

Institut für Arbeitsmarkt-
und Berufsforschung

Die Forschungseinrichtung der
Bundesagentur für Arbeit

IAB

IAB-Bibliothek

Die Buchreihe des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

312
Nürnberg 2008

Mehr Vermittlungen durch mehr Vermittler?

Ergebnisse des Modellversuchs
„Förderung der Arbeitsaufnahme“ (FAIR)

Thomas Kruppe (Hrsg.)

Forschungsarbeiten

Herausgeber der Reihe IAB-Bibliothek

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB),
Regensburger Straße 104, 90478 Nürnberg, Telefon (09 11) 179-0

Redaktion

Martina Dorsch, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
der Bundesagentur für Arbeit, 90327 Nürnberg, Telefon (09 11) 179-32 06,
e-mail: martina.dorsch@iab.de

Umschlaggestaltung

Petra Wagler, IAB

Druck

Präzis-Druck GmbH, Hedwigstraße 2-8, 76199 Karlsruhe

Bezugsmöglichkeit

IAB-Bestellservice c/o IBRo Versandservice GmbH,

Kastanienweg 1, 18184 Roggentin

Internet: www.iab.de,

Telefon: (01 80) 100 27 07 (3,9 Cent je Minute aus dem Festnetz der Deutschen

Telekom. Bei Anrufen aus Mobilfunknetzen gelten davon abweichende Preise.),

Telefax: (01 80) 100 27 08

(Es wird eine Versandkostenpauschale von 2,50 € in Rechnung gestellt.)

Schutzgebühr: 12,50 €

Rechte

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des IAB und unter genauer
Quellenangabe gestattet.

In der „IAB-Bibliothek“ werden umfangreiche Einzelarbeiten aus dem IAB oder im
Auftrag des IAB oder der BA durchgeführte Untersuchungen veröffentlicht. Beiträge,
die mit dem Namen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die
Meinung des IAB bzw. der Bundesagentur für Arbeit wieder.

Inhalt	Seite
Editorial	V
Das arbeitsmarktpolitische Programm FAIR: Endbericht der Evaluation	
<i>Stefan Schiel, Helmut Schröder, Reiner Gilberg</i>	1
1 Das arbeitsmarktpolitische Programm FAIR – Grundkonzeption und Varianten	1
1.1 Ziele und Varianten des Modellvorhabens	1
1.2 Auftrag und Konzept der Begleitforschung	4
1.3 Datenquellen der Begleitforschung	7
1.4 Der vorliegende Endbericht	10
2 Implementation des Modells – Die Umsetzung von FAIR aus der Sicht der Vermittlungsfachkräfte und der Koordinatoren sowie die Bewertung der Betreuung aus Kundensicht	11
2.1 Implementationsanalyse	11
2.2 Das Personal in FAIR	13
2.2.1 Personalbestand Ende 2004	13
2.2.2 Erfahrungen mit Personalfluktuation	19
2.3 Rahmenbedingungen der Beratung und Vermittlung (Vermittlerbefragung)	20
2.3.1 Kundenbestand und Kundenkontakte	20
2.3.2 Arbeitsbedingungen der Vermittlungsfachkräfte im Vergleich	23
2.4 Aufgaben der Vermittlungsfachkräfte in FAIR im Vergleich zum A-Team	26
2.5 Stellenakquisition und Nachbetreuung in FAIR	33
2.6 Zusammenarbeit mit dem Sozialamt	34
2.7 Bewertung des FAIR-Vorhabens durch die Koordinatoren nach zweieinhalb Jahren Laufzeit	36

2.7.1	Zielsetzung und Zielerreichung bei der Vermittlung von Langzeitarbeitslosen (FAIRalt) aus der Sicht der Koordinatoren	36
2.7.2	Betreuung und Vermittlung von potenziell Langzeitarbeitslosen (FAIRplus): Fazit der FAIR-Koordinatoren nach einem Jahr Programmlaufzeit	40
2.8	Die Betreuung aus der Sicht der Kunden	40
3	Modellvariante 1: Beratung und Vermittlung von Langzeitarbeitslosen und Hilfebeziehern (FAIRalt)	46
3.1	Deskriptive Analyse der Geschäftsdaten	47
3.1.1	Strukturmerkmale der Kunden in FAIRalt	47
3.1.2	Einsatz von Maßnahmen und Aktivitäten in den FAIR-Teams	53
3.1.3	Abgänge in Erwerbstätigkeit	55
3.2	Multivariate Wirkungsanalyse	57
3.2.1	Methodische Vorgehensweise bei FAIRalt	57
3.2.2	Effektivität des FAIRalt-Modellvorhabens – Übergang in eine Erwerbstätigkeit am ersten Arbeitsmarkt	59
3.3	Effektivität des FAIRalt-Modellvorhabens: Der nachhaltige Verbleib in Arbeit	63
3.4	Effizienz des FAIRalt-Vorhabens	67
3.4.1	Vorbemerkung	67
3.4.2	Methodik der Effizienzanalyse	70
3.4.3	Zusätzliche Personalkosten in FAIRalt	74
3.4.4	Mehr-/Minderausgaben in FAIR	75
3.4.4.1	Art und Dauer der Betreuungszeiten im Vergleich	75
3.4.4.2	Ermittlung der berücksichtigten Kopfsätze	77
3.4.4.3	Berechnungen der Durchschnittskosten je Status auf Monatebene	80
3.5	Kosten und Nutzen im Vergleich	81
3.6	Abschließende Bewertung zu FAIRalt	83

4	Modellvariante 2: Beratung und Vermittlung von potenziell Langzeitarbeitslosen (FAIRplus)	83
4.1	Rahmenbedingungen der Modellvariante FAIRplus	83
4.2	Deskriptive Analyse der Geschäftsdaten (FAIR-Datenbank)	87
4.2.1	Strukturmerkmale der Kunden in FAIRplus	87
4.2.2	Einsatz von Maßnahmen und Aktivitäten in den FAIR-Teams	91
4.2.3	Abgänger in Erwerbstätigkeit	93
4.3	Multivariate Wirkungsanalyse (FAIRplus)	94
4.3.1	Methodische Vorgehensweise bei FAIRplus	94
4.3.2	Strukturvergleich der Kunden im FAIR- und A-Team	96
4.3.3	Effektivität des FAIRplus-Modellvorhabens – Übergang in eine Erwerbstätigkeit am ersten Arbeitsmarkt	98
4.4	Effektivität des FAIRplus-Modellvorhabens: Der nachhaltige Verbleib in Arbeit	100
4.5	Effizienz des FAIRplus-Vorhabens	102
4.5.1	Methodik der Effizienzanalyse	102
4.5.2	Zusätzliche Personalkosten in FAIRplus	103
4.5.3	Mehr-/Minderausgaben in FAIRplus	103
4.5.3.1	Art und Dauer der Betreuungszeiten im Vergleich	104
4.5.3.2	Berechnung der Mehr- und Minderkosten	107
4.6	Kosten und Nutzen im Vergleich	108
4.7	Abschließende Bewertung zu FAIRplus	110
5	Modellvariante 3: Beratung und Vermittlung aller Kundengruppen in FAIR (FAIRneu)	111
5.1	Rahmenbedingungen der Modellvariante FAIRneu	111
5.2	Personalstärke und Betreuungsschlüssel im FAIR- und im A-Team während der Durchführung von FAIRneu	113
5.3	Multivariate Wirkungsanalyse	119
5.3.1	Methodische Vorgehensweise bei FAIRneu	119

5.3.2	Repräsentativitätsvergleich	121
5.3.3	Effektivität des FAIRneu-Modellvorhabens – Übergang in eine Erwerbstätigkeit am ersten Arbeitsmarkt	125
5.4	Effektivität des FAIRneu-Modellvorhabens: Der nachhaltige Verbleib in Arbeit	130
5.5	Effizienz des FAIRneu-Vorhabens	132
5.5.1	Methodik der Effizienzanalyse	132
5.5.2	Zusätzliche Personalkosten in FAIRneu	136
5.5.3	Mehr-/Minderausgaben in FAIRneu	138
5.5.3.1	Art und Dauer der Betreuungszeiten im Vergleich	138
5.5.3.2	Ermittlung der berücksichtigten Kopfsätze	141
5.5.3.3	Berechnungen der Durchschnittskosten je Status auf Monatsebene	142
5.6	Kosten und Nutzen im Vergleich	143
5.7	Abschließende Bewertung zu FAIRneu	146
6	Gibt es mehr Vermittlungen durch mehr Vermittler? – Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen	146
7	Literatur	154
	Anhang	163
	Kurzfassung	261