

Vermarktlichung und Arbeit mit dem “Kunden” in Aktivierungsprogrammen für Langzeitarbeitslose. Deutschland, England und Frankreich im Vergleich

Prof Ian Greer, Dr Katia Iankova, Lisa Schulte, Dr Graham Symon (University of Greenwich)

Prof Matthias Knuth (Universität Duisburg)

Email: I.Greer@greenwich.ac.uk, K.Iankova@greenwich.ac.uk, matthias.knuth@uni-due.de, l.schulte@greenwich.ac.uk, G.Symon@greenwich.ac.uk

Kurzfassung des Beitrags zur Tagung: Tertiarisierung der Gesellschaft: Beiträge der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung zur Analyse gesellschaftlicher Entwicklungen

Reformen der Arbeitsförderung nach dem Modell des „aktivierenden“ Wohlfahrtsstaates haben in zahlreichen Ländern Folgen für den Charakter von Arbeitsmarktdienstleistungen, die bisher wenig wissenschaftliche Aufmerksamkeit gefunden haben. Sei es durch das „Outsourcing“ von früher durch die staatliche Sozialbürokratie selbst erbrachten Dienstleistungen, sei es durch die Schaffung früher nicht existierender Förderprogramme, oder schließlich durch die Umstellung der Transaktionsformen zwischen Sozialbürokratie und traditionell in der Arbeitsförderung tätigen „Trägern“ werden staatlich organisierte Märkte für Arbeitsmarktdienstleistungen geschaffen. Auf diesen Märkten treten entweder staatliche Stellen als Nachfrager in wettbewerblich organisierten Verfahren der Auftragsvergabe auf, oder die Adressaten der Dienstleistung werden durch Gutscheinsysteme als Nachfrager simuliert. Durch die Inszenierung von Marktbeziehungen ändern sich Struktur und Inhalt der Dienstleistungsbeziehung sowie die Arbeitsbedingungen und –inhalte der Dienstleister. Dieses tritt besonders deutlich hervor, wenn die Honorierung der Dienstleistung oder die Chance der künftigen erneuten Beauftragung an das Erreichen bestimmter Erfolgskennziffern hinsichtlich der Wiedereingliederung in Erwerbsarbeit geknüpft sind. Dieses zwingt die Dienstleister zu einem selektiven und differenzierenden Umgang mit ihren Klienten, der in der englischsprachigen Diskussion als “creaming and parking” bezeichnet wird. Damit sind die Vernachlässigung von schwierig zu vermittelnden Arbeitslosen (“parking”) und die Fokussierung von Arbeitszeit und Bemühungen der privaten und gemeinnützigen Dienstleister auf diejenigen Arbeitslosen gemeint, die leichter zu vermitteln erscheinen (“creaming”).

Soweit „creaming and parking“ von den Arbeitsverwaltungen als Problem wahrgenommen wird, versucht man darauf mit differenzierteren Anreizsystemen, ausgeklügeltem Ergebnis-Monitoring und verschärften Qualitätskontrollen zu reagieren. Doch auch nach mehreren Jahren und vielen Verbesserungsversuchen ist man immer noch auf der Suche nach dem Optimum. Die Fokussierung auf Anreize und auf Marktlogik setzen organisationale Prozesse in Gang, die „creaming and parking“ konträr zum eigentlichen Ziel zusätzlich verstärken. Zwei Entwicklungen erscheinen hier besonders pervers: Erstens, die institutionelle Verfestigung einer Vermittlungsorientierung und zweitens, die institutionelle Abschaffung des Ethos sozialer Arbeit mit Entwicklungsorientierung.

In 2011 und 2012 haben wir Fallstudien über gemeinnützige und private Arbeitsmarktdienstleister in Deutschland, England und Frankreich durchgeführt. Diese Fallstudien basieren auf qualitativen Interviews mit ArbeitsvermittlerInnen und GeschäftsführerInnen. Unsere Analyse zeigt uns sowohl Unterschiede in der Struktur der durch die jüngsten Reformen geschaffenen Märkte innerhalb der untersuchten Länder als auch zwischen den Ländern. Trotz dieser Unterschiede wurden unsere Hypothesen insbesondere in den englischen und deutschen Fällen bestätigt. Frankreich dagegen scheint auf ersten Blick ein Beispiel gescheiterter Reform, gescheitert vor allem am Widerstand der öffentlichen Arbeitsverwaltung, die sich weiterhin als bürokratischer Verwalter öffentlicher Mittel

einerseits und als Unterstützer lokaler gemeinnütziger Organisationen andererseits versteht. Im Vergleich zu unseren englischen und deutschen Fällen schützt das Scheitern der Reformbemühungen jedoch vor „creaming and parking“.