbeit und des Umgangs mit den Arbeitssuchenden. Das bewusst stärken- und lösungsorientierte Handeln führt auf Seiten der Jobmentoren zum Erleben von hoher Sinnhaftigkeit im Tun, was wiederum zu einer überdurchschnittlich hohen Motivation führt.

Alle Jobmentoren haben Erfahrungen mit Vermittlungsarbeit unter anderen Prämissen, was zunehmend Frust und den Wunsch zum Wechsel in eine andere Tätigkeit nach sich zog (trotz guter eigener Vermittlungserfolge). So wechselten drei der vier Jobmentoren aus gesicherten Arbeitsverhältnissen in das befristet angelegte JobCenter, um mit ihren Kunden „anders“ umgehen zu können und vor allem auch zu dürfen.

Die Definition von Erfolg in der Arbeit unterscheidet sich von anderen Vermittlungseinrichtungen. Als Erfolg wird hier auch eine Vermittlung in Teilzeit, Minijobs, das Finden von Zuverdienstmöglichkeiten; damit das Bewegen der Arbeitssuchenden Schritt für Schritt in Richtung Arbeitsmarkt; das Lösen von Problemen, die eine Arbeitsaufnahme bislang verhinderten; das Sichtbarwerden von positiven Veränderungen bei den Kunden oder auch das Andauern eines Arbeitsverhältnisses über die Probezeit und ersten Monate hinweg, gewertet. Nicht nur das Vermittlungsergebnis zählt, sondern auch die Entwicklung der Arbeitssuchenden. Im Verständnis der Jobmentoren sichert eine langfristige Unterstützung nachhaltige Arbeit, d. h. die Vermittlung ist passgenauer und die Person stabiler, so dass das Arbeitsverhältnis auch Bestand hat.

Das JobCenter wird durch das Team von 6 Angestellten (4 Jobmentoren, eine Bildungsmanagerin, eine Teamassistentin) geprägt. Dazu passen übersichtliche, helle und freundliche Räumlichkeiten, die allen Anforderungen gerecht werden. Dies ermöglicht den Kunden, sich schnell zurecht und immer Ansprechpartner zu finden. Auch ohne Terminabsprache ist jederzeit ein Jobmentor bereit, um bei akuten Fragen oder Problemen zu helfen. Die Atmosphäre, das kontaktbereite Personal und die entsprechenden Räumlichkeiten bauen Schwellenängste ab und unterstützen die Entstehung einer erwünschten Offenheit bei den Kunden.

Die Räumlichkeiten stellen aber für die Jobmentoren teilweise auch ein organisatorisches Problem dar.

Da zwei Jobmentoren ein Büro teilen, musste festgelegt werden, dass jeweils nur ein Jobmentor ein persönliches oder telefonisches Gespräch führen kann, um den Kunden aufmerksam und konzentriert entgegen treten zu können. Bei Überschneidungen werden verschiedene Möglichkeiten genutzt. Die Jobmentoren weichen dann in den Besprechungs- und/oder in die Seminarräume aus.

Die Jobmentoren arbeiten generell sehr selbstbestimmt und selbstorganisiert, es existiert real nur eine Hierarchie, die der Teamleitung. Der damit verbundene geringe Führungs- und Steuerungsaufwand kommt direkt den Kunden zu Gute, da die meiste Kapazität wirklich für die Unterstützung und Vermittlung der Kunden eingesetzt werden kann. So wurde beispielsweise die Dauer der Gespräche nicht pauschal festgelegt, hier entscheiden die Jobmentoren je nach Notwendigkeit selbst.

Alle Jobmentoren, die Bildungsmanagerin und die Teamassistentin haben zwar formal einen Vorgesetzten, praktisch und in der Sache wird jedoch „auf Augenhöhe“ und gleichberechtigt zusammen gearbeitet. So wie der Umgang und die Arbeitsweise unter den Jobmentoren ist, soll auch in Bezug auf die Kunden gehandelt werden. Sie werden als mündige Menschen betrachtet, mit denen gleichwertig zusammen gearbeitet wird.

Jeder Jobmentor hat seine Kunden zu betreuen, kann jedoch über die gemeinsame Datenbank Informationen zu allen Kunden erhalten, um sich auch um diese zu bemühen. Dazu findet unter den Jobmentoren ein intensiver Austausch zu den Kunden statt; um sich gegenseitig zu informieren und bei einem Stellenangebot im gesamten Pool zu suchen.

Gleichzeitig werden die subjektiven Wahrnehmungen der Jobmentoren zu ihren Kunden mit den Wahrnehmungen der Kollegen (einschließlich der Teamassistentin, die im Empfangsbereich erste kleine Gespräche führt und damit ebenfalls versucht, die Menschen kennen zu lernen) verglichen und so überprüft. Dieses Tun komplettiert das Wissen und den Eindruck von einer Person und macht den Jobmentor sicherer bei der Suche nach einem passenden Angebot.

Die Arbeit in einer kleinen Organisationsstruktur macht den schnellen und auch informellen Austausch und den Zugriff auf viele Informationen möglich, ohne dazu bürokratischen Aufwand betreiben zu müssen.

Arbeitszeit und Freizeit betrachten die Jobmentoren nicht streng getrennt und als zwei voneinander verschiedene Lebensbereiche. Es werden viele Überstunden geleistet und auch in der Freizeit alle Kontakte nach Möglichkeiten für berufliche Tätigkeiten ausgelotet. Diese Arbeitsweise zeigt die hohe Motivation der Jobmentoren, führt aber wiederum auch zur Motivation. Bislang wird der erlebte Stress als positiv und voranbringend gewertet.

Eine Analyse der Tätigkeiten und dazu aufgewendeten Anteile an Arbeitszeit bei den Jobmentoren zeigte dann auch, dass die Kundenkontakte ca. 2/3 der Arbeitszeit einnehmen.

Arbeitgeberkontakte, Netzwerkaktivitäten und Büroarbeit (Pflege der Datenbank) verteilen sich auf die restliche Zeit, wobei viele dieser Aufgaben nach den „Öffnungszeiten“ des JobCenters und damit meist außerhalb der eigentlichen Arbeitszeit erledigt werden.

#### 4.4. Aufbau von Aktivierungsnetzwerken

Das klar eingegrenzte Konzept des JobCenters auf die Unterstützung Arbeitssuchender im Alter über 50 Jahre aus der Stadt Schwerin führte punktuell zu Einschränkungen hinsichtlich der Vermittlungsmöglichkeiten. Die Jobmentoren akquirierten unter Umständen Stellen, auf die niemand aus der eigenen Klientel passte.

Dann wurden andere Institutionen an der Suche nach dem passenden Arbeitnehmer beteiligt (ARGE, Arbeitsamt, andere Vermittlungseinrichtungen, Bildungsträger, u. a.). Wichtig war, den Kunden - in diesem Fall den Unternehmer - zufrieden zu stellen und schnell sowie unbürokratisch bei der Besetzung einer offenen Stelle zu helfen.

Die Zusammenarbeit mit den anderen Einrichtungen entwickelte sich zunehmend und führte auch dazu, dass ebenfalls von dort Kontakt zum JobCenter aufgenommen wurde, wenn freie Stellen nicht selbst besetzt werden konnten.

Im Weiteren gehörten auch Beratungseinrichtungen, Projekte anderer Einrichtungen, Vereine und Verbände in das Netzwerk des JobCenters, um bei bestimmten Problemlagen an deren Fachleute weiter zu vermitteln (Suchtberatung, Schuldnerberatung, u. a.) oder für die Bildungsmodule geeignete Dozenten zu finden. Es wurden so übergreifende Ressourcen genutzt und Synergien erzeugt.

Ziel ist es immer, beide Seiten – sowohl den Arbeitssuchenden als auch den Arbeitgeber – so gut wie möglich zufrieden zu stellen. Im JobCenter wurde es als sinnvoll erachtet, über die Grenzen des JobCenters hinaus zu denken und zu handeln. Gleichzeitig konnten die im JobCenter gesammelten Erfahrungen anderer Einrichtungen zur Verfügung gestellt werden.

Der Aufbau des Netzwerkes erfolgte auf verschiedene Weise und traf auf unterschiedliche Bereitschaft zur Zusammenarbeit bei den angesprochenen Einrichtungen. Bei einigen ist deutlich geworden, dass sie keine Konkurrenz wollen und „ihre“ Kunden für sich behalten möchten. Dabei stellt das JobCenter i. d. R. keine Konkurrenz dar, sondern griff eher auf Angebote anderer zurück, indem Kunden zu den entsprechenden Einrichtungen vermittelt wurden. Das JobCenter50<sup>+</sup> lebt von seiner Verankerung in den regionalen Strukturen und der Vernetzung mit den Arbeitsmarktakteuren. Diese Kooperationen sind unumgänglich, um die Integrationsziele zu erreichen.

Regelmäßige Kontakte und Abstimmungen gibt es mit:

- ARGE Schwerin
- Amt für Soziales und Wohnen Schwerin
- Agentur für Arbeit Schwerin
- der gemeinsame Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit Schwerin und der ARGEN Westmecklenburgs
- Unternehmerverband Norddeutschland, Mecklenburg-Schwerin e.V.
- DGB Region Westmecklenburg
- Arbeitsministerium Mecklenburg-Vorpommern
- Perspektive 50plus als assoziierter Partner

und einem ständig wachsenden Kreis von ca.380 Unternehmen der Region.

## 4.5. Qualitätssicherung und Evaluation

Durch die Geschäftsführung aber auch durch die Mitarbeiter selbst wurde von Anfang an einer wissenschaftlichen Begleitung des Jobcenters unter dem Blickwinkel der Qualitätssicherung und der Evaluation eine hohe Bedeutung beigemessen. Damit konnten diese unterstützenden Prozesse frühzeitig wirksam werden und den Aufbau sowie die Strukturierung der Tätigkeit beschleunigen. Von Beginn an gab es den hohen Anspruch – nicht nur ein funktionsfähiges JobCenter aufzubauen – sondern über Qualitätsarbeit beste Ergebnisse anzustreben.

Die Evaluation erfolgte demzufolge sowohl formativ - als Begleitung und Prozessevaluation, als auch summativ - im Sinne einer Bewertung der Ergebnisse. Unter dem erstgenannten Aspekt übte sie eine projektmitgestaltende und unterstützende Funktion aus und leistet damit einen eigenständigen Beitrag zur Erreichung der qualitativen und quantitativen Ziele des Projektes.

In besonderem Maße wendete sich die Evaluation folgenden Themen zu:

### **Feinsteuerung des Zielfindungsprozesses**

- Aufgabenmatrix mit Indikatoren zur Nachprüfbarkeit der Ziele
- Qualität und Wirksamkeit der Projektstruktur

### **Zielgruppenanalyse**

- Zielgruppencharakteristik (Befragung von 100 Kunden des JobCenters)

### **Wirksamkeit des Beratungs-, Betreuungs- und Vermittlungsmodells**

- Methoden individueller Reintegration und ihre Wirkungen
- Analyse hemmender und förderlicher Faktoren für Vermittlungen
- Vermittlungszahlen im Verhältnis zur Anzahl zugewiesener Kunden
- Vermittlungsverläufe
- Analyse der Methoden zur Feststellung der Entwicklungspotenziale/ Stärkenanalyse
- Analyse der Maßnahmen und Methoden der Aktivierung / Aktivierungsmodule
- Analyse der infrastrukturelle und personelle Voraussetzungen
- Inhalte, Methoden und Indikatoren erfolgsorientierter Arbeit mit den Kunden
- Kundenzufriedenheit

Mit der Evaluation wurden somit mehrere Zielstellungen verfolgt. Zum einen sollte eine Erfolgskontrolle der Tätigkeit des JobCenters erfolgen. Dazu waren verschiedene Verlaufs- und Wirksamkeitsanalysen vorgesehen und sind erfolgt. Diese ermöglichten eine objektive Bewertung der Zielerreichung.

Gleichzeitig sollten mit den Aktivitäten der wissenschaftlichen Begleitung auch die Prozesse des JobCenters so unterstützt werden, dass eine kontinuierliche Qualitätssteigerung und Kompetenzentwicklung der Jobmentoren erreicht wird. Diese sollten sich wiederum niederschlagen in einer kontinuierlichen Verbesserung der Wirksamkeit der Vermittlungen.

Im Zuge der Zertifizierung des JobCenters wurde darüber hinaus mit der Erstellung eines Qualitätshandbuches begonnen, welches die Prozesse im JobCenter abbildet und weiter strukturieren wird.

Die einzelnen Maßnahmen zur Qualitätssicherung sowie deren Ergebnisse werden im Folgenden ausführlicher dargestellt.

#### 4.6. Einschätzungen durch den Projektträger

Im Rahmen des Evaluationsauftrages wurde ein umfangreiches Interview mit dem Geschäftsführer der RegioVision Schwerin GmbH Herrn Jürgen Brandt (Träger des von der ARGE Schwerin geförderten JobCenter50<sup>+</sup>) zum JobCenter50<sup>+</sup> und aber auch zu Fragen des Altersmanagements durchgeführt. Die subjektiven Erfahrungen und Einschätzungen aus Sicht des Verantwortlichen werden unkommentiert dargestellt und können dazu beitragen, ein höheres Verständnis zur Einbettung des realisierten Projektes zu erlangen.

##### **Pamela Buggenhagen/ itf Schwerin:**

**„Herr Brandt, Sie haben in den vergangenen 6 Jahren als Koordinator von drei europäischen Verbundprojekten sehr viele Erfahrungen bei der Förderung von Benachteiligten auf dem Arbeitsmarkt sammeln können. Aktuell koordinieren Sie ein EQUAL-Projekt für ältere Arbeitslose in Westmecklenburg. Gute Voraussetzungen, für eine fundierte Einschätzung des JobCenter50<sup>+</sup>.“**

##### **Jürgen Brandt:**

*„Wir haben gemeinsam mit der ARGE und der Landeshauptstadt Schwerin im Herbst 2005 nach Ideen für eine effektivere Integration älterer Langzeitarbeitsloser in den ersten Arbeitsmarkt gesucht. Ich habe meine persönlichen Projekterfahrungen sehr gerne genutzt und in das Grundkonzept eines JobCenter50<sup>+</sup> eingebracht. Die RegioVision Schwerin GmbH, deren Geschäftsführer ich bin, wurde Projektträger. Wir stellten 4 Jobmentoren und eine Teamassistentin ein, die seit dem 15.12.2005 das JobCenter50<sup>+</sup> verkörpern. Die IMBSE GmbH war Kooperationspartner für die Aktivierungsmodule. Ich selbst beobachte die Arbeit im JobCenter50<sup>+</sup> natürlich sehr aufmerksam, übernehme mit der RegioVision Schwerin GmbH die wirtschaftliche Verantwortung und kann durch meine Arbeit im EQUAL-Projekt viel zur notwendigen Vernetzung von Arbeitsmarktakteuren der Region beitragen.“*



**Frage: “Das Thema Jobmentoring zieht sich wie ein roter Faden durch Ihre Projekte. Die Mitarbeiter des JobCenter50<sup>+</sup> wurden als Jobmentoren eingestellt. Welchen besonderen Grund gibt es dafür?”**

**Jürgen Brandt:**

*“Jobmentoring ist natürlich nicht meine Erfindung. Aber ich konnte in meinem ersten Arbeitsmarktprojekt der europäischen Gemeinschaftsinitiative ADAPT selbst erfolgreich als Jobmentor arbeiten. Wir haben damals ältere Ingenieure durch eine sehr individuelle Integrationsbegleitung mit einer Quote von 75 % in den ersten Arbeitsmarkt zurückgebracht. Die Arbeit war dabei sowohl auf die Arbeitslosen als auch auf die Arbeitgeber gerichtet. Ich verstehe seitdem Jobmentoring als eine Integrationsbegleitung für Personen mit multiplen Vermittlungshindernissen in den ersten Arbeitsmarkt, die von gut ausgebildeten Jobmentoren unter direkter Einbeziehung der potenziellen Arbeitgeber und mit begleitenden Weiterbildungsanteilen geleistet wird. ... Heute, nach sechs Jahren Projekterfahrungen mit dieser Arbeitsweise, bin ich der festen Überzeugung, dass es bei Zielgruppen mit multiplen Vermittlungshindernissen, wie z. B. Langzeitarbeitslosen über 50 Jahren, keine Alternative zum Jobmentoring gibt, wenn es um effektive Integration in den ersten Arbeitsmarkt geht.“*

**Frage: “Auch die Agentur für Arbeit und die ARGE verfolgen in den letzten Jahren das Ziel individuell und arbeitsmarktnah zu vermitteln. Diese Ansätze kommen dem von Ihnen beschriebenen Jobmentoring nahe. Wo sehen Sie dennoch die Notwendigkeit private Träger in die Arbeitsvermittlung zu integrieren?”**

**Jürgen Brandt:**

*„Das JobCenter50<sup>+</sup> hat mit einer Quote von 39 % Vermittlungen ein sehr gutes Ergebnis erreicht. Davon 35 % in Vollzeit. Vorgegeben waren 20 %, was bei der genannten Kundengruppe aus meiner Sicht auch schon ein hoher Anspruch war. Man darf nicht vergessen, dass diese Menschen als eigentlich nicht mehr vermittelbar gelten, weil sie sehr arbeitsmarktfremd und zusätzlich über 50 Jahre alt sind. Aber der Kern Ihrer Frage ist ja: Kann ein privates JobCenter50<sup>+</sup> effektiver arbeiten als (in diesem Fall) die ARGE? Agentur für Arbeit und ARGE zeigen, dass die neuen Vermittlungskonzepte zunehmend besser greifen. Das ist besonders dann der Fall, wenn es um „normale“ Kunden geht. Für sehr schwierige Personengruppen, wie sie dem JobCenter50<sup>+</sup> zugewiesen wurden, ist aus meiner Erfahrung das private Jobmentoring die bessere Wahl.“*

*Ich möchte drei wesentliche Gründe dafür benennen:*

*1. Personal: Erfolgreiches Jobmentoring setzt fachlich sehr gute Jobmentoren voraus, die mehr sein müssen als Arbeitsvermittler. Wir konnten aus 110 Bewerbern die Personen auswählen, die unseren Anforderungen exakt entsprachen: Sie mussten in aller erster Linie über exzellente Wirtschaftskontakte und Erfahrungen in der Arbeitsvermittlung verfügen. Zusätzlich waren jedoch die fachliche Eignung und das Einfühlungsvermögen in die multiplen Probleme der Kunden gefragt.*

*Ich denke, dass die ARGE diese Möglichkeiten der Personalauswahl für ihre Arbeitsvermittler nicht in jedem Fall hatte und hat.*

2. Organisation: *Konzept und Arbeitsumfeld müssen absolut stimmig sein. Das Konzept wird in Ihrem Evaluationsbericht sicher ausführlich analysiert. Ich denke nicht, dass dabei völlig neue Methoden beschrieben werden. Entscheidend ist aber aus meiner Sicht die konsequente Umsetzung. Das heißt für die Jobmentoren vor allen Dingen, sich voll auf die eigentliche Aufgabe konzentrieren zu können, Zeit für ihre Kunden zu haben und von Formalitäten weitgehend befreit zu sein. Das Arbeitsumfeld muss stimmen. Schnelle Informationen, effektive Teamarbeit, flache Hierarchien, flexible Arbeitszeiten und selbstständiges Arbeiten gehören dazu. Hinzu kommen auch die Nutzung guter Werkzeuge, wie einer effektiven Datenbank und eines periodisch erscheinenden JobMagazins. Wichtig sind für sehr schwierige Kundengruppen auch die Kontinuität der Integrationsbegleiter und die Arbeit in nicht behördentypischen Räumlichkeiten. All das ist in einem kleinen, stabilen Team mit den entsprechenden kurzen Entscheidungswegen leichter möglich als bei der ARGE.*

3. Motivation und Zielstrebigkeit: *Wichtig für jede erfolgreiche Arbeit sind Motivation, Zielstrebigkeit und Spaß bei der Umsetzung eines von allen akzeptierten Konzeptes. Im JobCenter50<sup>+</sup> führten die immer wieder neuen Teamdiskussionen zu vielen wesentlichen Verbesserungen der Abläufe. Was man selbst mit beschließt, setzt man viel zielstrebig um. Diese Arbeitsweise ist in einer großen Behörde so nicht ohne weiteres denkbar.“*

**Frage: „Wie sehen Sie die Zusammenarbeit zwischen ARGE, Arbeitgeberservice und JobCenter50<sup>+</sup> im Projektverlauf?“**

**Jürgen Brandt:**

*„Wir sind durchaus kritisch miteinander umgegangen. Die Zusammenarbeit mit der ARGE Schwerin beim Projekt JobCenter50<sup>+</sup> war aber immer geprägt durch Verlässlichkeit, Effektivität und Kompetenz. Geschäftsführung und Mitarbeiter standen bei diesem sehr überschaubaren Projekt voll hinter den gemeinsamen Zielen. Für das sehr spezielle Projekt des JobCenter50<sup>+</sup> lautet mein Fazit: Es wurden durch die ARGE Schwerin in sehr kurzer Zeit Dinge bewegt, die ich so nicht für möglich gehalten hätte.“*

**Frage: „Kommen wir zum Konzept des JobCenter50<sup>+</sup>, zum „Schweriner Modell“. Sie stellen sehr stark das Jobmentoring als zentrales Element in den Vordergrund. Dazu gehören aber doch auch die Aktivierungsmodule für die Kunden als elementarer Bestandteil des JobCenter50<sup>+</sup>. Wie sehen Sie die Relationen?“**

**Jürgen Brandt:**

*„Ohne Jobmentoring hätte es die erreichten Vermittlungserfolge niemals gegeben. Deshalb muss die Rolle der Jobmentoren immer im Mittelpunkt stehen, wenn die Zielgruppe so schwierig ist wie im JobCenter50<sup>+</sup>.“*

Natürlich sind die Aktivierungsmodule in Form von Stärkenanalysen und kurzen Weiterbildungsmodulen wichtig. Sie wären sonst nicht mehr Bestandteil des Konzeptes. Bei der Vermittlung sind sie immer dann hilfreich, wenn sie von den Jobmentoren eingesetzt werden können, um die Kunden besser kennen zu lernen und sie schrittweise in die Lern- und Arbeitsprozesse zu integrieren. Insofern geht Aktivierung weit über den Besuch von Weiterbildungsmaßnahmen hinaus und ist immer auch Motivierung durch die Jobmentoren. Um es ganz drastisch zu sagen: Wenn man mir eine Summe x zur Verfügung stellen würde, um damit ein bestimmtes Vermittlungsergebnis zu erzielen, würde ich mindestens 75 % davon für das Jobmentoring und nur den Rest für Weiterbildung ausgeben.

**Frage: “Wie sollten denn Aktivierung der Kunden und Weiterbildung für ältere Langzeitarbeitslose ablaufen?”**

**Jürgen Brandt:**

„Ich arbeite nicht als Jobmentor, beobachte aber sehr interessiert den durchgehenden Aktivierungsprozess der Kunden, den die Jobmentoren von der ersten Informationsveranstaltung bis zur Vermittlung und Nachbegleitung leisten müssen. Die Kunden sind freiwillig im JobCenter50<sup>+</sup>, aber deshalb sind sie noch lange nicht aktiv in allen Phasen dabei. In den vielen Jahren der Arbeitslosigkeit haben sich Tagesabläufe verfestigt, bei denen sie Praktika und Weiterbildung vielfach als störend empfinden. Immer auch vor dem Hintergrund, dass diese Maßnahmen für sie persönlich bisher nichts gebracht haben. Sie sind ja immer noch arbeitslos! Gerade mit der Weiterbildung muss man deshalb sehr behutsam umgehen. Sie hat im JobCenter50<sup>+</sup> neben der reinen Wissensvermittlung noch andere wichtigere Aspekte, nämlich:

- regelmäßiges Arbeiten in einer Lerngruppe
- Umstellung der persönlichen Tagesgestaltung
- Wiederherstellung von Selbstwertgefühl
- Abbau der Hemmungen, die die lange Arbeitsmarktferte mit sich bringen.

Um aber diese Effekte zu erreichen, müssen die Angebote zielgruppengerecht und persönlich interessant bzw. nützlich sein. Nur dann erfolgt das Lernen freiwillig und bringt die gewünschten Beiträge für die Vermittlung. Für die Langzeitarbeitslosen über 50 des JobCenter50<sup>+</sup> gilt deshalb:

- die Aktivierungsmodule werden freiwillig besucht
- die Aktivierungsmodule sind kurz (maximal 80 Stunden)
- die Aktivierungsmodule werden in Seminarform durchgeführt (maximal 2 Seminare mit je 5 Stunden/Woche).“

**Frage: “Freiwilligkeit als Arbeitsprinzip im JobCenter50<sup>+</sup>. Wie kann das gehen?”**

**Jürgen Brandt:**

„Meine Erfahrungen bei Projekten mit Langzeitarbeitslosen zeigen, dass nur ein ganz geringer Prozentsatz, ich denke unter 10 %, sich wirklich aktiv und freiwillig um die Teilnahme an Projekten und an Weiterbildung bewirbt.

Das hängt auch mit schlechten Erfahrungen und dem persönlichen Gestalten der freien Zeit zusammen. In das JobCenter50<sup>+</sup> kamen die Kunden über eine (Pflicht)-Informationsveranstaltung. In einer knappen Stunde konnten die ARGE und die RegioVision Schwerin GmbH den Arbeitslosen ihre persönlichen Vorteile einer Teilnahme am JobCenter50<sup>+</sup> nahe bringen. Also Kundenakquise pur. Danach entschieden sich 80 % für das JobCenter50<sup>+</sup>. Ich denke etwa 50 % wirklich freiwillig und die anderen 50 %, weil sie keinen Grund fanden abzulehnen. Nüchtern betrachtet wirkte hier die Kombination von Argumentation und leichtem Druck. Ich habe persönlich an vielen dieser Informationsveranstaltungen teilgenommen, auch um zu sehen, wie das theoretisch erdachte Konzept praktisch von den Kunden wahrgenommen wird. Dabei war es sehr überraschend, wie schnell (manchmal schon während der Informationsveranstaltung) die absolute Ablehnung einer, aus Sicht der Arbeitslosen wieder mal völlig sinnlosen, Maßnahme in zumindest vorsichtige Akzeptanz umschlug. Nachdem die Kunden sich im JobCenter50<sup>+</sup> „eingelebt“ hatten, schnelle Vermittlungserfolge sichtbar wurden, und eine gewisse Teambildung stattfand, war der Weg zu den freiwillig zu besuchenden Aktivierungsmodulen wie PC, Kommunikation oder Gesundheitswissen geebnet, aber natürlich immer noch nicht glatt. An dieser Stelle sorgten die Jobmentoren dafür, dass ausgewählte, für die persönliche Entwicklung der Kunden wichtige Aktivierungsmodule, auch dann besucht wurden, wenn es für die Kunden anstrengend wurde ... Ich denke, es ist eine Illusion zu glauben, dass die vom Leben arg gebeutelten Langzeitarbeitslosen nur darauf warten, Integrationsangebote wie Projekte, Weiterbildung oder Praktika zu bekommen. Sie nehmen nur dann freiwillig teil, wenn die Maßnahmen nachvollziehbar zu annehmbar bezahlten Jobs führen. Ich sehe deshalb Weiterbildung ohne begleitende aktive Vermittlungsaktivitäten als wenig effektiv an“.

**Frage: “Das JobCenter50<sup>+</sup> hat im ersten Jahr seines Bestehens sehr gute Ergebnisse erreicht. Wo sehen Sie dennoch Reserven?”**

**Jürgen Brandt:**

“Die Vermittlungszahlen sind absolut in Ordnung und liegen deutlich über meinen persönlichen Erwartungen. Aber zwei Dinge fallen mir als Verbesserungen ein: Die Jobmentoren akquirierten zeitweise mehr Jobangebote als geeignete Bewerber vorhanden waren. Um auch die Arbeitgeberseite zufrieden zu stellen, d. h., immer ein ausreichendes Angebot an passenden Stellenbewerbern zu haben, wäre die Erhöhung der Kapazität von derzeit 250 auf etwa 400 besser. Trotz aller Erfolge wird immer noch der größere Teil der Kunden nicht vermittelt. Ihnen muss eine klare Perspektive gegeben werden. Das sollte bei noch vermittelbaren Kunden die Chance auf mindestens ein weiteres Jahr Integrationsbegleitung im JobCenter50<sup>+</sup> sein. Ein bestimmter Anteil wird aber auch durch intensives Jobmentoring nicht wieder in Arbeit kommen. Hier sind andere Lösungen gefragt, bei denen die Jobmentoren durchaus vorbereitend mitwirken können, weil sie „ihre“ Kunden genau kennen.“

**Frage: „Das JobCenter50<sup>+</sup> ist als Projekt nur für ein Jahr finanziert. Gibt es dennoch eine Zukunft für diese inzwischen gut etablierte Einrichtung?“**

**Jürgen Brandt:**

*„Mit dieser Befristung mussten wir von Anfang an leben. Die ARGE Schwerin hatte nie etwas anderes zugesagt. Das bedeutete für die RegioVision Schwerin GmbH und die Jobmentoren die entsprechenden Unsicherheiten bei Investitionen und Verträgen. Die Arbeit ist dennoch immer mit vollem Einsatz erledigt worden. Die aus meiner Sicht wünschenswerte Verlängerung des Projektes war der ARGE leider nicht möglich. Die RegioVision Schwerin GmbH ist darum den Weg gegangen, sich als Bildungsträger zertifizieren zu lassen und die Integrationsbegleitung mit Stärkenanalyse und Aktivierungsmodulen über Bildungsgutscheine anzubieten. Die ARGE vergibt Bildungsgutscheine, wenn sich die Arbeitslosen darum bewerben. Damit überlässt man es den Kunden selbst, ob sie sich im JobCenter50<sup>+</sup> vermitteln lassen wollen und verzichtet damit aus meiner Sicht auf wichtige Einflussmöglichkeiten. Das JobCenter50<sup>+</sup> stellt sich natürlich dem Wettbewerb um die Kunden und hat die entsprechenden Werbeaktivitäten eingeleitet. Allerdings besteht die Gefahr, dass „Durststrecken“ mit nur wenig Kunden im JobCenter50<sup>+</sup> entstehen, die zum Vertrauensverlust bei den kooperierenden Unternehmen führen, wenn offene Stellen nicht zügig besetzt werden. Ich bin aber zuversichtlich, dass die Agentur für Arbeit und die ARGE gemeinsam mit der RegioVision Schwerin GmbH das JobCenter50<sup>+</sup> über die schwierige Übergangszeit bringen und geeignete Lösungen finden werden.“*

**Frage: „Nennen Sie bitte - wenn möglich - kurz 10 Punkte, die aus Ihrer Sicht für ein erfolgreiches JobCenter50<sup>+</sup> wichtig sind?“**

**Jürgen Brandt**

*„Grundsätzlich: Das JobCenter50<sup>+</sup> war erfolgreich, weil sich gut qualifizierte Jobmentoren voll auf die direkten Integrationsaktivitäten bei Kunden und Firmen konzentrieren konnten und begleitende Aktivierungsmaßnahmen ausschließlich diesem Ziel dienten.*

*Als die 10 wichtigsten Punkte sehe ich:*

- 1. Das Personal, also die Jobmentoren und die Teamassistentin, die sich absolut auf das Ziel der Integration in Arbeit konzentrieren können.*
- 2. Die Teamarbeit mit der Ersetzbarkeit und der gegenseitigen Hilfe untereinander. Dazu gehören die permanente Einbeziehung aller Teammitglieder in die konzeptionelle Arbeit, klare Vorgaben durch die Teamleitung und eine transparente Informationspolitik*
- 3. Verlässliche Partner bei der ARGE. Feste Ansprechpartner dort, die das Konzept in das Innere der Verwaltung, nämlich zu den Arbeitsvermittlern, tragen.*
- 4. Gute Räumlichkeiten für persönliche Kundengespräche und die Aktivierungsmodule. Dazu zählen auch die kostenlose Tasse Kaffee oder Tee für die Kunden, die eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre herstellen.*

*Die Jobmentoren arbeiten mit moderner Rechentechnik und einer effektiven Datenbank. Sie nutzen sogar ein eigenes JobMagazin für die Akquise.*

*5. Das Prinzip von Fordern und Fördern der Kunden. Die Mitarbeit im JobCenter50<sup>+</sup> ist freiwillig. Aber wer sich dafür entschieden hat, wird auch zur Erfüllung seine Aufgaben herangezogen.*

*6. Die Möglichkeit, Aktivierungsmodule in Seminarform anzubieten. Das ist viel kostengünstiger und wirksamer als der Zwang zu langen Vollzeitmaßnahmen, die bei Langzeitarbeitslosen oft auf Ablehnung stoßen und ohne Arbeitsmarkteffekt verpuffen. Für die recht aufwendige Koordinierung der Seminare hat die RegioVision Schwerin GmbH eine Bildungsmanagerin eingestellt.*

*7. Neu konzipierte Stärkenanalysen, die es im Unterschied zu langen Assessmentcentern ermöglichen, die für die Vermittlung wirklich wichtigen Kundendaten in 2,5 Tagen zu erhalten.*

*8. Der Einsatz von neuen Aktivierungsmodulen zum Thema Gesundheit, die auf eine Verbesserung der physischen und psychischen Werte und damit der Arbeitsfähigkeit der Kunden gerichtet sind.*

*9. Ein Netzwerk von Firmen, Verbänden, Vereinen und staatlichen Einrichtungen, die das JobCenter50<sup>+</sup> bei seiner Tätigkeit unterstützen.*

*10. Der Standort des JobCenter50<sup>+</sup> direkt gegenüber der ARGE, in der Nähe eines Einkaufszentrums mit dem Vorteil der guten Erreichbarkeit.*

**Frage: „Eine Frage, die ich Ihnen am Ende so eines langen Gespräches noch stellen möchte: Welche Wünsche und Visionen verbinden Sie mit dem JobCenter50<sup>+</sup> der RegioVision Schwerin GmbH?“**

**Jürgen Brandt:**

*“Eine wirklich schöne Frage, zumal wenn man es gewöhnt ist, alle innovativen Ideen zunächst auf die Verträglichkeit mit Förderkonzepten und allerlei Verwaltungsvorschriften untersuchen zu müssen, bevor man sie zu Papier bringt. Ich will die Frage aber nicht nur für das JobCenter50<sup>+</sup> beantworten. Mein Hauptthema ist das Altersmanagement im arbeitsmarktpolitischen Kontext.*

*Zunächst die Wünsche:*

*1. Ich wünsche mir, dass das entstehende Modell dieses JobCenter50<sup>+</sup> mit möglichst vielen Arbeitsmarktakteuren diskutiert wird. Von der Arbeitsverwaltung über die Ministerien bis zu den Arbeitgeber- und Arbeitslosenverbänden. Erfolge nachhaltig sichern und ausbauen - wer möchte das nicht?*

*2. Ich wünsche mir Planungssicherheit des JobCenter50<sup>+</sup> für die RegioVision Schwerin GmbH und die Jobmentoren. Wenn ein Konzept ein Jahr lang nach Einschätzung aller Beteiligten erfolgreich gearbeitet hat, sollte es möglich sein, eine Projektverlängerung auf mindestens drei Jahre festzuschreiben. Natürlichen mit jährlichen Erfolgskontrollen und jederzeit möglichen Anpassungen.*

*3. Ich wünsche mir, dass die Jobmentoren in die weiteren Integrationsbemühungen der ARGE für die noch nicht vermittelten Kunden des JobCenter50<sup>+</sup> einbezogen werden.*

*Niemand kennt ihre Stärken besser. Niemand kann so fundierte Hinweise geben. Niemand kann das aufgebaute Vertrauen ersetzen.*

*4. Ich wünsche mir, dass die Vermittlungen von Langzeitarbeitslosen über 50 in Teilzeitjobs als das anerkannt werden was sie sind: ein oft riesiger Schritt voran in eine Arbeitswelt, die schon nicht mehr erreichbar schien. Die Jobmentoren investieren gerade in diese Personengruppe unendlich viel persönliche Energie.*

*5. Ich wünsche mir, dass das JobCenter50<sup>+</sup> durch eigene Werbung und mit Unterstützung der ARGE recht schnell die notwendige Kundenanzahl von etwa 350 erreichen kann, bei der eine zügige Besetzung von freien Stellen bei unseren Partnern aus der Wirtschaft wieder möglich wird.*

*Nun die Visionen:*

*1. Ich habe die Vision, dass allen Langzeitarbeitslosen über 50 Jahre, eine gesellschaftlich anerkannte und gewollte dauerhafte Integrationsbegleitung in einem JobCenter50<sup>+</sup> zu teil wird.*

*Also:*

*- alle haben ihren Pflichttermin (ihr Arbeitsinterview) beim „persönlichen“ Jobmentor alle 2 Monate mit klarem Arbeitsmarktbezug.*

*- alle absolvieren jährlich 25 Pflichtseminare mit jeweils 5 Stunden zur Verbesserung ihrer Arbeitsfähigkeit (Arbeitsmarktorientierung, Informationsverarbeitung, Gesundheit).*

*Damit wird eine gesellschaftliche Integration und sehr verträgliche Kontrolle erreicht, die mit etwa 100 Euro/Monat kostengünstig gestaltet werden kann. Der Prozess wird durch Jobmentoren begleitet, zu denen ein Vertrauensverhältnis aufgebaut wird und die immer auch die Integration in Arbeit im Blick haben. Das teure und ineffektive Springen von einer Maßnahme zur anderen entfällt endlich.*

*2. Ich habe die Vision, dass das Thema Verbesserung der Arbeitsfähigkeit endlich auch für Arbeitslose als Einheit von fachlicher Kompetenzentwicklung und physischer sowie psychischer Gesunderhaltung angesehen wird.*

*3. Ich habe die Vision, dass Erfahrungen aus Europa viel direkter und offensiver in die Arbeitsmarktstrategien Deutschlands einbezogen werden. Programme aus Finnland, Dänemark, Österreich und Großbritannien werden häufig zitiert, aber selten in die deutsche Praxis übernommen.*

*4. Ich habe die Vision, dass das sich entwickelnde Modell eines JobCenter50<sup>+</sup> versuchsweise für eine komplette Kundengruppe eingesetzt wird. (z. B. alle Langzeitarbeitslosen über 55 des ARGE-Bereiches Schwerin und Umfeld).*

*5. Ich habe die Vision, dass ausgehend vom JobCenter50<sup>+</sup> Menschen aus den verschiedenen Bereichen zusammenkommen, um - vorbei an allen bürokratischen und formalen Widerständen, vorbei an allen persönliche Befindlichkeiten und vorbei an allen aufgebauten Denkschranken - die Weiterentwicklung voranzutreiben.*

*Eines möchte ich abschließend ganz klar betonen: Die Jobmentoren und Mitarbeiter des JobCenter50<sup>+</sup> haben mit ihren diversen Partner viel erreicht. Jetzt muss eine nachhaltige Sicherung der Ergebnisse erfolgen."*

## 5 | Qualitätssicherung

---

### 5.1. Selbstevaluation

---

#### 5.1.1. Kundendatenbank COBRA

---

Die Erfassung und Verwaltung der umfangreichen Kunden- und Unternehmensdaten (Adressdaten, Kontakte, Aktivitäten) erfolgt in einer internen Standardvertriebsdatenbank. Unterteilt in zwei Datenstämme (Kunden und Unternehmen) können hier Recherchen durchgeführt und Integrationsprozesse dokumentiert werden.

In der Datenbank werden alle direkten, telefonischen und schriftlichen Kundenkontakte erfasst. Sie enthält die wesentlichen Daten aus den Stärkeanalysen.

Die Datenbank ist die Basis für die Monatsberichte an die Arbeitsvermittler der ARGE.

#### 5.1.2. Effektivitätsanalysen

---

Im Zuge der Erstellung der Monatsberichte an die ARGE wurden eigene Effektivitätsanalysen angestellt. Die Aktivitäten und die Vermittlungszahlen wurden in gemeinsamen Beratungen detailliert ausgewertet und jeweils Schlussfolgerungen für die weitere Tätigkeit abgeleitet.

#### 5.1.3. Evaluation der Aktivierungsmodule

---

Zur Bewertung der Qualifizierungsmodule des JobCenters stehen mindestens 2 Indikatoren zur Verfügung. Zum einen die anonyme Bewertung der Angebote durch die Teilnehmer nach jeder Maßnahme (Kurzfragebogen) und zum anderen die erneute Nachfrage der Teilnehmer nach bestimmten Angeboten bzw. der Fortführung dieser.

Die schriftliche Befragung wird zum Ende jeder Maßnahme durch die Bildungsmanagerin selbst vorgenommen. Darüber hinaus verfolgt sie den Verlauf jedes Angebotes unmittelbar und steht Teilnehmern und Dozenten permanent als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Damit wird es möglich noch während der Durchführung zu reagieren und Maßnahmen einzuleiten. Die Auswertung der Kurzbefragung der Teilnehmer erfolgt ebenfalls durch die Bildungsmanagerin. Die Ergebnisse werden mit Dozenten und Jobmentoren besprochen und auf dieser Grundlage weitere Bildungsangebote entwickelt.

Über alle Angebote informieren die Bildungsmanagerin und die Jobmentoren die Kunden und erfassen zugleich das Interesse und die Nachfrage. Diese ist ebenfalls ein wichtiger Indikator zur Bewertung der Bildungsmaßnahmen.

## 5.2. Externe Evaluation

### 5.2.1. Eingangsbefragung der Zielgruppe

Im Frühjahr 2006 wurden im Rahmen der externen Evaluation die (bereits im Punkt 2. erläuterte) anonyme Befragung von 100 zufällig ausgewählten Kunden des JobCenters50<sup>+</sup> durchgeführt. Diese Eingangsbefragung trug dazu bei, subjektive Eindrücke aus der täglichen Arbeit mit den Kunden durch objektive Analysen zu stützen oder auch zu widerlegen. Die Aktivierungsmaßnahmen aber auch der Umgang mit der Zielgruppe konnte so mit geschärftem Blick für die individuellen Probleme und Wünsche erfolgen.

### 5.2.2. Zielfeinsteuern und -operationalisierung

Im Zuge des Aufbaues des JobCenters50<sup>+</sup> sowie der Begleitung durch die externe Evaluation wurden im Rahmen mehrerer Workshops die Ziele und Aufgaben sehr genau definiert. Anschließend wurde ein System zur Zielfeinsteuern entwickelt, welches von vornherein objektiv nachprüfbar Indikatoren enthielt, um eine spätere Überprüfung der Zielerreichung zu ermöglichen. Gleichzeitig unterstützte die gemeinsame Erarbeitung der Ziel- und Aufgabenmatrix eine schnelle Strukturierung sowie Systematisierung der Aufgaben im neu entstehenden JobCenters50<sup>+</sup>.

Es wurde eine Grundlage geschaffen, die notwendigen Dokumentationen, Berichtssysteme und den Aufbau der internen Projektdatenbank Cobra zu planen und umzusetzen.

Sich im Verlaufe der Arbeit des JobCenters50<sup>+</sup> ändernde äußere Bedingungen als auch die zunehmenden Erfahrungen der Mitarbeiter machten es notwendig, die hier dargestellte Ziel- und Aufgabenmatrix des JobCenters50<sup>+</sup> mehrmals anzupassen und zu überarbeiten.

Ziele	Aufgaben JobCenter	Objektiv nachprüfbar Indikatoren	Quellen der Nachprüfbarkeit
1. Kundengewinnung	Zuweisung der Kunden an das JC durch die ARGE	Anzahl zur Infoveranstaltung eingeladener Kunden	Kundenlisten der ARGE, Gesprächsnotizen
	Zusammenarbeit mit ARGE	Kontakte mit Mitarbeitern der ARGE, Beratungen mit ARGE	Gesprächsnotizen, Protokolle

	Gewinnung von Kunden über andere Wege	Anzahl von Interessenten, die ohne Zuweisung der ARGE kommen, Anzahl individueller Gesprächsrunden, Teilnehmer an indiv. Gesprächen, Anzahl so gewonnener Kunden, Anzahl weiter geschickter Personen (an andere Träger, Projekte, Einrichtungen)	
	Vorbereitung, Durchführung bzw. Begleitung der Informationsveranstaltungen	Anzahl der durchgeführten Infoveranstaltungen, Anzahl zur Infoveranstaltung erschienener Kunden, Anzahl der Absprachen mit IMBSE	Teilnehmerlisten
	Aufnahme von Kunden in die Begleitung	Anzahl der unterschriebenen Gutscheine, aufgenommene Kunden ins Projekt, abgesprungene Teilnehmer, Anzahl der verschickten Termine zur Stärkenanalyse	Kunden-Datenbank, Kontaktdaten, Postausgangsbuch
<b>2. Stärkenanalyse + indiv. Aufnahmegespräche mit Kunden</b>	Vorbereitung der Stärkenanalyse	Anzahl eingeladener Kunden, Anzahl Absagen, Anzahl Ausweichtermine	Listen, Krankenscheine, Postausgangsbuch, Formblatt ARGE
	Durchführung bzw. Begleitung der Stärkenanalyse	Anzahl der teilnehmenden Kunden, eingesetzte Instrumente Anzahl eingesetzter Beobachter	Teilnehmerliste, Instrumentenbeschreibung, Beobachterprotokolle
	Individuelle Aufnahmegespräche der Jobmentoren mit den Kunden	Anzahl der indiv. Aufnahmegespräche	Dokumentation durch JM
	Individuelle Stärkeanalysen im Einzelgespräch mit Jobmentor	Anzahl der indiv. Stärkeanalysen	Dokumentation durch JM
	Ergebniszusammenfassung der Stärkeanalysen	Anzahl der indiv. Auswertungen	Dokumentation für JC und Kunden
	Individuelle Rückmeldegespräche durch IMBSE und JC	Anzahl der indiv. Rückmeldegespräche, teilnehmende Personen	Gesprächsprotokolle
	<b>3. Begleitung der Kunden durch Jobmentoren</b>	Betreuung der Kunden durch Mentoring	Information über Angebote Anzahl der Kontakte pro Jobmentor Kontakte pro Kunde: - schriftliche Kontakte - telefonische Kontakte - persönliche Kontakte - E-Mail-Kontakte Inhalte der Kontakte Ergebnis der Kontakte
zusätzliche Besuche von Kunden aus Eigenmotivation		Anzahl der von sich aus „zusätzlich“ kommenden Kunden - mit Bitte um zusätzliches Gespräch mit JM - mit Wunsch nach Nutzung von PC, Internet usw.	Dokumentation durch Teamassistenz

	Stellenangebote für/mit Kunden recherchieren	Anzahl der Recherchen, Art der Recherchen	Dokumentation durch JM
	Stellengesuche für/mit Kunden erarbeiten – JOBMAGAZIN-	Anzahl veröffentlichter Stellengesuche	Jobmagazin
	externe Bildungs- und Projektträger, Vereine, Beratungsstellen usw. sensibilisieren u. gewinnen	Kontaktierte Einrichtungen , Gewonnene Einrichtungen , Ansprechpartner wer, wofür	Gesprächsnotizen, Dokumentation durch JM
	Organisation der Fahrgelderstattung	monatliche Abrechnung mit ARGE	Listen, Auszahlungsbelege
	Organisation und Vorbereitung von Vorstellungsterminen	Anzahl der Vorstellungstermine insgesamt, Anzahl der Termine für: - einen aktuellen Bedarf - für einen zukünftigen Bedarf Anzahl kontaktierter Untern. nach Branche	Dokumentation durch JM, Cobra
	Ergebnisse der Vorstellungstermine	Anzahl der vermittelten Kunden in: - Vollzeit - Teilzeit - geringfügiger Beschäftigung - 1-Euro-Job - ABM - ÖBM Anzahl der vermittelten Kunden in Trainingsmaßnahme/ Praktikum: - Dauer der TM - Ort der TM Auflistung der Unternehmen, die Kunden eingestellt haben, nach: - Branche - Art der Einstellung	Dokumentation durch JM, Cobra
	Abbau von Hemmnissen, die eine Arbeitsaufnahme verhindern	Anzahl der Kunden in Qualifizierung: - intern (IMBSE) - extern Art der Bildungsangebote, Anzahl der zu externen Stellen vermittelten Kunden: - zur Suchtberatung - zur Schuldnerberatung - zur psycholog. Betreuung - zur ärztlichen Untersuchung - zur Familienberatung - zu anderen	Dokumentation durch JM, Cobra
<b>4. Arbeitgeberkontakte</b>	Aufbau von Arbeitgeberkontakten	Anzahl der AG-Kontakte: alt mit Datum, Anzahl der AG-Kontakte: neu mit Datum, Ansprechpartner und Notizen Art der Kontakte: - telefonisch - persönlich vor Ort	Dokumentation durch JM Cobra

		<i>AG-Kontakte nach Branchen, AG- Kontakte nach Quelle</i>	
	Materialien für Arbeitgeber	<i>Informationen für Arbeitgeber zum JC, Informationen über Bewerber für Arbeitgeber</i>	<i>Infoblatt/ Flyer Presseartikel Jobmagazin Visitenkarten</i>
	Ergebnisse der Arbeitgeber-kontakte	<i>Anzahl der vereinbarten Zusammenarbeiten, Anzahl der org. Vorstellungstermine, Anzahl der vereinbarten Trainingsmaßnahmen, Anzahl der erreichten Einstellungen nach: - Vollzeit - Teilzeit - geringfügiger Beschäftigung - 1-Euro-Job - ABM - ÖBM Anzahl der abgelehnten Zusammenarbeit</i>	
<b>5. Akti- vierungs- module</b>	Vorbereitung der Aktivierungs-module	<i>Anzahl angebotener Module nach : - Inhalt der Module - Dauer der Module. Curricula, Ablaufpläne und Materialien zu den Modulen</i>	<i>Dokumentation</i>
	Durchführung der Module	<i>Anzahl der Teilnehmer in den Modulen</i>	<i>Teilnehmerlisten</i>
	Ergebnisse der Module	<i>Dokument für die Teilnehmer, Sammlung weiterer Interessen, Befragung der Teilnehmer</i>	<i>Dokumentation</i>
<b>6. Öffent- lichkeits- arbeit und Evaluation</b>	Vertretung des JC nach außen	<i>Teilnahme an Beratungen der ARGE. Teilnahme an externen Veranstaltungen. Anzahl der Projektvorstellungen . Anzahl der Presseartikel</i>	<i>Dokumentation durch Projektleitung</i>
	Bewertung der Effizienz und Effektivität des JC	<i>Beauftragung externes Institut. Art der eingesetzten Erhebungsinstrumente. Anzahl ausgefüllter Eingangsfragebögen. Anzahl ausgefüllter Kundenbefragungen</i>	<i>Dokumentation durch Evaluation Berichte Fragebögen</i>
	Unterstützung bei Zielfeinplanung und Zieloperationalisierung	<i>Beauftragung externes Institut. Art der eingesetzten Instrumente</i>	<i>Ziel- und Indikatoren- tabellen</i>
	Unterstützung bei der Selbstevaluation	<i>Anzahl der Beratungen, Erarbeitung der Zielfeinplanungstabelle mit Indikatoren, Festlegungen zur Art und Weise sowie Umfang der Dokumentation der Indikatoren</i>	<i>Dokumentation durch Evaluation</i>

Der Umfang dieser Ziel- und Aufgabenmatrix macht deutlich, welche Aufbauarbeit in sehr kurzer Zeit durch die Mitarbeiter zu leisten war. Die Organisation dieser Prozesse musste bei vollem Betrieb des JobCenters erfolgen, da mit dem Start des Projektes auch sofort Kunden zu betreuen waren.

---

### 5.2.3. Tiefeninterviews mit den Jobmentoren

---

Im Sommer 2006 wurden durch die Evaluatorin Tiefeninterviews mit allen Mitarbeitern sowie mit dem Geschäftsführer des JobCenters durchgeführt. Ziel war es, umfangreiche Informationen zur Tätigkeit der Jobmentoren zu erhalten, aber auch den Jobmentoren eine Reflektionsmöglichkeit zu ihrer Tätigkeit zu bieten. Die Befragungen dauerten meist 2 Stunden und berührten viele Aspekte der aktuellen Tätigkeit im JobCenter.

Die Ergebnisse konnten in die Ableitung von Erfolgsfaktoren der Arbeit des JobCenters50<sup>+</sup> einfließen, vertieften das gemeinsame Verständnis zur Arbeit im JobCenter und ermöglichten es den Jobmentoren, sich besser zu strukturieren. Die Ergebnisse der Befragung wurden allen Mitarbeitern zugänglich gemacht, es erfolgten individuelle Rückmeldungen und Beratungen dazu.

---

### 5.2.4. Kundenzufriedenheitsanalyse

---

Die Analyse der Kundenzufriedenheit sollte die Motivation, Interessen und Wünsche der Kunden klar aufzeigen und das JobCenters50<sup>+</sup> in die Lage versetzen, die Ergebnisse gezielt in die Konzepte einzubeziehen.

Durch die qualitative Auswertung der Kundenzufriedenheits-Daten können konkrete Vorschläge erarbeitet werden, wie die Bindung der Kunden an das JobCenters50<sup>+</sup> und somit die Kundenzufriedenheit noch verstärken können. Die Kunden des JobCenters beurteilten dazu im Rahmen einer anonymen sowie freiwilligen Befragung die in Anspruch genommenen bzw. erhaltenen Leistungen.

Die Analyse der Kundenzufriedenheit / Kundenzufriedenheits-Analyse zeigt

- die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden
- die Stärken und Schwächen aus Kundensicht
- die Motivation des Kunden
- die ausschlaggebenden Aspekte der Dienstleistung
- die Ansätze zur Optimierung der Leistungen

Besonders bei dem hohen Erfolgsdruck ist die Kundenzufriedenheit einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für das JobCenters50<sup>+</sup>.

Die Kundenzufriedenheits-Analyse wurde fortlaufend durchgeführt. Kurze und übersichtlich gestaltete Befragungsbögen liegen im Empfangsbereich des JobCenters50<sup>+</sup> aus und können vor oder nach Gesprächsterminen mit den Jobmentoren, im Zuge der Teilnahme an den Bildungsangeboten oder der Stellenrecherche im Internet ausgefüllt werden. Im Eingangsbereich ist ein Briefkasten zum Einwerfen der ausgefüllten Bögen angebracht, der regelmäßig ausgeleert wird. Die Bögen wurden an die externe Evaluation zur Auswertung übergeben. Die Teamassistentin warb für das Ausfüllen und war bei Fragen Ansprechpartner.

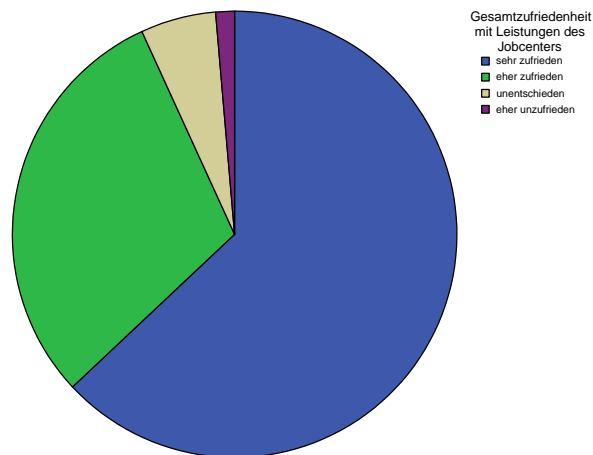
Folgende Fragebereiche waren Inhalt der Kundenzufriedenheits-Analyse:

- Gesamtzufriedenheit
- Häufigkeit der Inanspruchnahme des JobCenters50+ (JC)
- Bewertung der Angebote und Leistungen des JC
- Vergleich mit bisherigen Erfahrungen mit Unterstützung
- Weiterempfehlung an andere
- Fragen und Anregungen an das JC

## Ergebnisse

74 Kunden des Jobcenter beteiligten sich an der anonymen Befragung. Der Großteil der Befragten war mit dem JobCenters50+ zufrieden (30 % eher zufrieden; 63 % sogar sehr zufrieden). Nur eine kleine Gruppe von knapp 7 % hat sich scheinbar mehr erwartet.

### Gesamtzufriedenheit mit den Leistungen des JobCenters50+



### Nutzungshäufigkeit des JobCenter

	noch nicht	1 mal	2 – 3 mal	öfter	weiß nicht	keine Angabe
allgemeine Information	4,1	17,6	12,2	51,4		14,9
Informationsveranstaltung	4,1	39,2	24,3	18,9		13,5
Stärkenanalyse	6,8	68,9	6,8	9,5		8,1
Gespräch mit Jobmentor	5,4	9,5	8,1	75,7		1,4
Nutzung PC & Internet	31,1	10,8	10,8	27,0		20,3
Teilnahme an Qualifizierungsmodulen	27,0	25,7	13,5	17,6		16,2
telefonisch	41,9	8,1	9,5	16,2	2,7	21,6
per Email	58,1	2,7	2,7	2,7	4,1	29,9

alle Angaben in %

Oft genutzt wurden Gespräch mit Jobmentor (75,7 % öfter als 3-mal) und „allgemeine Information“ (über 51 % öfter als 3-mal). Auch Informationsveranstaltungen und Stärkeanalysen werden häufig besucht. PC, Internet, Telefon und Email werden hingegen seltener in Anspruch genommen.

#### Zufriedenheit mit einzelnen Teilbereichen

Zufriedenheit mit:	Mittelwert
Atmosphäre, Freundlichkeit, Service	1,26
telefonische Erreichbarkeit	1,29
Erreichbarkeit des Jobmentoren	1,40
Nutzbarkeit von PC/ Internet	1,40
Beratung durch Jobmentoren	1,42
Qualifizierungsmodule	1,49
Geschwindigkeit von Rückmeldung	1,51
Unterstützung bei Problemen	1,53
Eingehen auf Wünsche und Interessen	1,54
Aktualität der Informationen	1,62
Praxisbezogenheit Unterstützung und Qualifizierung	1,67
Inhalt der Informationen, passend	1,73
Erreichbarkeit (Lage)	2,06

Erläuterung zum Mittelwert:

Minimum Wert 1 = sehr zufrieden

Maximum Wert 5 = sehr unzufrieden

Alle Mittelwerte liegen zwischen „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“. Die Faktoren wurden in einer Rangreihe geordnet, die deutlich zeigt, welche Aspekte die Kunden als sehr gut einschätzen. Da rangieren die Atmosphäre, die Erreichbarkeit und die Beratung durch die Jobmentoren an oberster Stelle. Einzig die „Erreichbarkeit“ mit Blick auf die Lage liegt knapp über 2. Dies bedeutet, der Wert geht tendenziell ganz leicht in Richtung „unentschieden“. Es ist bemerkenswert, dass für keinen der erfragten Aspekte negative Bewertungen erfolgten.

#### Vergleich mit bisherigen Erfahrungen mit Unterstützung

	Häufigkeit	Prozent
gleiche Unterstützung	17	23,0
bessere Unterstützung	51	68,9
schlechtere Unterstützung	0	0

Fast 70 % der Befragten gaben an, die Leistungen des JobCenters für besser als andere Unterstützungsangebote für Arbeitssuchende zu befinden. Nimmt man die 6 Personen mit fehlender Angabe heraus, haben 75 % sogar mit „besser“ geantwortet. Die restlichen 25 % mit „gleich“. Niemand der befragten 74 Kunden attestiert dem JobCenter eine schlechtere Unterstützung im Vergleich zu anderen Angeboten.

Als Gründe für diese Aussagen wurden genannt:

- personenbezogene und bessere Beratung
- bessere Stellenangebote
- gute Jobmentoren
- Hilfe bei Problemen
- individuelle Betreuung
- keine Erfahrung mit anderen Ermittlungsjobcentern

#### Weiterempfehlung

Auch hier zeigt sich ein eindeutiges Bild. Ganze 86,5 % der Befragten würden das JobCenter auch an andere weiter empfehlen. Nur eine Person (von 74 Befragten) antwortete mit „nein“. Gründe hierfür sind größtenteils auch die der vorangegangenen Frage, hinzukommen noch:

- gute Atmosphäre
- bessere Unterstützung
- Hilfe auch für ältere Arbeitssuchende
- Freundlichkeit

#### Fragen oder Anregungen an das JobCenter durch die Kunden

Als Anregung wird häufig eine Ausfeilung der Qualifizierungsmodule im Sinne einer Erweiterung der bisher angebotenen Palette genannt. Eine Person bemerkt: *„Die Qualifizierungsmodule enden leider ohne Zertifikat.“* Ansonsten gab es auch hier nur lobende Worte für das JobCenter.

## 6 | Zusammenfassung

Mit dem JobCenters50<sup>+</sup> machte die ARGE Schwerin ihren Kunden der Landeshauptstadt Schwerin ein zusätzliches Angebot zur Integration in den Arbeitsmarkt. Etwa 25 % der zu Projektbeginn in Schwerin gemeldeten 1.136 ALG II -Empfänger nahmen an dem Projekt teil. Die Kunden waren zu diesem Zeitpunkt durchschnittlich 55 Jahre alt und 5,5 Jahre arbeitslos.

Die Zuweisung erfolgte ohne vorherige Auswahlverfahren über gemeinsame Informationsveranstaltungen der ARGE und des JobCenters50<sup>+</sup>. Die Teilnahme konnte von den Kunden aus wichtigem Grund abgelehnt werden. 20 % machten davon Gebrauch. Von den 255 durch Stärkenanalysen in das JobCenters50<sup>+</sup> aufgenommenen Kunden wurden 35 in Vollzeit und 65 in Teilzeit vermittelt. Das entspricht einem Abbau der Hilfebedürftigkeit bei 39 % der Kunden und übertrifft die Vorgabe der ARGE (25 %) deutlich. Die Verweildauer der vermittelten Kunden im JobCenters50<sup>+</sup> betrug durchschnittlich 4 Monate.

Für die Integrationsbegleitung wurden 4 Jobmentoren eingesetzt, die mit jeweils 60 bis 80 Langzeitarbeitslose und 80 Unternehmen arbeiteten. Etwa 60 % der Kunden nahmen an den Aktivierungsmodulen (Kommunikation und PC; Gesundheit) teil. Diese Kunden absolvierten jeweils etwa 180 Stunden.

Aus Sicht der Evaluation lassen sich eine Reihe von Faktoren nennen, welche den Erfolg des Projektes im besonderen Maße beeinflusst haben:

1. Die Jobmentoren des JobCenters50<sup>+</sup> konnten sich voll auf das Konzept einer Integrationsbegleitung mit starkem Arbeitsmarktbezug und der Möglichkeit, kurze Aktivierungsmodule einzusetzen, konzentrieren.
2. Die sehr persönliche Ansprache der Kunden, die immer spürbare Zielorientierung auf Arbeit und der behutsame sowie plausible Einsatz von Weiterbildung führten zu einem raschen Aufbau von Vertrauen und zu realer Aktivierung.
3. Die Jobmentoren brachten neben ihren Mentorenfähigkeiten auch zahlreichen Unternehmenskontakte in das JobCenters50<sup>+</sup> ein und bauten diese systematisch aus.
4. Die Weiterbildung (Aktivierungsmodule) wurde immer als Hilfe zur Integration verstanden und auch so eingesetzt. Freiwilligkeit und das Lernen in Seminarform und kleinen Gruppen waren erfolgreiche Ansätze.
5. Die Vernetzungen zur ARGE und anderen Arbeitsmarktakteuren wurde immer als strategisches Anliegen des JobCenters50<sup>+</sup> gesehen und erfolgreich entwickelt.

In Auswertung der bisherigen Erfahrungen lassen sich mit Blick auf eine erfolgsorientierte Gestaltung zukünftiger Vermittlungsprojekte folgende Schlüsse ziehen:

Eine nachhaltige Etablierung des JobCenters50<sup>+</sup> in der Region wird in Auswertung von Kundenbefragungen sowohl aus Sicht der betroffenen Arbeitslosen als auch aus Sicht der Wirtschaft gewünscht.

Eine moderate Steigerung der Kundenzahlen im JobCenters50<sup>+</sup> könnte dazu beitragen, Personalanfragen aus der Wirtschaft besser zu befriedigen. Optimal erscheinen 400 Personen, die von 5 Jobmentoren begleitet werden.

Die Aktivierungsmodule sollten für ALG II-Kunden weiterhin als Teilzeitausbildung in Seminarform angeboten werden. Eine übersichtliche Gestaltung bzw. Straffung der Angebote erscheint notwendig. Die begonnenen Module zur Verbesserung der ganzheitlichen Arbeitsfähigkeit (Gesundheit, Psyche, soziales Umfeld) sollten in Anlehnung an europäische Entwicklungen und Modelle durch Wissensvermittlung und Training zügig ausgebaut werden.

Die weitere wissenschaftliche Begleitung des JobCenters50<sup>+</sup>, auch im Hinblick auf die schrittweise Entwicklung eines Modells für Nachnutzungen durch andere ARGE n und Agenturen für Arbeit, kann diesen Prozess unterstützen und Erkenntnisse transferfähig aufbereiten.