



# Aktiver Dialog mit Arbeitgebern - Chancen im Vermittlungsprozess

Jobcenter  
Hersfeld-  
Rotenburg

Jobcenter Darmstadt

Jobcenter Main-Taunus-Kreis

Kommunales Jobcenter  
Vogelsbergkreis

Jobcenter Wiesbaden

Jobcenter Suhl

Jobcenter  
Schmalkalden-  
Meiningen

KreisJobcenter Fulda

Jobcenter Odenwaldkreis

Jobcenter Daun

u.a. ...

# AUSGANGSSITUATION



- das Kundenklientel der Jobcenter ist arbeitsmarktfremd und
- Fachkräfte-Stellen können aus dem Kundenklientel des Jobcenters nur in Einzelfällen besetzt werden,
- die Stellenakquise, insbesondere in den Bereichen 50plus und bei anzulernenden/teilqualifizierten Kräften ist zeitintensiv,
- Arbeitgeber haben noch immer Vorbehalte gegenüber "Langzeitarbeitslosen",
- regelmäßiger Dialog mit der Vielzahl der Arbeitgeber, fällt meist dem Alltagsgeschäft zum Opfer

# OFFENE FRAGEN

Welche Unternehmen haben aktuell Personalbedarf?

Welche konkreten Qualifikationen werden nachgefragt?

Wie entwickelt sich in den nächsten Monaten Personalbedarf?

Wie stellt sich die Mitarbeiterstruktur in den Betrieben dar?

In welchen Betrieben werden teilqualifizierte Kräfte, Anlernkräfte, Helfer- und Saisonkräfte benötigt?

Welche Faktoren sind für eine Einstellung maßgeblich, und in welchen Bereichen besteht Kompromissbereitschaft?

Welche Unternehmen stehen einer Kooperation offen gegenüber?

u.a.



# ZIELE DER KAMPAGNE

- Kontakt mit Personalentscheidern aktiv herstellen
- Klassifizierung der aufgeschlossenen und interessierten Arbeitgeber, um die Beratungskompetenz des AGS zu konzentrieren
- wechselseitiger Informationsaustausch mit regionalen Arbeitgebern
  - umfassend
  - zeitnah
  - mit unmittelbarem verwertbarem Feedback
- differenzierte Ermittlung offener Stellen
- Kompromissfähigkeit und Kooperationsbereitschaft der Arbeitgeber ermitteln
- Weitere Informationen für gezielte Aktivitäten nutzbar machen
  - für Beratungsgespräch des AGS-Beraters
  - für gezielte Aktivitätenplanung
  - und für gezielte Maßnahmenplanung
- Arbeitgeber-Datenbank aktualisieren und vervollständigen

# Modell eines Kampagnenablaufs

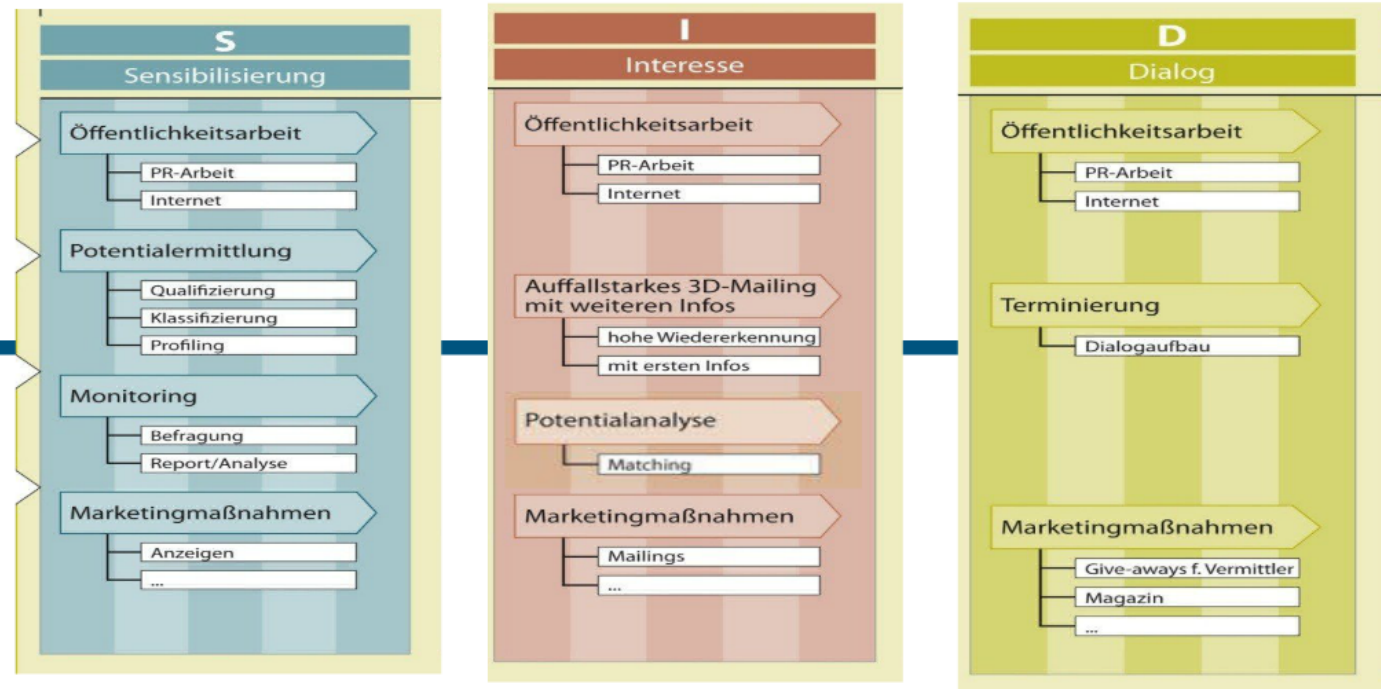
## AUSGANGSSITUATION

Bilden im Regelfall die Adressen des Jobcenters, angereichert um Adressen der regionalen Industrie- und Handelskammer, sowie der Handwerkskammer.

Potential für den Landkreis:

ca. 1.500 Adressen  
der Industrie- und Handelskammer

ca. 2.100 Adressen  
der Handwerkskammer



|                                                                                                    |  |                                                                                               |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Kontaktdaten</b><br>Name: Uta Plönes<br>Telefon: 0331 12345<br>E-Mail: u.plönes@cable-office.de |  | <b>Adressdaten</b><br>Name: Uta Plönes<br>Adresse: ...<br>PLZ: ...<br>Ort: ...                |  |
| <b>Leistungsdaten</b><br>Leistung: ...<br>Menge: ...<br>Preis: ...                                 |  | <b>Rechnungsdaten</b><br>Rechnungsnummer: ...<br>Rechnungsdatum: ...<br>Fälligkeitsdatum: ... |  |
| <b>Zusätzliche Daten</b><br>Bemerkungen: ...<br>Unterschrift: ...                                  |  | <b>Stempel</b><br>Datum: ...<br>Unterschrift: ...                                             |  |

# Monitoring

Basis:  
ca. 3.000 Unternehmen

Ca. 300-350  
offene Stellen

Ca. 500-600  
Kontaktwünsche

Ca. 1.350  
Monitoring-Ergebnisse

Ca. 2.700 Unternehmen  
Themenspezifischer  
Dialog

## Potentiale ausschöpfen

Ca. 60% neue  
Stellen

Differenzierung

## Fokussierung

Aufgeschlossene  
Betriebe

Konkrete Themen

## Informationen nutzbar machen

für die Planung

für direkte Gespräche

direkt und auf breiter Basis  
informieren

qualifizieren

klassifizieren

verifizieren

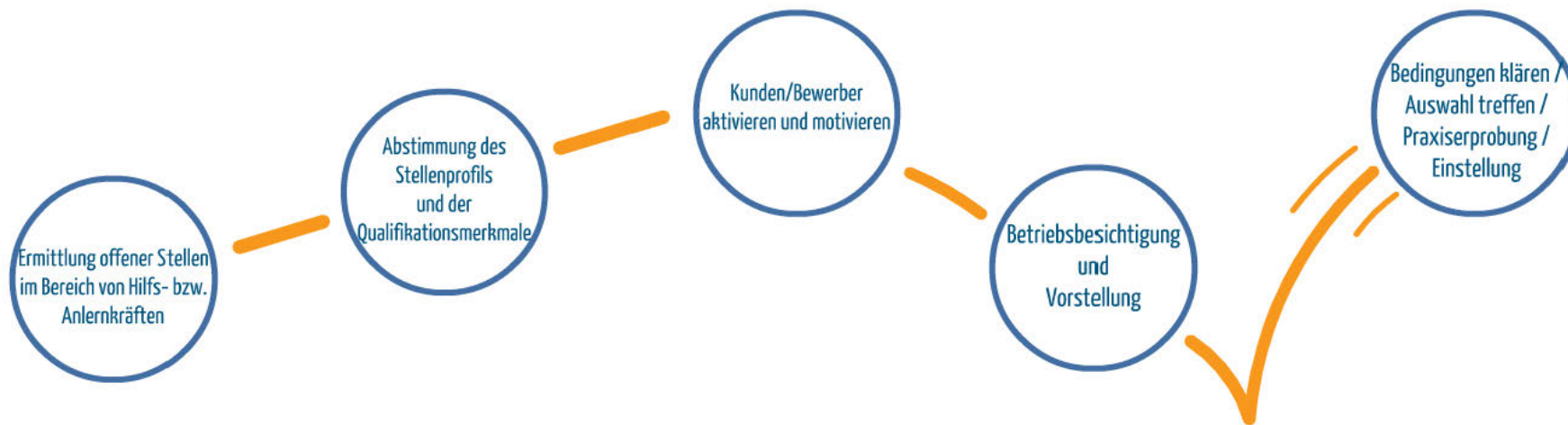


# Begleitende Bewerbung

Nutzung des gruppen-dynamischen Effekts

Mehr Effizienz bei der Bewerberauswahl

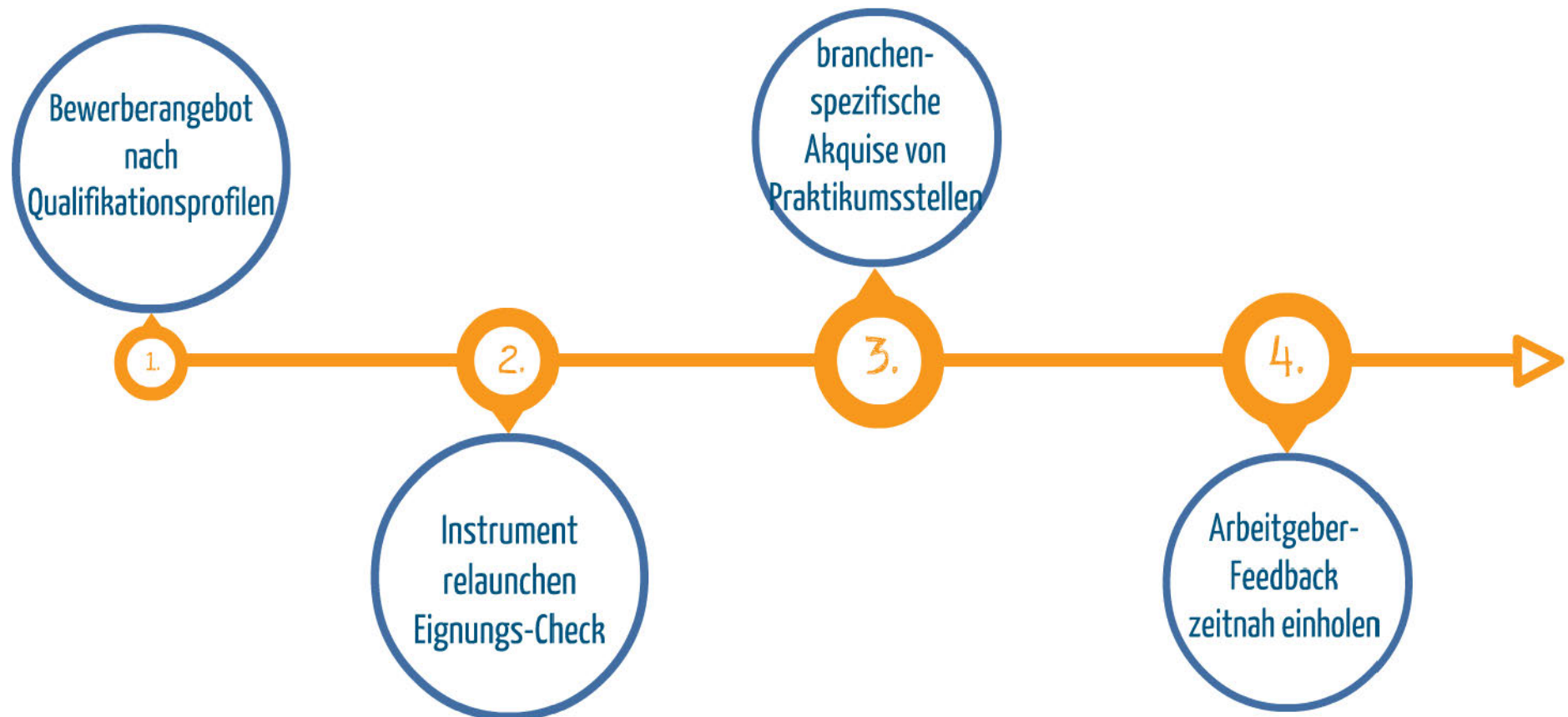
Deutlich höhere Vermittlungsquote bei schwächeren Bewerbern



# Eignungs-Check

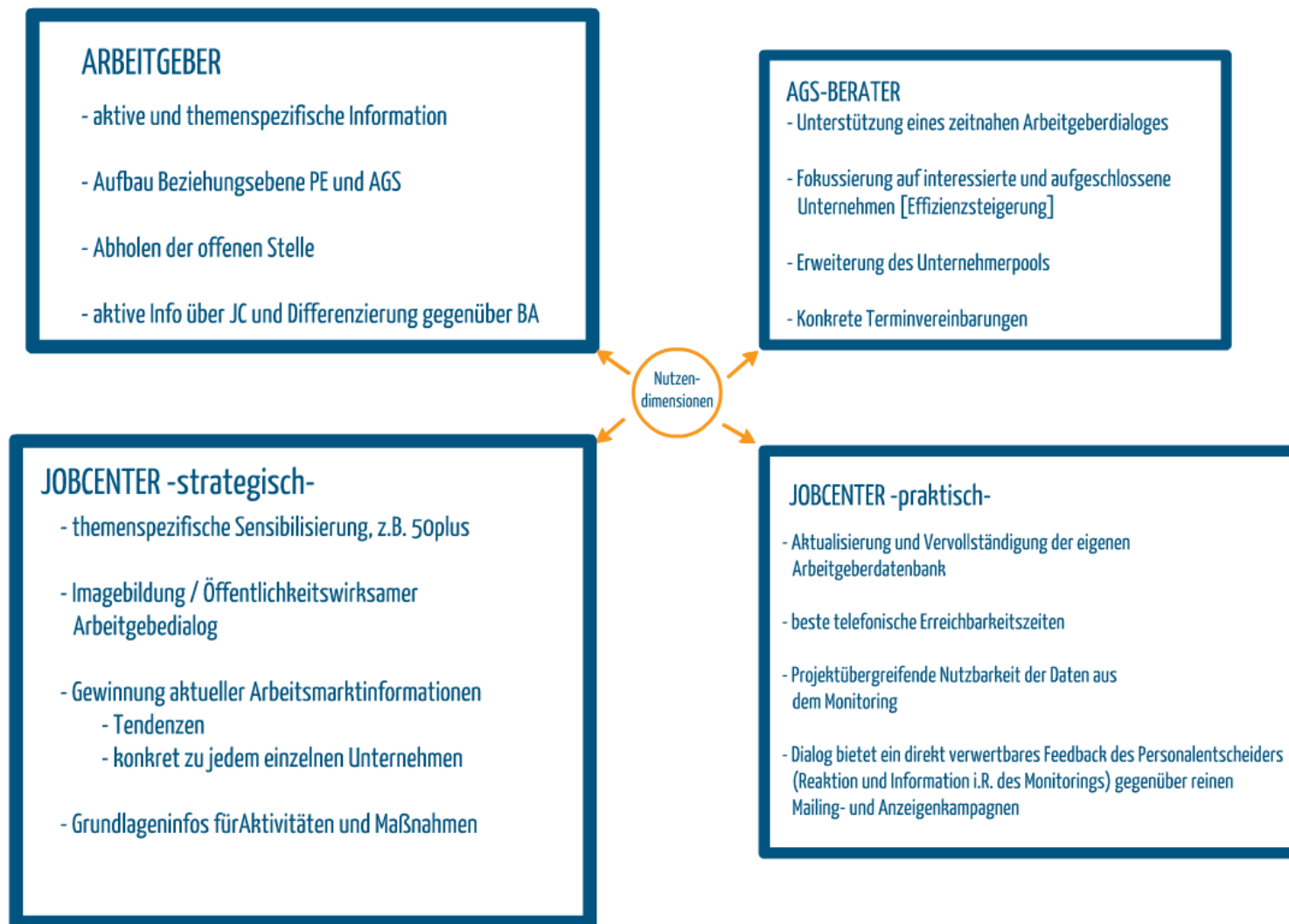
Aktive Nutzung des effektivsten Vermittlungsinstruments

Gezielte Anpassung an Arbeitsmarktbedarf und Kundenklientel



Teilnehmerakquise für  
Veranstaltungen, z.B.  
Unternehmer mit Weitblick /  
Unternehmenforum...

# Aktiver Dialog mit Arbeitgebern - Chancen im Vermittlungsprozess





**Ansprechpartner:  
Thomas Lang  
Inhaber**

**Washingtonallee 10  
36041 Fulda**

**Fon: 0661/2929-120**

**E-mail: [thomas.lang@cable-office.de](mailto:thomas.lang@cable-office.de)**