

JOB & KARRIERE PERSONALMARKETING

Arbeitsamt packt die Arbeit an

NOCH STECKT DAS HARTZ-KONZEPT IN DEN KINDERSCHUHEN. ABER ENGAGIERTE VERTRETER DES ARBEITSAMTS ENTWICKELN BEREITS NEUE STRATEGIEN UND KNÜPFEN KONTAKTE ZU MEDIEN UND AGENTUREN.

Fast 350 Seiten umfasst der Kommissionsbericht Moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt, der unter Vorsitz von Peter Hartz entstand. Selbst Wissenschaftler, Journalisten und Geistliche will der durch die Viertagewoche bekannte VW-Personalvorstand ins Boot holen. Sie sollen helfen, das neue, moderne Image der Bundesanstalt für Arbeit (BA) zu vermitteln. Ein Herzstück des Konzepts bilden die Personal-Service Agenturen (PSAs), die Erwerbslose beschäftigen, fortbilden und verleihen sollen.

Die Nürnberger Anstalt, 2002 mit einem 54 Milliarden Euro großen Etat ausgestattet, beschäftigt in zehn Landesarbeitsämtern, 180 Arbeitsämtern - demnächst Job-Centern - und 660 Dienststellen insgesamt 90000 Mitarbeiter. "Deutschlands größte Behörde verwaltet vor allem sich selbst", spottete der Spiegel im Frühjahr. Denn nur ein Drittel des Personals kümmert sich um die Arbeitsvermittlung. "Das ist ein hierarchischer Moloch", stöhnt ein Insider. "Noch sind die Hartz-Vorschläge für uns sehr nebulös", sagt ein anderer. Die reinen Vermittler - vom Spiegel auf etwa 10000 beziffert - befänden sich an der Grenze zur Belastbarkeit. In der Praxis müsse einer von ihnen bis zu 1000 Personen betreuen.

Gegen Beamten-Klischees

Schon heute gibt es Menschen im Arbeitsamt-Kosmos, die so gar nicht ins Klischee des trägen Beamten passen. Walter Bens und Franz Egle, Dozenten an der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim, haben eine eigene Methode entwickelt. Bundesweit schulen sie Berater in ihrer Job-Search-Strategie. Mit einem individuell erarbeiteten Stärkenprofil und Initiativ-Kurzbewerbungen, so die These, findet ein Arbeitsloser leichter eine passende

Nische. Die Wissenschaftler stellen im Buch Talentmarketing aus dem Gabler-Verlag, Wiesbaden, Techniken des beruflichen Querdenkens vor.

Hilfe bieten auch die Websites www.talentmarketing.de und www.selbstvermarktungsstrategie.de. "Gerade Akademiker sollten sich nicht nur staatlicher Einrichtungen bedienen, sondern selbst aktiv werden", fordert Bens. "Arbeit gehört zum Lebensmittelpunkt, und Sie suchen sich ja schließlich auch Ihren Partner selbst."

Ambitionierte Branchen-Foren für den Nachwuchs - beispielsweise zusammen mit Süddeutscher Zeitung und dem Medien-Campus Bayern - moderieren Werner Brendli und seine Kollegen. Der Berater im Hochschulteam des Arbeitsamts München hat unter der News-Rubrik von www.arbeitsamt.de/muenchen/ eine Übersichtsliste zu etwa 200 Jobbörsen und -suchmaschinen zusammengetragen. "Es ist unsere Aufgabe" unterstreicht Brendli, "die jungen Akademiker, die den Berufseinstieg suchen, zu ermutigen und nicht herunterzuziehen."

BA-Vorstandsvorsitzender Florian Gerster hält seine Vermittler zu engeren Kontakten mit der Privatwirtschaft an. Diese Ansätze der künftigen "Bundesagentur für Arbeit" sind bereits zu spüren. "Das Arbeitsamt hat seine Kommunikation im letzten halben Jahr sehr verstärkt", berichtet Werner Höck. Der Personaldirektor von Burda in Offenburg meldete schon in der Vergangenheit offene Stellen. Nun kamen zu seiner Überraschung Vertreter des Amtes direkt auf ihn zu. "Erst vor wenigen Wochen hat ein Berater unsere Personalabteilung besucht", erzählt Höck, der sich vorstellen kann, irgendwann einen Jour Fixe mit der Behörde einzuführen.

Anders bei der Lufthansa. Er habe derzeit keine Berührungspunkte mit dem Arbeitsamt, erklärt Christoph Fay. Die Fluggesellschaft, gibt der Leiter Konzern-Personalmarketing zu verstehen, bekomme genug Bewerbungen über andere Kanäle. Aber die Frankfurter beobachten aufmerksam, was sich in Sachen Hartz bewegt.

Lars Schmidt pflegt Kontakte zum Arbeitsamt Düsseldorf. "Momentan ist es nicht ehrenrührig, arbeitslos zu sein", stellt der Director Human Resources von BBDO fest. "Und für mich macht es keinen Unterschied, ob sich jemand initiativ oder über das Amt bewirbt." Die Offiziellen schlugen dem HR-Manager einen Tag der offenen Tür vor, um jungen Jobsuchenden vor Ort die Arbeit in einer Werbeagentur zu erklären.

In München laden im kommenden Januar sowohl BertelsmannSpringer Science + Business Media als auch die Agentur Serviceplan gemeinsam mit dem Arbeitsamt höhere Fachsemester und Absolventen zu sich in die Büros ein. Diese Aktionen laufen unter dem Stichwort "Unternehmenskontakte". "Noch ist das die Initiative einzelner", meint BBDO-Mann Schmidt. "Manche sind hoch engagiert, andere haben den Behördengeist weiter verinnerlicht." Der Personaler will nicht ausschließen, dass sich die BA ähnlich wie die Deutsche Telekom oder die Deutsche Post zu einem modernen Dienstleister wandelt, "aber das kann noch gut zehn Jahre dauern". doro