Arbeitsmarktservice
Burgenland

Einschaltgrad+
Studie zur Erhöhung des Einschaltgrades des AMS Burgenland

Endbericht

Projektleitung AMS Burgenland:
Katharina Sipos

Projektteam Prospect Unternehmensberatung GmbH:
Friederike Weber, Michael Auer, Isa Hager

Wien, Juli 2021

prospect
Research & Solution

Impressum:

© prospect Unternehmensberatung GmbH
Siebensterngasse 21/4, 1070 Wien | T +43 1 523 72 39 - 0 | F DW 66
E office@prospectgmbh.at | www.prospectgmbh.at

Inhaltsverzeichnis

Management Summary 5

Langfassung 11

1 Ausgangslage 12

2 Zielsetzung und Design der Studie 14

3 Relevante Daten zum Einschaltgrad 17

3.1 Einschaltgrad nach RGSen und Wirtschaftsklassen 17

3.2 Struktur offene Stellen – Struktur Arbeitslose 20

3.3 Beschäftigte aus dem Ausland/Pendler*innen/Einkommen 25

3.4 Einschaltgrad Lehrstellen 28

4 Einschaltgrad aus unterschiedlichen Perspektiven 30

5 Unternehmenssicht 35

5.1 Die Stichprobe der befragten Unternehmen 35

5.2 Personalsuche generell 37

5.3 Suchkanäle 39

5.4 Personalsuche über AMS 42

5.5 Generelle Einschätzungen mit dem AMS, Bekanntheit der Angebote, zukünftige Erwartungen an das AMS 51

5.6 Kontaktwunsch 57

6 Resümee und Handlungsempfehlungen 58

7 Literatur 64

8 Anhang 65

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Studiendesign im Überblick ... 16
Abbildung 2: Einschaltgrad offene Stellen nach RGSen ... 17
Abbildung 3: Einschaltgrad nach ausgewählten ÖNACE Wirtschaftsklassen – Burgenland ... 18
Abbildung 4: Anzahl Beschäftigungsverhältnisse im Burgenland nach Wirtschaftsklassen >5.000 Beschäftigten ... 18
Abbildung 5: Anzahl offener Stellen nach RGSen ... 20
Abbildung 6: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen im Burgenland nach Ausbildung ... 20
Abbildung 7: Vergleich arbeitslose/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Berufsgruppen im Burgenland ... 22
Abbildung 8: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Beschäftigungsausmaß im Burgenland ... 23
Abbildung 9: Offene Stellen nach Betriebsgröße – Burgenland ... 23
Abbildung 10: Unternehmensgrößen im Burgenland nach WKO ... 24
Abbildung 11: Ausländische unselbstständig Beschäftigte nach Ländern im Burgenland ... 25
Abbildung 12: Übersicht Bruttolöhne und -gehälter von unselbstständig Beschäftigten der ÖNACE Kategorien B - N 2018 ... 27
Abbildung 13: Einschaltgrad Lehrstellen nach RGSen ... 28
Abbildung 14: Offene Lehrstellen nach Berufsgruppen – Burgenland ... 28
Abbildung 15: Kund*innentyp nach Betriebsgröße ... 36
Abbildung 16: Häufigkeit der Personalsuche ... 37
Abbildung 17: Stellenbesetzung von dem AMS gemeldeten Stellen durch AMS Bewerber*innen ... 44
Abbildung 18: Erfahrungen mit der Personalsuche und/oder Lehrlingssuche über das AMS ... 46
Abbildung 19: Zufriedenheit mit Aspekten der Personalsuche über das AMS ... 47
Abbildung 20: Zufriedenheit mit weiteren Aspekten der Personalsuche über das AMS ... 48
Abbildung 21: Einschätzungen zum AMS ... 51
Abbildung 22: Bekanntheitsgrad der Angebote ... 52
Abbildung 23: Vergleich Aufteilung arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Ausbildung nach RGSen ... 65
Abbildung 24: Vergleich arbeitslose/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Berufsgruppen nach RGSen ... 66
Abbildung 25: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchenden Personen und offene Stellen nach Beschäftigungsausmaß nach RGS ... 67

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Offene Stellen nach Wirtschaftsklassen - Burgenland ... 19
Tabelle 2: Offene Lehrstellen nach Wirtschaftsklassen Burgenland ... 29
Tabelle 3: Zusammensetzung Stichprobe und Rücklaufquote ... 35
Tabelle 4: Befragte Unternehmen nach Branche ... 36
Tabelle 5: Personalsuche nach Größe und Kund*innentyp ... 38
Tabelle 6: Suchkanäle nach Beschäftigtengruppen (Mehrfachantworten) ... 40
Tabelle 7: Personalaufnahme aus den östlichen Nachbarländern ... 42
Tabelle 8: Meldung offener Stellen auch an das AMS ... 42
Tabelle 9: Gründe für Inanspruchnahme des AMS bei Personalsuche (Mehrfachnennungen) ... 43
Tabelle 10: Stellenbesetzung durch AMS Bewerber*innen nach Häufigkeit der Stellenmeldung ... 44
Tabelle 11: Gründe gegen die Inanspruchnahme des AMS bei Personalsuche (Mehrfachnennung) ... 45
Tabelle 12: Zusammenhang Erfahrungen mit AMS und Meldung offener Stellen ... 46
Tabelle 13: Weg der Aufmerksamkeit auf AMS-Dienstleistungen für Unternehmen ... 53
Tabelle 14: Kontakt mit dem AMS ... 54
Tabelle 15: Grund des Kontaktes mit dem AMS abseits von Stellenbesetzungen ... 54
Tabelle 16: Veränderung des Bildes vom AMS aufgrund Kontakt mit AMS ... 55
Tabelle 17: Zukünftige Wünsche an das AMS ... 56
Tabelle 18: Offene Stellen nach Berufsklassen nach RGS ... 68
Tabelle 19: Offene Stellen nach Wirtschaftsklassen und Monaten ... 69
Tabelle 20: Suchkanäle für Hilfs- oder angelernte Arbeitskräfte und deren Erfolg ... 70
Tabelle 21: Suchkanäle für Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung und deren Erfolg ... 71
Tabelle 22: Suchkanäle für höher qualifiziertes Personal und deren Erfolg ... 72
Tabelle 23: Suchkanäle für Führungskräfte und deren Erfolg ... 73
Tabelle 24: Suchkanäle für Praktikant*innen und deren Erfolg ... 74
Tabelle 25: Suchkanäle für Lehrlinge und deren Erfolg ... 75
Tabelle 26: Melden offener Stellen an AMS nach Unternehmensgröße ... 76
Tabelle 27: Gründe für Nicht-Meldung offener Stellen nach Kund*innentyp ... 77
Tabelle 28: Zufriedenheit mit dem AMS bei der Personalsuche nach Häufigkeit der Stellenmeldung ... 78
Tabelle 29: Nicht angebotene Leistungen des AMS nach Häufigkeit der Stellenmeldung ... 79
Tabelle 30: Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungen des AMS nach Häufigkeit der Stellenmeldung ... 79
Tabelle 31: Einstellungen zum AMS nach Betriebsgröße ... 80
Tabelle 32: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Betriebsgröße ... 82
Tabelle 33: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Kund*innentyp ... 84

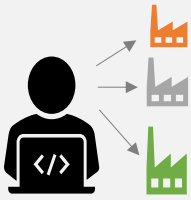
Management Summary

Obwohl das AMS Burgenland in den letzten Jahren eine überdurchschnittliche Kund*innenzufriedenheit in Bezug auf das Service für Unternehmen hatte, war der Einschaltgrad, d.h. der Anteil der beim AMS registrierten Stellenbesetzungen an allen Neuanmeldungen von unselbständigen Beschäftigten (bereinigt um gewisse Branchen usw.), in diesen Jahren immer sehr niedrig.

Breite Beleuchtung des Themenfeldes durch Studie

Das AMS Burgenland hat zu diesem Thema bereits zahlreiche Analysen durchgeführt und gezielte Aktivitäten gestartet. Auch die arbeitsmarktpolitischen Ziele für das SfU fokussierten immer wieder für den Einschaltgrad relevante Bereiche. Eine weitere Studie sollte nun das Themenfeld noch einmal beleuchten. Ziel war, durch die diskursive Auseinandersetzung mit den Ergebnissen Maßnahmen und Aktivitäten zu planen, die den Einschaltgrad steigern bzw. langfristig einen höheren Einschaltgrad sichern. In der Studie wurde folgendes mehrstufiges Untersuchungsdesign eingesetzt:

Abbildung: Studiendesign im Überblick

Startworkshop & Fokusgruppe *September 2020*		Kick-off Studie Fokusgruppe mit LGS-Vertreter*innen, RGS Führungskräften und Berater*innen aus dem SfU	**Ziel** Detailabstimmung Organisatorische Vereinbarungen Austausch von Vor- und Kontextinformationen Erhebung Sichtweise AMS
Aufbereitung Daten *Oktpber bis Dezember 2020*		Aufbereitung, Analyse und Gegenüberstellung verfügbarer Daten des AMS Burgenland, Statistik Austria, Hauptverband usw.	**Ziel** Überblick Bestehende Mismatches und Selektionsprozesse identifizieren
Qualitative Telefoninterviews *Dezember 2020 bis Februar 2021*		Durchführung von 9 Interviews mit AMS Vertreter*innen, Unternehmen, Sozialpartnern, AMS Schulungsträgern usw.	**Ziel** Vertiefte Informationsbedarfe schließen Besondere Sichtweisen einholen
Online-Erhebung bei Unternehmen *März 2021 bis April 2021*		**Aktive** Kund*innen (Unternehmen, die offene Stellen meldeten) **Inaktive** Kund*innen (Unternehmen, die früher offene Stelle meldeten) **Potentielle** Kund*innen (Anstellungen vorgenommen, aber kein Kontakt zu AMS)	**Ziel** Repräsentative Erhebung der Sichtweise und Zufriedenheit von Unternehmen
Berichtslegung und Abschluss-workshop *Juni 2021*		Erstellung eines Endberichts sowie eines PPP Foliensatzes Präsentation und Diskussion der Ergebnisse, Ableitung von Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge Adaption Endbericht und Kurzfassung	**Ziel** Anschauliche Darstellung der Ergebnisse Einholen von Rückmeldungen Ideen generieren

Quelle: Eigene Darstellung prospect

AMS ist wichtiger Suchkanal, weniger bei höher qualifizierten Stellen

Das AMS ist laut den Ergebnissen neben den privaten Netzwerken der wichtigste Kanal zur Personalsuche von burgenländischen Unternehmen. Trotzdem, so zeigt die Datenanalyse, ist der Einschaltgrad im Burgenland gering, vor allem in manchen Branchen wie beispielsweise dem Gesundheits- und Sozialwesen oder dem Bau.

Je höher qualifiziert das gesuchte Personal sein soll, umso mehr parallele Suchkanäle werden aktiviert bzw. wird das AMS hier teilweise gar nicht eingeschalten. Laut Statistik Austria verlangten österreichweit im Jahr 2019 22% der offenen Stellen mindestens Maturaniveau, bei den im AMS Burgenland in diesem Jahr gemeldeten offenen Stellen waren es nur 11%, die so ein Niveau erforderten.

Der Erfolg der Kanäle differiert bei unterschiedlichen Gruppen. Bei Hilfs- oder angelernten Arbeitskräften und Fachkräften sind beispielsweise die privaten Netzwerke am erfolgreichsten, bei höher qualifiziertem Personal und Führungskräften Personalberater*in/Headhunter*in.

Vor allem Mittel- bis Großbetriebe, die häufiger Personalbedarf haben, können in der Personalsuche auch auf Initiativbewerbungen zurückgreifen.

Personalrekrutierung aus den östlichen Nachbarländern läuft am AMS vorbei

Fast gar nicht eingeschalten wird das AMS bei der Aufnahme von Personal aus den östlichen Nachbarländern wie beispielsweise Ungarn: Hier dominieren private Kontakte und Netzwerke, gefolgt von Initiativbewerbungen und Social Media. Immerhin zwei Drittel der befragten Unternehmen, die dazu eine Angabe machten, haben in den letzten Jahren Personal aus diesen Ländern aufgenommen, was auch die Datenanalyse verdeutlicht. Im Jahr 2019 waren beinahe 17.500 Ungar*innen im Burgenland beschäftigt und rund 1.800 Personen aus der Slowakei. Der Anteil an ausländischen Beschäftigten im Burgenland ist beispielsweise weitaus höher als beispielsweise in Kärnten.

Personalsuche über AMS: unkompliziert und kostenlos

Rund 60% der befragten Unternehmen meldet dem AMS immer oder meistens seine offenen Stellen. Jene Stellen, die dem AMS gemeldet wurden, konnten nach Aussage der Betriebe zu 7% immer durch Bewerber*innen, die über das AMS gekommen sind, besetzt werden, zu 43% nur manche der gemeldeten offenen Stellen.

Die wichtigsten Gründe über das AMS zu suchen sind laut der befragten Unternehmen eine einfache und unkomplizierte Abwicklung, der kostenlose Service und die rasche Reaktion auf den Suchauftrag.

Kaum geeignete oder passende Bewerber*innen über AMS

Warum nicht über das AMS gesucht wird liegt am konstatierten mangelnden Arbeitswillen/Motivation der vermittelten Personen und daran, dass in den Augen der Betriebe viele Arbeitslose für die zu besetzenden Stellen nicht ausreichend qualifiziert sind.

Auch die negativen Erfahrungen, die mit dem AMS gemacht wurden, liegen vor allem an dem Umstand, dass laut den befragten Betrieben keine geeigneten bzw. passenden Personen vermittelt wurden oder diese wenig Engagement zeigten.

Dass dahinter ein struktureller Mismatch gegeben ist, kann anhand der analysierten Daten nicht untermauert werden. Das Ausbildungsniveau, das bei den gemeldeten offenen Stellen im Jahr 2019 im

Burgenland gefordert wurde und jenes der arbeitslosen bzw. arbeitssuchenden Personen unterscheidet sich nicht gravierend und auch nicht die geforderte im Vergleich zur gewünschten Berufsgruppe. Allerdings lässt das wenig Schlüsse über die tatsächlichen Anforderungsprofile der offenen Stellen und die Kompetenzprofile der Vorgemerkten zu.

AMS-Berater*innen sind kompetent, freundlich, serviceorientiert

Trotzdem ist die Zufriedenheit mit den AMS-Mitarbeiter*innen sehr hoch, deren Freundlichkeit und Kompetenz wird geschätzt. Das Bemühen des AMS bei der Personalsuche wird von den befragten Unternehmen beispielsweise sehr hoch eingeschätzt und Aussagen, dass das AMS ein behäbiger Verwaltungsapparat ist bzw. die Arbeitslosen möglichst schnell vermitteln möchte, egal ob sie für die offenen Stellen geeignet sind oder nicht, von den Unternehmen größtenteils abgelehnt. Das bestätigt das Ergebnis zahlreicher anderer Studien, die dem SfU eine hohe Serviceorientierung bescheinigen.

Auch in den qualitativen Interviews wird der gute persönliche Kontakt zu den AMS-Berater*innen der RGSen besonders positiv hervorgehoben und der Schluss gezogen, dass es nicht am AMS, sondern an den Bewerber*innen liegt, dass der Einschaltgrad so gering ist. Die persönliche Betreuung wird als Erfolgsfaktor gesehen. Allerdings blieben vergangene falsche Vermittlungen durchaus im Gedächtnis der Unternehmen und hier sollte Imagearbeit betrieben werden.

AMS-Angebote für Unternehmen unterschiedlich bekannt

Das eAMS-Konto ist den Unternehmen größtenteils gut bekannt. Auch diverse Fördermöglichkeiten sowie der eJob-Room sind der Mehrheit der Unternehmen zumindest etwas bekannt. Bezüglich Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS ist der Informiertheitsgrad nicht besonders hoch. Am unbekanntesten sind die europaweite Personalsuche über EURES, die Impulsberatung sowie die Lehrstellenbörse von AMS und WKO, sowie der Betriebsbesuch durch das AMS.

Jene Unternehmen, die gewisse Serviceleistungen des AMS genutzt haben, wie beispielsweise die Vorauswahl von Bewerber*innen, sind häufig sehr zufrieden damit. Insbesondere auch die wenigen Unternehmen, die das AMS zur Personalsuche selten nutzen.

Kontakt aufgrund COVID-19 Kurzarbeitsbeihilfe hat Bild vom AMS verbessert

Viele der befragten Unternehmen hatten in der letzten Zeit abseits von Stellenbesetzungen Kontakt mit dem AMS Burgenland. Diese Kontakte betrafen vor allem die COVID-19 Kurzarbeitsbeihilfe. Drei Viertel der Mittel- und Großbetriebe und etwa die Hälfte der aktiven Kund*innen kontaktierte das AMS auch aufgrund von Förderungen wie Eingliederungsbeihilfe etc.

Mehrheitlich geben die Unternehmen an, dass sich durch diesen Kontakt ihr Bild vom AMS Burgenland gebessert hat, was insbesondere auf Kleinstbetriebe und inaktive Kund*innen zutrifft, oder den guten Eindruck bestätigt hat. Das ist vor allem bei Mittel- bis Großbetrieben und bei aktiven Kund*innen der Fall.

Bessere Vorselektion der Bewerber*innen gewünscht

Entsprechend dem Hauptkritikpunkt, dass sich über das AMS kein passendes oder entsprechend qualifiziertes Personal meldetet, steht als Wunsch für die Zukunft an erster Stelle (außer bei den potenziellen Kund*innen) eine bessere Vorselektion der Bewerber*innen, es folgen mehr

Informationen über die Angebote des AMS, bei den potenziellen Kund*innen steht dieses Anliegen sogar an erster Stelle.

Verstärkte Information über die Angebote des AMS für Unternehmen bzw. verstärkte Werbeaktivitäten werden auch von vielen Befragten in den qualitativen Interviews als wünschenswert angesehen.

Parallele Strategien zur Akquise offener Stellen sinnvoll

Obwohl das Burgenland aufgrund seiner geographischen Lage (Grenzpendler*innen vor allem aus Ungarn, viele Auspendler*innen insbesondere nach Wien und Niederösterreich) sicher benachteiligt ist, was die Erreichung eines hohen Einschaltgrades betrifft, gibt es doch einige Handlungsoptionen.

Um mehr offene Stellen zu akquirieren, ein erster wichtiger Schritt, um den Einschaltgrad zu erhöhen sind parallele Strategien zu verfolgen:

- ✓ Kund*innenbindung, Ausbau bei aktiven Kund*innen
- ✓ Zurückholen ehemaliger KundInnen
- ✓ Akquise von potenziellen KundInnen

Weiteres Optimierungspotenzial bei Passgenauigkeit

Das AMS hat der Passgenauigkeit in den letzten Jahren ein großes Augenmerk geschenkt wie etwa die Beschreibung von erforderlichen Kompetenzen, basierend auf dem vom AMS entwickelten Berufsinformationssystem (BIS) oder die Forcierung von Vorauswahlen.

Trotz dieser Bemühungen scheint es im Bereich der Passgenauigkeit noch Optimierungspotenzial zu geben. SfUseitig könnten eventuell in der Abklärung des Stellenprofils die „must-haves“ noch genauer ausgelotet und von den „nice to haves“ noch besser unterschieden werden. Eine gute Auslotung ist insbesondere dann wesentlich, wenn die von den Firmen genannten Anforderungen unrealistisch erscheinen. Die wichtigen Details sollte in Folge dann auch gut im Stelleninserat abgebildet werden. (z.B. genaue Arbeitszeiten).

Sinnvoll wäre, wenn Unsicherheit in Bezug auf die Passgenauigkeit besteht, ein Vorabkontakt der für die Vermittlung ins Auge gefassten arbeitslosen Kund*innen, auch ein Vorabkontakt mit den Unternehmen kann sinnvoll sein. Die Forcierung von Vorauswahlen ist eine weitere Möglichkeit. Allerdings sind alle diese Optionen zeitintensiv für das Service für Unternehmen.

Im Zusammenhang mit der Passgenauigkeit geht es letztlich auch um die Frage der Zusammenarbeit zwischen SfU und SfA bzw. um die Frage, wer für das Matching verantwortlich ist.

Arbeitserprobung, Arbeitstraining und AQUA

Die Studie zeigt, dass sich Unternehmen mehr Vorselektion durch das AMS bei der Personalvermittlung wünschen, gleichzeitig sind den Unternehmen bei der Einstellung von Personal die sogenannten Arbeitstugenden wie Zuverlässigkeit, Pünktlich oder Arbeitswille am wichtigsten. Dies sind lauter Aspekte, die auch bei einem Vorauswahlprozess eher schwer überprüfbar sind. Hier kann das Anbieten von Arbeitserprobung und Arbeitstraining das Mittel der Wahl sein.

Arbeitserprobung oder Arbeitstraining können aber auch gezielt eingesetzt werden, um ehemalige Unternehmenskund*innen zurückzuholen, weil sich dadurch für diese das Risiko minimiert „es wieder einmal mit dem AMS zu versuchen.“

Qualifikatorischen Mismatch verringern

Wenn die Passgenauigkeit an der mangelnden Übereinstimmung der qualifikatorischen Anforderungen liegt, könnte das Angebot einer arbeitsplatznahen Qualifizierung Abhilfe schaffen. Gleichzeitig sollte den Unternehmen ins Bewusstsein gebracht werden, dass der beklagte Fachkräftemangel auch im Zusammenhang mit ihrer Ausbildungsintensität steht.

Zu wenig bewusst ist einigen Unternehmen, dass das AMS Burgenland viele Fachqualifizierungen fördert. AMS Schulungen scheinen vielfach gleichgesetzt zu werden mit Aktivierungskursen und ähnlichem.

Eine Option: Neben der Forcierung der Öffentlichkeitsarbeit zum Kursangebot des AMS, Unternehmen ganz gezielt über laufende Qualifizierungen zu informieren und diesen das Angebot zu unterbreiten, Teilnehmer*innen kennenzulernen. Hier bietet sich ein branchenspezifischer Zugang an, wie er aktuell vom AMS Burgenland beispielsweise im Gesundheits- und Sozialbereich forciert wird. Vereinbarungen auf Branchenebene sind generell empfehlenswert.

Im Sinne der Deckung des Fachkräftemangels könnte es aber auch sinnvoll sein, als AMS Burgenland gezielt qualifizierte Pendler*innen beispielsweise über lokale Medien anzusprechen, um den Arbeitskräftepool für die burgenländischen Unternehmen zu erweitern. Da vermutlich einige aus dieser Gruppe nicht aktiv nach Arbeit suchen, sind eventuell die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region zu wenig bekannt.

Firmenevents forcieren

Vor allem in den qualitativen Interviews wird eingebracht, dass das AMS Burgenland mehr für sich werben sollte. Veranstaltungen für Unternehmen sind hier ein Mittel der Wahl. Zu denken wäre an regelmäßige Events zu für Unternehmen aktuellen Themen. Das AMS Kärnten (Bundesland mit dem höchsten Einschaltgrad) veranstaltete beispielsweise im Jahr 2020 wöchentliche einstündige Digital Lounges. Dieses Format könnte ergänzt werden um Workshops (z.B. quartalsweise) etwa zum Thema Employer Branding. Für die Umsetzung genutzt werden kann vielleicht die Impulsberatung. Erprobt werden könnten auch innovative Formate wie "Speed Recruiting" oder ähnliches.

Kurzarbeitsbeihilfe als (Wieder)Eintrittstor

Die Kurzarbeitsbeihilfe ist die Chance einer neuen Imagebildung und kann dazu genutzt werden, ehemalige Kund*innen zurückzuholen, bietet sich aber auch als Eintrittstor für die Akquise von Neukund*innen an. Die Onlineerhebung im Rahmen dieser Studie, aber auch Ergebnisse einer speziellen CMS Befragung zeigen, dass dadurch ein positiveres Bild vom AMS aufgebaut werden konnte. Die KUA ist auch ein wesentlicher Ankerpunkt für die Kund*innenenbindung.

Vor allem bei potenziellen Kund*innen ist das AMS Leistungsportfolio (noch) unvollständig bekannt. Über das Eintrittstor KUA kann mit neuen Unternehmen in Kontakt getreten und diesen gezielt ein Überblick über das AMS Angebot für Unternehmen geboten werden. Dieses gilt es auch bei ehemaligen Kund*innen zu kommunizieren und vor allem dazulegen, welche Veränderungen im Sinne von Verbesserungen bei der Stellenvermittlung es in den letzten Jahren gegeben hat.

Vertriebsplanungskonzept und Prioritätenlisten

Bei der Akquise von neuen Kund*innen empfiehlt sich ein hohes Augenmerk der Vertriebsplanung zu schenken. Dafür ist es in einem ersten Schritt notwendig ausgehend von den arbeitsmarktpolitischen Zielen für das Service für Unternehmen auf Bundeslandebene sinnvolle Schwerpunkte bzw. prioritäre Kund*innen zu definieren. In Folge sollten seitens der Landesgeschäftsstelle die von der Bundesgeschäftsstelle monatlich zur Verfügung gestellten Unternehmensdaten zumindest ein bis zweimal pro Jahr für die RGSen entsprechend übersichtlich aufbereitet werden.

Bei den Neukund*innen wären sinnvollerweise jene Unternehmen prioritär zu kontaktieren, für die Neuanmeldungen beim Hauptverband ausgewiesen sind und diese Meldungen (teilweise) aus dem Arbeitslosenregister stammten. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass der Pool an vormerkten Personen durchaus für offene Stellen in diesem Betrieb interessant sein könnte.

Von Interesse sind vermutlich auch bestehende Kund*innen, die mehr Neuanmeldungen aus dem Arbeitslosenregister aufweisen als es beim AMS gemeldete offene Stellen gab.

Ein weiterer Bestandteil eines solchen Vertriebskonzeptes: Anschreibeaktionen zu strategischen Zeitpunkten, wie beispielsweise an Tourismusbetriebe rechtzeitig vor dem Saisonstart.

Die Daten zeigen, dass Kleinstunternehmen zwar die Hauptkund*innengruppe des AMS Burgenland darstellen, aber im Vergleich zur Wirtschaftsstruktur des Burgenlandes immer noch unterrepräsentiert sind. Diese Unternehmen verstärkt anzusprechen bedeutet einen hohen Aufwand mit vermutlich geringen unmittelbaren Effekten, (die Befragung zeigt: drei Viertel der Kleinstbetriebe suchen seltener als einmal pro Jahr Personal), scheint aber aus einer längerfristigen Perspektive und aus Marketing Gründen durchaus empfehlenswert.

Balance zwischen Selbstbedienungsangeboten und persönlicher Betreuung

Abschließend: Für die Kundenbindung wichtig ist sicher eine gute Balance zu finden zwischen der Unterbreitung von Selbstbedienungsangeboten für Unternehmen und einer persönlichen Betreuung durch möglichst eine Ansprechperson.

Gerade in den persönlichen Gesprächen mit den Unternehmen können auch Vorbehalte gegenüber AMS Bewerber*innen aufgelöst werden, vor allem Generalisierungen sollte entsprechend begegnet werden.

Langfassung

1 Ausgangslage

Vermittlung: AMS Kerndienstleistung

Fokussiert man die Zusammenarbeit zwischen AMS und Unternehmen, so ist die Vermittlung ein zentrales Thema dieser Kooperation und steht daher im Mittelpunkt der Wahrnehmung von Unternehmen. In Corona-Zeiten spielte allerdings die Kurzarbeit eine große Rolle.

Die Vermittlung ist aber auch jene Dienstleistung des AMS, die seitens der Unternehmen immer wieder kritisiert wird, insbesondere bei Nicht-Passgenauigkeit der Zuweisungen. Allerdings ist es zunehmend schwieriger, Arbeitsbereiche mit herkömmlichen festgeschriebenen Berufsbildern zu beschreiben sowie die Anforderungen entsprechend zu kommunizieren. Das AMS versucht aus diesem Grund seit Beginn 2018 Stelleninserate zusätzlich mit den erforderlichen Kompetenzen zu beschreiben, um passgenauer vermitteln zu können.

Negative Erfahrungen mit Bewerber*innen

Auch eine Studie aus dem Jahr 2019 zu potenziellen Unternehmenskund*innen des AMS zeigt, dass sich die negativen Erfahrungen mit dem AMS vor allem auf die Bewerber*innen beziehen. Einige Personalverantwortliche erleben unpassende, unqualifizierte oder unmotivierte Arbeitssuchende. Zum Teil wird auch die Beratung und Betreuung durch das AMS kritisiert. Auf der anderen Seite ist einem großen Prozentsatz das AMS Angebot nur zum Teil bekannt, vor allem die Zusatzleistungen wie z.B. Vorauswahl oder eServices. Zahlreiche Wünsche der Unternehmen, wie feste Ansprechpersonen, Sichtung der Bewerber*innenunterlagen, u.ä. bietet das AMS bereits an. [1]

Geringerer Einschaltgrad im Burgenland

Obwohl das AMS Burgenland in den letzten Jahren eine überdurchschnittliche Kund*innenzufriedenheit in Bezug auf das Service für Unternehmen hatte[2], lag der Einschaltgrad, d.h. der Anteil der beim AMS registrierten Stellenbesetzungen an allen Neuanmeldungen von unselbständigen Beschäftigten (bereinigt um gewisse Branchen usw.)[3], in diesem Jahr nur bei knapp über 30%. Das ist im Bundeslandvergleich der niedrigste Wert (Ö-Durchschnitt knapp über 40%). Ähnlich der Einschaltgrad bei den Lehrstellen (Burgenland rund 65% und Gesamtösterreich rund 75%).

Das AMS Burgenland möchte seinen Einschaltgrad unbedingt erhöhen und hat zu diesem Thema zahlreiche Analysen durchgeführt und gezielte Aktivitäten gestartet.

---

[1] Vgl. Stadler Erik et al.: Potenzielle Unternehmenskund*innen des AMS, Wien, November 2019

[2] Vgl. AMS Burgenland (Hrsg), Geschäftsbericht 2020, Eisenstadt 2020

[3] Exakt berechnet sich der Einschaltgrad wie er in dieser Studie definiert ist folgendermaßen

$$\text{Einschaltgrad} = \frac{besetzte\ Stellen}{Neuanmeldungen\ unselbstständige\ Beschäftigte - administrative\ Ummeldungen}$$

- Ohne Primärsektor (Land- und Forstwirtschaft, sowie Fischerei), und ohne WK 78 (Arbeitskräfteüberlassung).
- Datenquelle AMS bzw. Hauptverband.
- Regionale Zuordnung der Anmeldungen primär nach Arbeitsstätteninformation der Statistik Austria und sekundär nach HV-Information.
- Der Einschaltgrad ist um Anmeldungen von geförderten Arbeitsverhältnissen am 2. Arbeitsmarkt bereinigt (SÖB, GBP, JASG).

Breite Beleuchtung des Themenfeldes durch Studie

Bereits im Jahr 2006 wurde eine einschlägige Studie abgeschlossen[4], die verschiedene Handlungsoptionen aufzeigte.

Auch die arbeitsmarktpolitischen Ziele für das Service für Unternehmen fokussierten immer wieder für den Einschaltgrad relevante Bereiche.

Die vorliegende Studie sollte nun das Themenfeld noch einmal beleuchten.

[4] Vgl. Lechner Ferdinand et al (2006) Ausbau der Dienstleistungen für Unternehmen zur Erhöhung des Einschaltgrade des AMS Burgenland

2 Zielsetzung und Design der Studie

Im Rahmen der gegenständlichen Studie ging es um eine umfassende Auseinandersetzung mit dem Thema Einschaltgrad im AMS Burgenland. Ziel war, durch die diskursive Auseinandersetzung mit den Ergebnissen Maßnahmen und Aktivitäten zu planen, die den Einschaltgrad steigern bzw. langfristig einen höheren Einschaltgrad sichern.

Startworkshop und Fokusgruppe

Nach einem Online Startworkshop mit drei Vertreter*innen der Landesgeschäftsstelle des AMS Burgenland Ende September 2020 folgte am nächsten Tag eine Online-Fokusgruppe mit zehn Personen. Es handelte sich um die Teilnehmer*innen des Kick-off sowie um Berater*innen aus dem SfU und um RGS Leitungen.

Aufbereitung Daten

In einem nächsten Schritt wurden für das Thema Einschaltgrad relevante Daten aus dem Jahr 2019, die vom AMS Burgenland zur Verfügung gestellt wurden, analysiert. Ebenso Daten der der Statistik Austria sowie weitere Daten, wie beispielsweise zur Wirtschaftsstruktur des Burgenlandes und der Beschäftigtenstruktur (z.B. Anzahl an ausländischen Beschäftigten).

Qualitative Telefoninterviews

In einem nächsten Schritt wurden mit neun Personen leitfadengestützte telefonische Interviews geführt. Bei den Befragten handelte es sich um Vertreter*innen von Großbetrieben, Sozialpartnern, AMS, Personalvermittlungsagenturen und Schulungsträgern.

Online-Erhebung bei Unternehmen

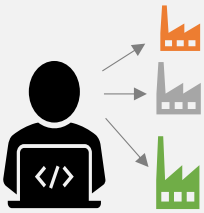
Um die Sichtweise und Zufriedenheit der Unternehmen zu erheben, wurde im Zeitraum Ende März bis Mitte April eine Online-Befragung durchgeführt. Von 343 Unternehmen aus dem Burgenland liegen auswertbare Befragungsergebnisse vor. Befragt wurden drei Gruppen von Unternehmen:

- ✓ Unternehmen, die im Jahr 2019 oder 2020 offene Stellen an das AMS gemeldet haben (aktive Kund*innen)
- ✓ Unternehmen, die in den Jahren 2018 bis 2020 keine offenen Stellen an das AMS gemeldet haben, dies aber früher taten (inaktive Kund*innen)
- ✓ Unternehmen, die im Jahr 2019 Personal neu eingestellt haben, aber noch keinen Kontakt zum AMS haben, abseits von Förderungen wie Kurzarbeit, Altersteilzeit, Bildungskarenz, u.ä. (potenzielle Kund*innen)

Bericht und Abschlussworkshop

Die Studienergebnisse wurden in einem vorläufigen Endbericht zusammengefasst und im Rahmen eines Abschlussworkshops präsentiert und diskutiert. Darauf aufbauend wurden erste Veränderungsschritte festgelegt bzw. konkrete Maßnahmen zur Erhöhung des Einschaltgrades im AMS Burgenland definiert.

Abbildung 1: Studiendesign im Überblick

Startworkshop & Fokusgruppe *September 2020*		Kick-off Studie Fokusgruppe mit LGS-Vertreter*innen, RGS Führungskräften und Berater*innen aus dem SfU	**Ziel** Detailabstimmung Organisatorische Vereinbarungen Austausch von Vor- und Kontextinformationen Erhebung Sichtweise AMS
Aufbereitung Daten *Oktpber bis Dezember 2020*		Aufbereitung, Analyse und Gegenüberstellung verfügbarer Daten des AMS Burgenland, Statistik Austria, Hauptverband usw.	**Ziel** Überblick Bestehende Mismatches und Selektionsprozesse identifizieren
Qualitative Telefoninterviews *Dezember 2020 bis Februar 2021*		Durchführung von 9 Interviews mit AMS Vertreter*innen, Unternehmen, Sozialpartnern, AMS Schulungsträgern usw.	**Ziel** Vertiefte Informationsbedarfe schließen Besondere Sichtweisen einholen
Online-Erhebung bei Unternehmen *März 2021 bis April 2021*		**Aktive** Kund*innen (Unternehmen, die offene Stellen meldeten) **Inaktive** Kund*innen (Unternehmen, die früher offene Stelle meldeten) **Potentielle** Kund*innen (Anstellungen vorgenommen, aber kein Kontakt zu AMS)	**Ziel** Repräsentative Erhebung der Sichtweise und Zufriedenheit von Unternehmen
Berichtslegung und Abschluss-workshop *Juni 2021*		Erstellung eines Endberichts sowie eines PPP Foliensatzes Präsentation und Diskussion der Ergebnisse, Ableitung von Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge Adaption Endbericht und Kurzfassung	**Ziel** Anschauliche Darstellung der Ergebnisse Einholen von Rückmeldungen Ideen generieren

Quelle: Eigene Darstellung prospect

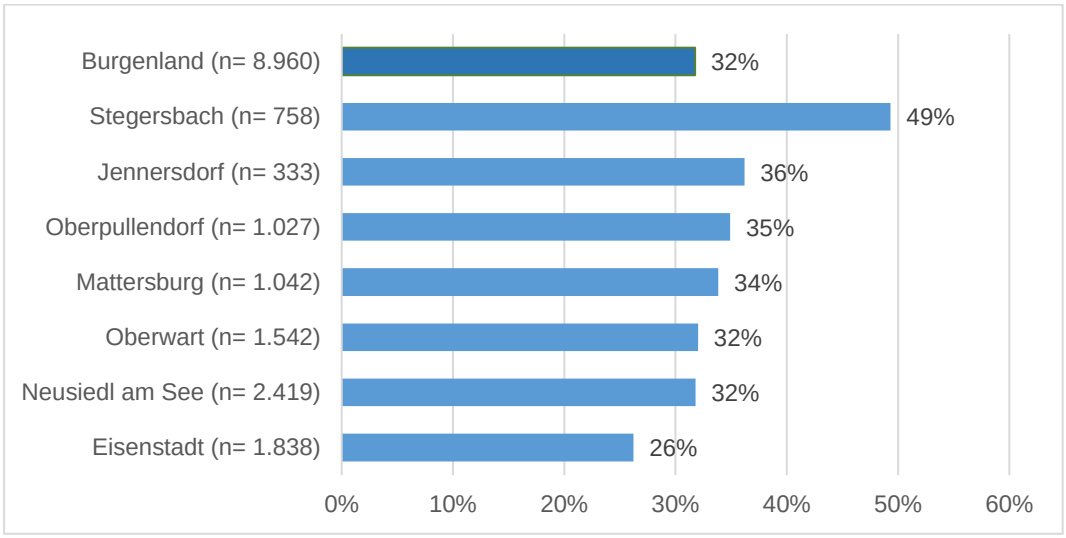
3 Relevante Daten zum Einschaltgrad

Für die Datenanalyse wurden die Daten aus dem Jahr 2019 herangezogen, da das Jahr 2020 aufgrund der Corona Pandemie wenig aussagekräftig ist.

3.1 Einschaltgrad nach RGSen und Wirtschaftsklassen

Im Burgenland war im Jahr 2019 der höchste Einschaltgrad bei den offenen Stellen in Stegersbach zu verzeichnen und der geringste in Eisenstadt.

Abbildung 2: Einschaltgrad offene Stellen nach RGSen



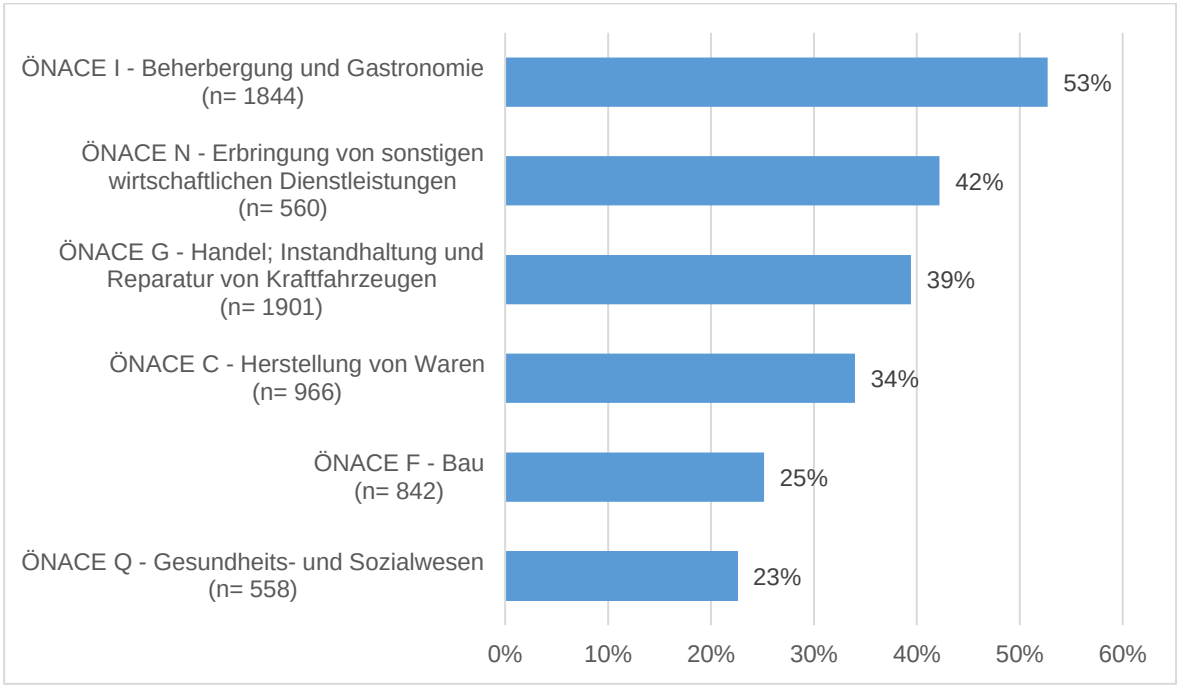
Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, n = Stellenbesetzungen

Branchenspezifische Informationen sind in Bezug auf den Einschaltgrad nur eingeschränkt aussagekräftig, insbesondere regionalisierte. Dies hängt damit zusammen, welche Informationen Unternehmen in Bezug auf ihre Wirtschaftsklasse weitergeben. Ungenauigkeiten entstehen vor allem dann, wenn in einem Betrieb unterschiedliche Tätigkeitsbereiche angesiedelt sind.

In der folgenden Graphik sind aus diesem Grund nur die Wirtschaftsklassen mit einer Anzahl an Stellenbesetzungen über 500 im Burgenland ausgewiesen.

Burgenlandweit gab es den höchsten Einschaltgrad in Beherbergung und Gastronomie, der geringste bei den ausgewiesenen Branchen ist im Gesundheits- und Sozialwesen zu verzeichnen.

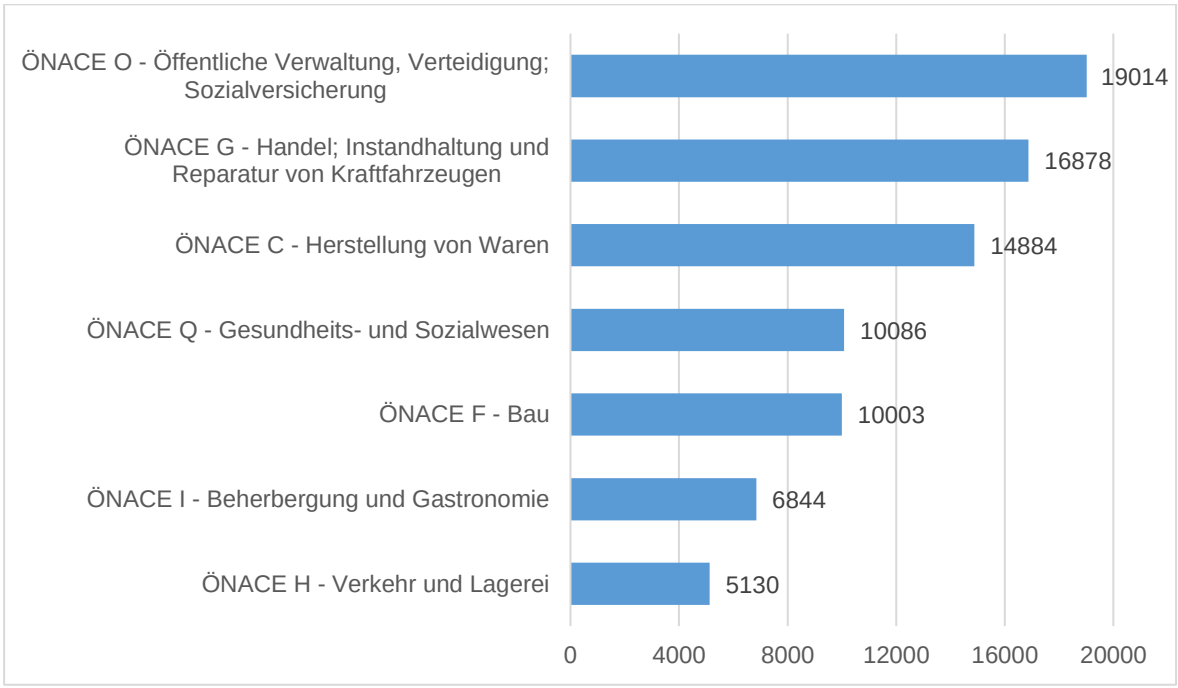
Abbildung 3: Einschaltgrad nach ausgewählten ÖNACE Wirtschaftsklassen – Burgenland



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, n = Stellenbesetzungen

Betrachtet man die Anzahl an Beschäftigungsverhältnissen im Burgenland im Jahresdurchschnitt 2019 fällt auf, dass der Bereich öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung dominierte, aber nur 445 Stellenbesetzungen über das AMS zu verzeichnen hatte. Allerdings ist zu bedenken, dass im öffentlichen Bereich die Personalfluktuation relativ gering ist.

Abbildung 4: Anzahl Beschäftigungsverhältnisse im Burgenland nach Wirtschaftsklassen >5.000 Beschäftigten



Quelle: Hauptverband, Wirtschaftsklassen ohne Präsenzdiener*innen, KBG-Bezieher*innen, Jahresdurchschnitt 2019

Eine Betrachtung nach Wirtschaftsklassen weist für 2019 die meisten offenen Stellen in Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen aus, gefolgt von der Erbringung sonstiger wirtschaftlicher Dienstleistungen.

Tabelle 1: Offene Stellen nach Wirtschaftsklassen - Burgenland

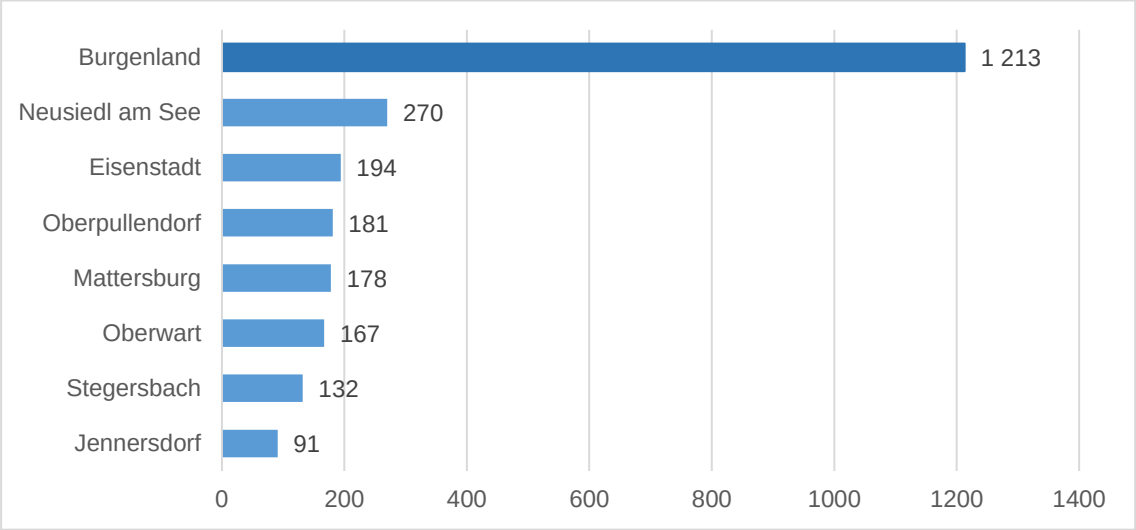
Wirtschaftsklasse ÖNACE	Burgenland
G Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	19%
N Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	16%
F Bau	15%
I Beherbergung und Gastronomie	15%
C Herstellung von Waren	12%
Q Gesundheits- und Sozialwesen	5%
M Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	4%
H Verkehr und Lagerei	3%
K Erbringung von Finanz- und Versicherungs-Dienstleistungen	2%
O Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	2%
S Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	2%
A Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	1%
J Information und Kommunikation	1%
P Erziehung und Unterricht	1%
R Kunst, Unterhaltung und Erholung	1%
Gesamt	**100%**

Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, Jahresdurchschnitt 2019

3.2 Struktur offene Stellen – Struktur Arbeitslose

Die meisten offenen Stellen wurden im Jahr 2019 in Neusiedl am See gemeldet, die wenigsten in Jennersdorf.

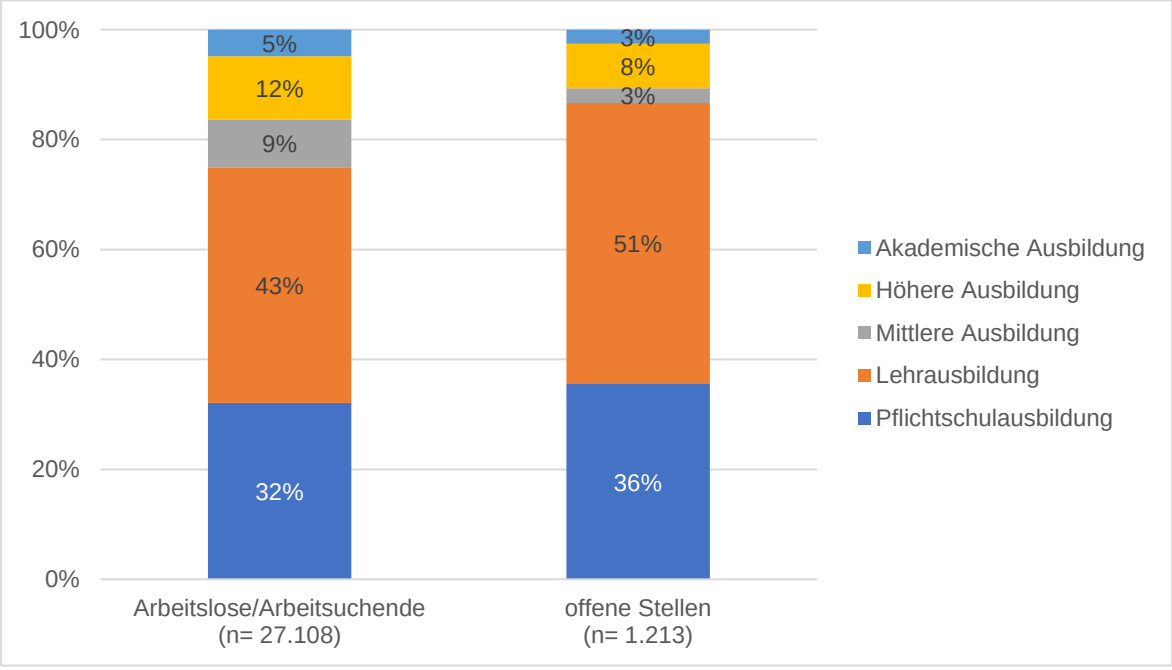
Abbildung 5: Anzahl offener Stellen nach RGSen



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, n = Stellenbesetzungen

Differenziert man die offenen Stellen nach Ausbildung und stellt sie der Ausbildungsstruktur der Arbeitslosen/Arbeitssuchenden gegenüber, zeigt sich folgendes Bild für das Gesamtburgenland (Aufteilung nach RGSen siehe Anhang Abbildung 23: Vergleich Aufteilung arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Ausbildung nach RGS).

Abbildung 6: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen im Burgenland nach Ausbildung



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Ein Vergleich mit der offenen Stellen Erhebung der Statistik Austria zeigt im Jahresdurchschnitt 2019 (128.200), dass dem AMS weniger Stellen mit maximal Pflichtschulausbildung sowie im höherqualifizierten Bereich und mehr Stellen, die eine Lehrausbildung erfordern, gemeldet wurden.

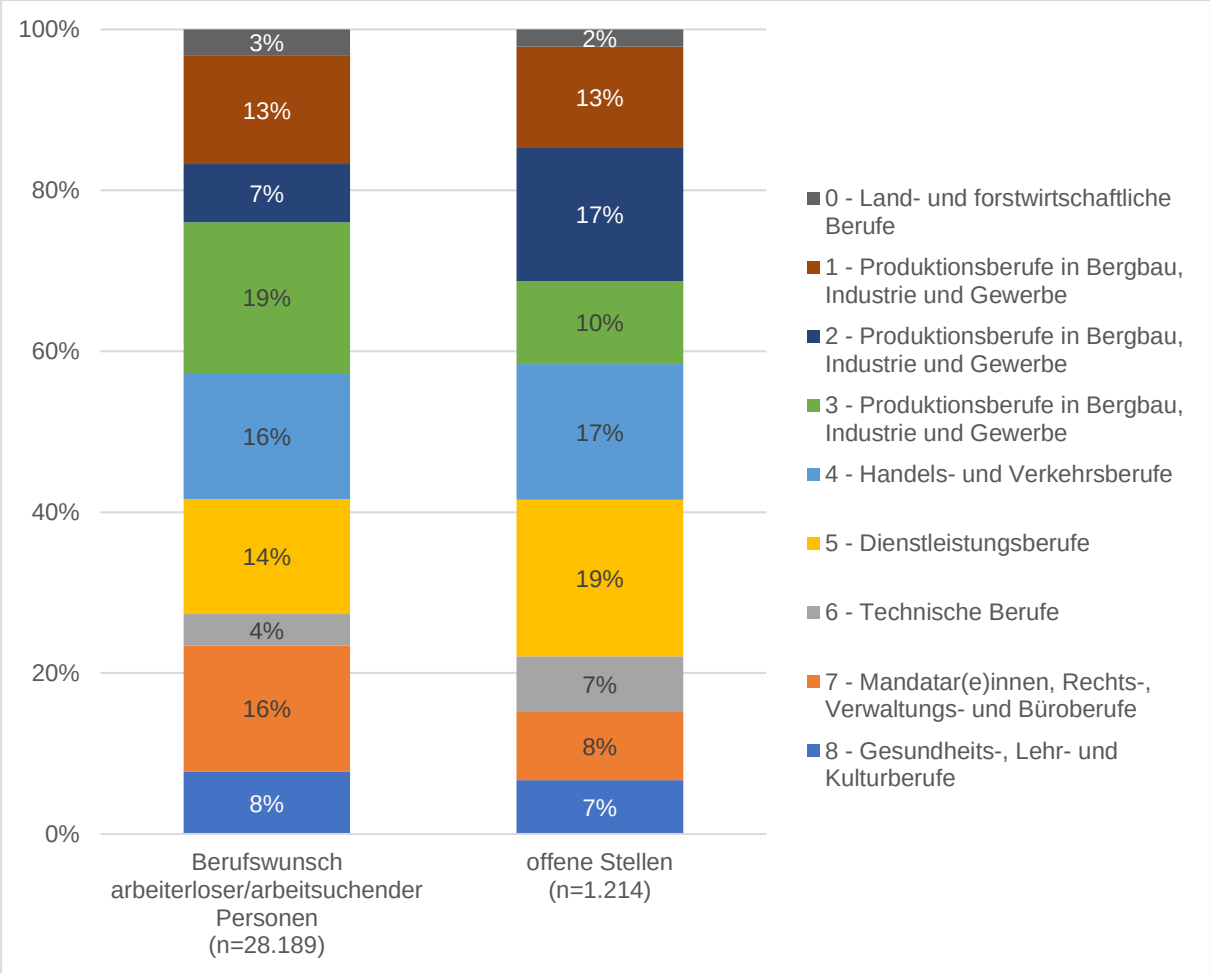
- ✓ 39,8% Pflichtschulabschluss bzw. keine bestimmte Mindestanforderung
- ✓ 33,1% Lehre
- ✓ 4,7% Mittlere Schule (ohne Matura) und Meister
- ✓ 11% Matura
- ✓ 11.2% Über Matura hinausgehender Abschluss
- ✓ 0,1% unbekannt

Nach Berufsgruppen aufgeteilt ließen sich die meisten offenen Stellen den Dienstleistungsberufen zuordnen, gefolgt von den Handels- und Verkehrsberufen. Auf der Seite der arbeitslosen/arbeitssuchenden Personen wurden am häufigsten Produktionsberufe im Bergbau, Industrie und Gewerbe Bereich 3[5] gewünscht (die regionale Verteilung findet sich im Anhang Abbildung 24: Vergleich arbeitslose/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Berufsgruppen nach RGSen).

5

1 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe
13 – Steinarbeiter*innen und verwandte Berufe
16 - Bauberufe
17 - Bauberufe
19 - Schmied(e)*innen, Schlosser*innen, Werkzeugmacher*innen
20 – Maschineneinrichter*innen, Berufe der maschinellen Metallbearbeitung
2 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe
21 – Spengler*innen, Rohrinstallateur(e)*innen, Metallverbinder*innen
22 – Mechaniker*innen und verwandte Berufe, Schmuckwarenmacher*innen
24 – Elektriker*innen
25 – Holzverarbeiter*innen
3 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe
35 - Chemie-, Gummiarbeiter*innen, Kunststoffverarbeiter*innen
36 - Nahrungs- und Genußmittelhersteller*innen
37 - Nahrungs- und Genußmittelhersteller*innen
38 - Maschinist(en)*innen, Heizer*innen
39 - Hilfsberufe allgemeiner Art

Abbildung 7: Vergleich arbeitslose/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Berufsgruppen im Burgenland

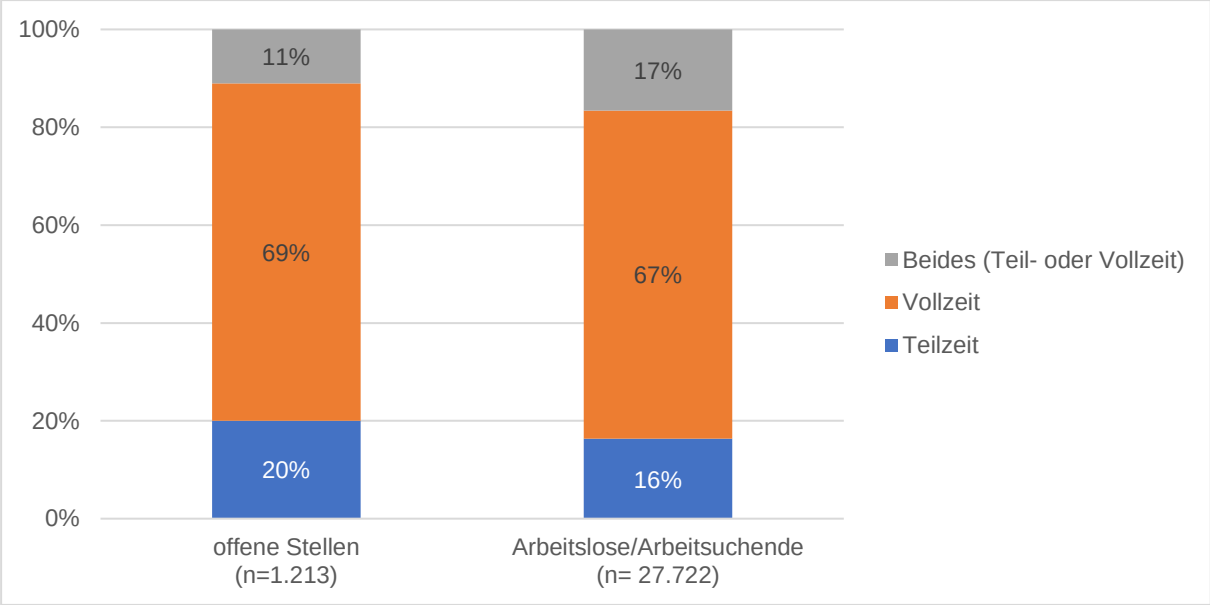


Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Die Daten zeigen keinen schwerwiegenden strukturellen Mismatch, sind aber auch nicht besonders aussagekräftig, weil sie wenige aussagen über tatsächlichen Anforderungsprofile der offenen Stellen und die Kompetenzprofile der Vorgemerkten.

Ungefähr 20% der gemeldeten offen Stellen sind explizit Teilzeitstellen. Bei den arbeitslosen/arbeitssuchenden Personen ist der Teilzeitwunsch geringer (regionale Verteilung in den Anhang Abbildung 25: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchenden Personen und offene Stellen nach Beschäftigungsausmaß nach RGS).

Abbildung 8: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Beschäftigungsausmaß im Burgenland



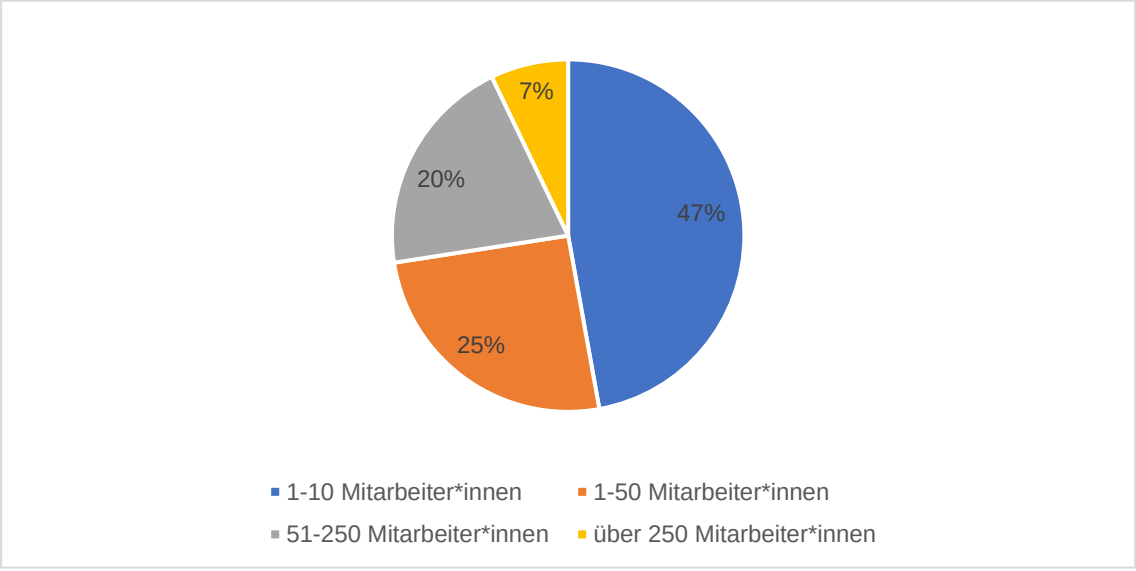
Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Laut der offenen Stellen Erhebung der Statistik Austria waren von den insgesamt 128.200 offenen Stellen im Jahresdurchschnitt 2019:

- ✓ 83,8% Vollzeit
- ✓ 13,3% Teilzeit
- ✓ 2,9 % geringfügig oder unbekannt.

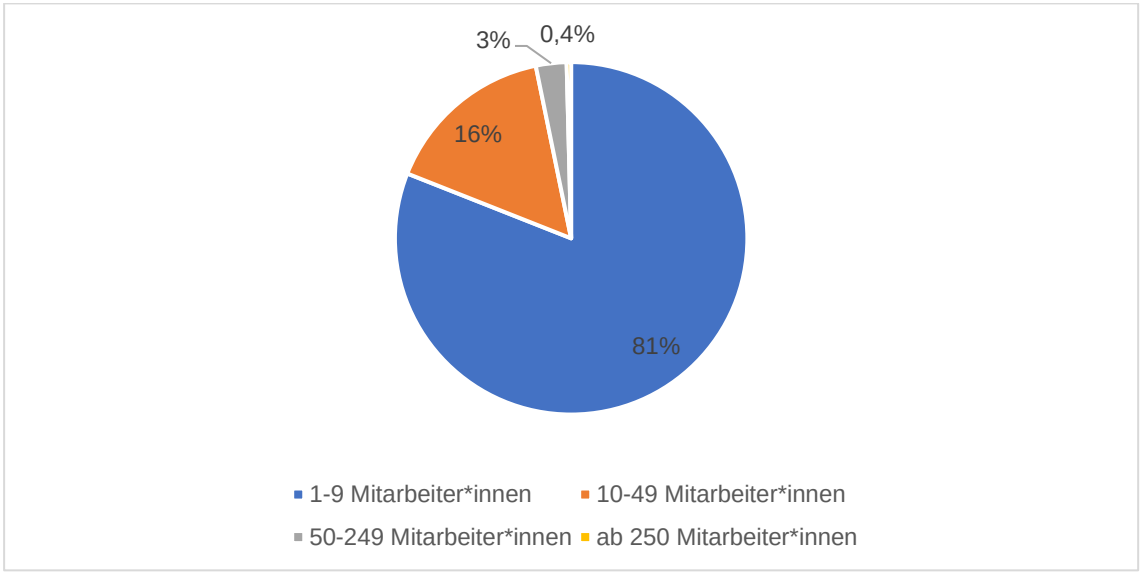
Der größte Anteil an offenen Stellen kam im Jahr 2019 aus Unternehmen mit bis 10 Mitarbeiter*innen. Trotzdem sind diese bei der Meldung von offenen Stellen unterrepräsentiert, wenn man sich die Wirtschaftsstruktur des Burgenlandes betrachtet. (Achtung: andere Gruppenzusammensetzung)

Abbildung 9: Offene Stellen nach Betriebsgröße – Burgenland



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, n=1.213

Abbildung 10: Unternehmensgrößen im Burgenland nach WKO



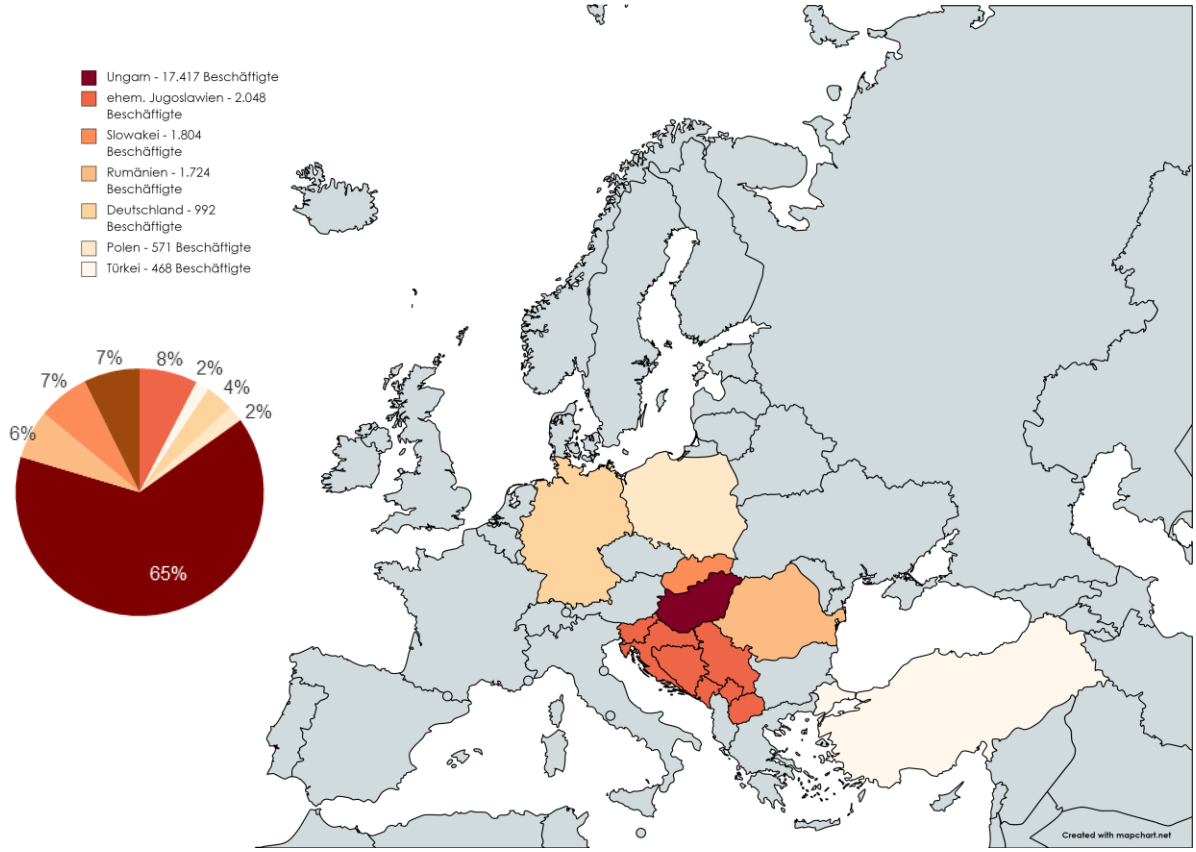
Quelle: WKO; n= 9.039, Juli 2019

3.3 Beschäftigte aus dem Ausland/Pendler*innen/Einkommen

Um die Hypothese zu überprüfen, dass der geringe Einschaltgrad mit der hohen Anzahl an beschäftigten Ungar*innen und mit der hohen Anzahl an Burgenländer*innen, die aufgrund der Einkommenssituation auspendeln zusammenhängt, wurden auch diesbezügliche Daten ausgewertet.

Im Jahresdurchschnitt 2019 gab es im Burgenland rund 30.000 ausländische unselbständig Beschäftigte, der Großteil (65%) kam aus Ungarn. Im Vergleich dazu waren es in Kärnten (AMS mit dem höchsten Einschaltgrad) im Jahr 2019 31.814 ausländische unselbständige Beschäftigte bei rund doppelt so vielen unselbständig Beschäftigten insgesamt. Für ein ländliches Gebiet ist der Ausländer*innenanteil im Burgenland hoch und wird von den Arbeitskräften aus Ungarn dominiert.

Abbildung 11: Ausländische unselbstständig Beschäftigte nach Ländern im Burgenland



Quelle: Statistik Burgenland, eigene Darstellung prospect (Karte erstellt mit mapchart.net), Jahresdurchschnitt 2019

Ein Hauptgrund für das Pendeln aus Ungarn nach Österreich ist laut einer Studie des ÖGB[6] aus dem Jahr 2018 die bessere Bezahlung: Die Pendler*innen geben an, im Burgenland mindestens doppelt so viel, zum Teil auch vier Mal so viel zu verdienen wie zu Hause.

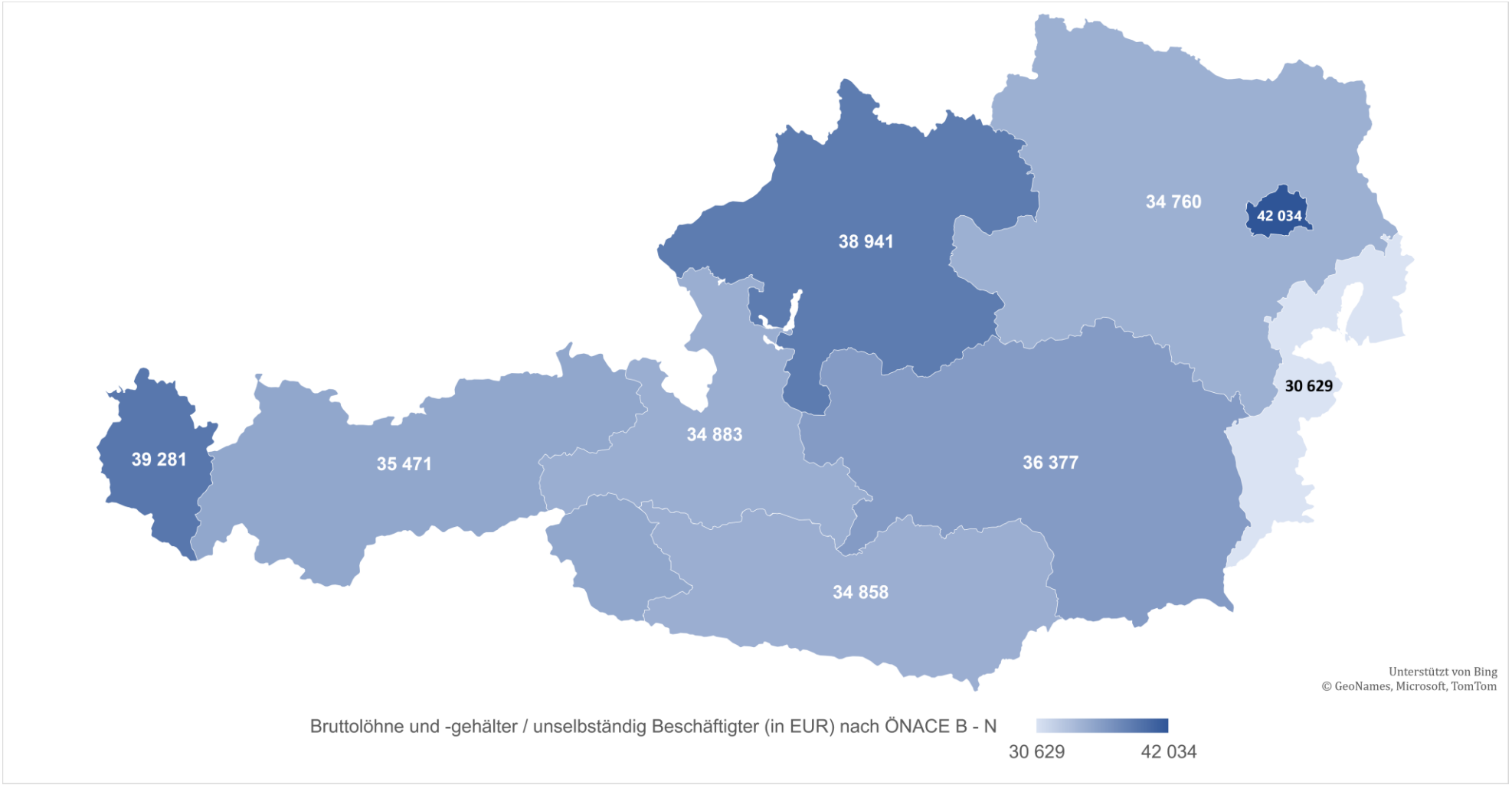
Laut den Daten des Hauptverbandes waren im Jahresdurchschnitt 2019 die meisten ausländischen Staatsbürger*innen im Burgenland in Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen beschäftigt (5.142 Personen) und 4.255 Personen im verarbeitenden Gewerbe bzw. der Herstellung von Waren. 4.089 Personen arbeiteten im Gastgewerbe bzw. in der Beherbergung und Gastronomie. Auch im Baugewerbe waren mit 3.979 Beschäftigten viele nicht-Österreicher*innen beschäftigt.

[6] Vgl. https://burgenland.orf.at/v2/news/stories/2906527/

Von Interesse sind aber auch die inländischen Pendelbewegungen. Von den 138.392 Erwerbstätigen am Wohnort Burgenland pendelten laut Statistik Austria im Jahr 2018 rund 52.192 aus dem Bundesland aus, das ist eine der höchsten Pendler*innenquoten in Österreich. Die meisten Burgenländer*innen pendeln nach Wien (25.236) und nach Niederösterreich (17.312) sowie in die Steiermark (7.267).

Auch hinter diesen Pendelbewegungen könnte als ein wesentlicher Grund der Einkommensunterschied liegen. Betrachtet man die Bruttojahresgehälter aus dem Jahr 2018, dann stellt sich das Burgenland als das Bundesland mit dem geringsten durchschnittlichen Einkommen heraus (EUR 30.629), demgegenüber kann in Wien, wohin viele Burgenländer*innen auspendeln ein durchschnittliches Jahresbruttogehalt von EUR 42.034 erzielt werden.

Abbildung 12: Übersicht Bruttolöhne und -gehälter von unselbstständig Beschäftigten der ÖNACE Kategorien B - N 2018

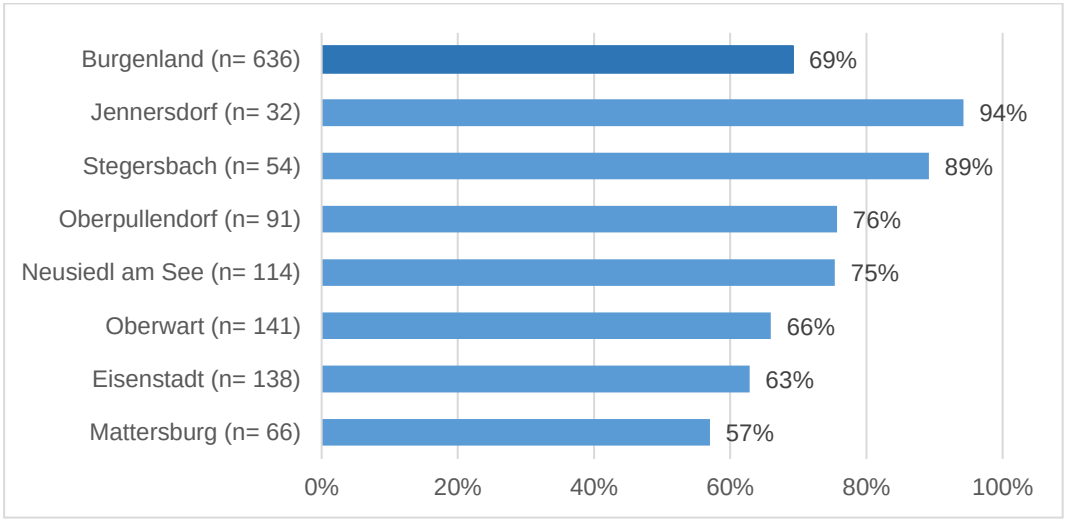


Quelle: Statcube/Statistik Austria

3.4 Einschaltgrad Lehrstellen

In Bezug auf den Einschaltgrad bei den Lehrstellen hat die RGS Jennersdorf die Nase vorne. Den geringsten Einschaltgrad hat Mattersburg zu verzeichnen.

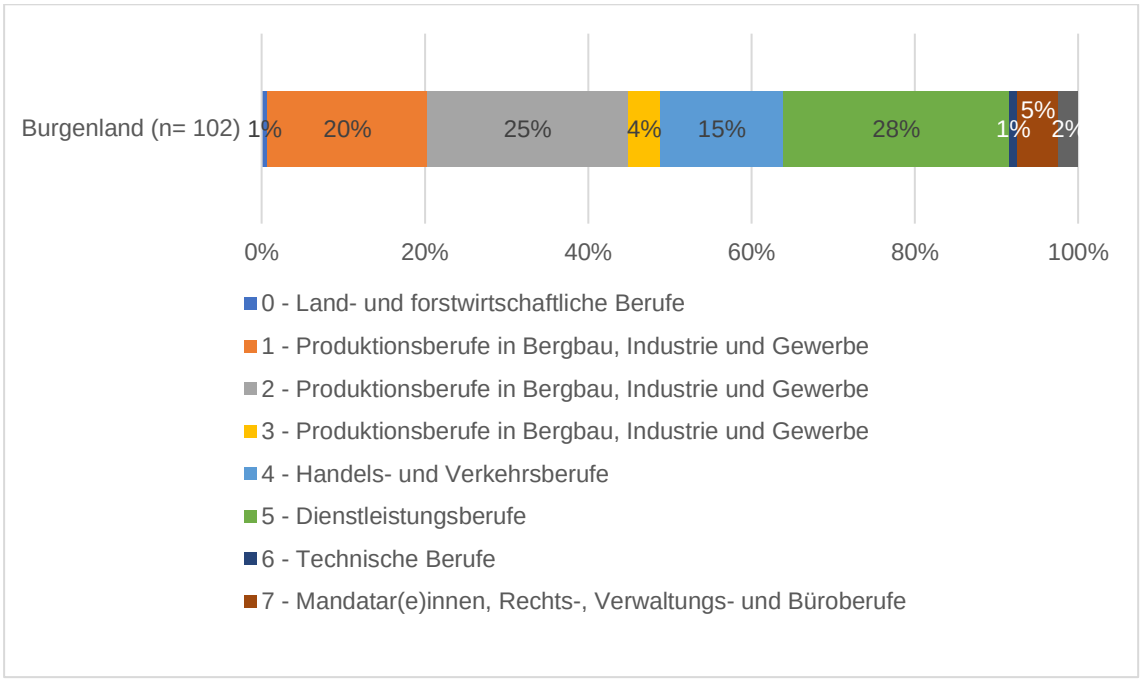
Abbildung 13: Einschaltgrad Lehrstellen nach RGSen



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020, n=Stellenbesetzung Lehrstellen

Die meisten offenen Lehrstellen gibt es in den Dienstleistungsberufen sowie in der Wirtschaftsklasse Bau.

Abbildung 14: Offene Lehrstellen nach Berufsgruppen – Burgenland



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Im Jahr 2019 gab es im Bau 26 dem AMS gemeldete offene Lehrstellen, es folgt der Handel mit 22 vor Beherbergung und Gastronomie.

Tabelle 2: Offene Lehrstellen nach Wirtschaftsklassen Burgenland

	Anzahl	%
ÖNACE F - Bau	26	25%
ÖNACE G – Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	22	22%
ÖNACE I - Beherbergung und Gastronomie	20	20%
ÖNACE C – Herstellung von Waren	19	18%
ÖNACE S - Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	5	5%
ÖNACE K - Erbringung von Finanz- und Versicherungs-Dienstleistungen	3	3%
ÖNACE Q - Gesundheits- und Sozialwesen	3	3%
ÖNACE M - Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	2	2%
ÖNACE H - Verkehr und Lagerei	1	1%
ÖNACE N - Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	1	1%
ÖNACE O - Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	0	0%
ÖNACE R - Kunst, Unterhaltung und Erholung	0	0%
Gesamt	**102**	

Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

4 Einschaltgrad aus unterschiedlichen Perspektiven

Um das Thema Einschaltgrad aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, wurden im Rahmen der Studie eine Fokusgruppe mit Führungskräften und SfU Berater*innen des AMS Burgenland sowie neun qualitative Einzelinterviews mit Vertreter*innen folgender Organisationen geführt:

- ✓ Bundesgeschäftsstelle des AMS sowie Landesgeschäftsstelle Kärnten (LGS mit dem höchsten Einschaltgrad)
- ✓ Sozialpartner (IV und WK)
- ✓ Großbetriebe im Burgenland
- ✓ Personal- und Medienagentur, die unter anderem im Bereich Personalvermittlung aus Ungarn tätig ist
- ✓ Im Auftrag des AMS Burgenland tätige Schulungs- und Beratungseinrichtung

Einige Stellenbesetzungen laufen am AMS vorbei

Die qualitative Erhebung untermauert die Zahlen, dass nicht alle Unternehmen und nicht für alle Stellen das AMS in Anspruch genommen wird. Während eines der beiden befragten Großbetriebe jede offene Stelle auch dem AMS meldet und die Einfachheit der Stellenschaltung hervorhebt (Übermittlung der Stellenausschreibung als Worddokument an die*den zuständige*n AMS-Berater*in, die*der das Jobinserat in Folge online stellt), meint der Vertreter des anderen Betriebs, dass sehr selten das AMS eingeschalten wird, weil das Unternehmen täglich mehrere Initiativbewerbungen erhält und dadurch über einen enormen Bewerber*innenpool verfügt.

Dieser Umstand ist auch dem AMS Burgenland selbst bewusst: Die Arbeitsuchenden werden oftmals mit Blindbewerbungen bei Firmen vorstellig, die Unternehmen haben es folglich nicht nötig freie Stellen dem Arbeitsmarktservice zu melden. Diese Stellenbesetzungen laufen somit am AMS vorbei.

Höher qualifizierte Stellen werden oft nicht gemeldet

Die Interessensvertretung der Wirtschaft (WKO und IV) nimmt wahr, dass viele Betriebe „*alle Stellen bis auf die hochqualifizierten*“, dem AMS melden, und vor allem Industriebetriebe viele Initiativbewerbungen erhalten. Kleine Betriebe seien aufgrund knapper Personalressourcen besonders auf die Dienstleistungen des AMS angewiesen. Größere Player beispielsweise im Handel haben demgegenüber professionelle Recruiting-Abteilungen, die die Personalsuche übernehmen. Handelsketten benötigen die Hilfe des AMS vor allem bei Großprojekten, wie etwa bei einer Supermarkteröffnung.

Der befragte Personalvermittler empfiehlt seinen Unternehmenskund*innen, die Stellen auch dem AMS zu melden, „*um den Bewerber*innenschwung zu erhöhen*“. Dies würden jedoch viele ablehnen, weil der administrative Aufwand von diesen als zu hoch bewertet wird, und Interesse vor allem an Personen besteht, die sich aus Eigenmotivation für eine Stelle bewerben.

Auch der befragte Kursträger betont, Unternehmen, mit denen man in Kontakt ist, stets zu motivieren, offene Stellen zuerst dem AMS zu melden, und „*sie machen dann den Rest*". Dies ginge Hand in Hand und funktioniere tadellos. Von Trägerseite wird als Grund für den trotzdem geringen Einschaltgrad die Kleinräumigkeit und Überschaubarkeit des Burgenlandes ins Treffen geführt: Die zu besetzenden Jobs würden vor allem über Mundpropaganda vergeben, ein Umstand, den auch die Vertreter*innen des AMS Burgenland einbringen.

Guter persönlicher Kontakt

Die Wirtschaftsseite betont in den Interviews stets die gute Zusammenarbeit und Kooperation mit den AMS-Berater*innen aller RGSen. Als besonders positiv wird von einem Unternehmen der persönliche Kontakt empfunden, wie beispielsweise das stete Nachfragen, wie die Stellenbesetzung läuft. Allerdings bewertet das andere befragte Unternehmen die Reaktionszeit des AMS als optimierbar.

Ähnliches kommt von Seiten der Wirtschaftskammer. Es würde von den Betrieben gutgeheißen, wenn sich jemand vom AMS aktiv meldet und verstärkt auf die Firmen zugeht: „*Der persönliche Kontakt zwischen AMS-Betreuer*in und Betrieb ist wichtig*".

Auch die Kontaktaufnahme über das eAMS-Konto wird in diesem Zusammenhang gelobt: *„Seit zwei, drei Jahren erfolgt die Kommunikation über das eAMS-Konto. Die Betreuer*innen … sind immer erreichbar – und fragen aktiv nach, wie es der Firma geht, wie es ausschaut…".*

Vom AMS Burgenland selbst wird der Vorteil einer kleinen Struktur hervorgehoben, weil „*man es in einer kleinen Geschäftsstelle einfacher hat, da man die Firmen direkt kennt*".

*„Es liegt nicht am AMS, sondern an den Bewerber*innen"*

Seitens der qualitativ befragten Unternehmen und der Interessensvertretung der Wirtschaft wird unisono die Einschätzung geteilt, dass Probleme mit der Stellenvermittlung nicht beim AMS liegen, sondern bei den zu vermittelnden Personen. Nach dem Gefühl der Interviewpartner*innen würde das AMS alles tun, was möglich ist, das Problem hat „*immer etwas mit der Qualifikation und dem Arbeitswillen der arbeitslosen Personen zu tun*", folglich „*liegt es nicht am AMS, sondern an den Bewerber*innen*". Von manchen Befragten werden als Beispiel Langzeitarbeitslose genannt, die „*nur einen Stempel*" brauchen.

Auf den Punkt gebracht: Das AMS macht, so die Rückmeldung vieler, generell einen guten Job, das Problem sind die arbeitslosen Personen, wie beispielsweise schwer Vermittelbare.

Allerdings wird differenziert: „*die arbeitswillig und gute Leute sind, brauchen die Hilfe des AMS nicht wirklich*". Die Leistungen des Arbeitsmarktservice würden von dieser Personengruppe nur zur Überbrückung benötigt, da diesen die Stellensuche auch ohne AMS gelingen würde.

Ein Unternehmer fasst die eigene Erfahrung mit der Stellenvermittlung über das AMS so zusammen: „*Die Vermittlungsquote über das AMS ist gleich null – die Qualifikation bzw. die Motivation dieser zu vermittelnden Leute ist das Problem*!".

Falsche Vermittlungen bleiben im Gedächtnis

Aber es wird auch Kritik am AMS eingebracht, wie zum Beispiel falsche Vermittlungsvorschläge. Der befragte Personalvermittler ist der Ansicht, dass solche nachhaltig das Verhältnis zwischen Betrieben und AMS stören. Denn selbst wenn es Verbesserungen im Vermittlungsprozess im AMS gibt, werden diese positiven Veränderung nur von jenen Unternehmen wahrgenommen, die regelmäßig Kontakt mit dem Arbeitsmarktservice haben. Unternehmen, die aufgrund vergangener

falscher Zuweisungen nicht mehr oder selten mit dem AMS zusammenarbeiten, haben immer noch das „*alte Bild vom AMS*".

Geographische Lage des Burgenlandes

Als ein wichtiger Grund für den geringen Einschaltgrad wird vor allem vom AMS Burgenland selbst die geographische Lage des Burgenlandes ins Treffen geführt. Einerseits gilt das Burgenland als Pendelregion, besonders in Richtung der größeren Städte Wien und Graz, andererseits ist die Nähe zu den östlichen Nachbarländern, vor allem Ungarn, zu beachten.

Seitens der Bundesgeschäftsstelle des AMS wird die Nähe zu den östlichen Nachbarländern bzw. der freie Personenverkehr für EU-Bürger*innen als zunehmend geringerer Faktor bewertet: „*Die geographische Situation des Burgenlandes spielt zwar sicher eine Rolle, aber im Zeitverlauf handelt es sich bereits um eine untergeordnete Rolle. Eine Zeit lang war man da sicher chancenlos, oder geschockt, und hat auch Erfahrungen gemacht, die entmutigend waren*".

Von den befragten Wirtschaftsvertreter*innen wird konstatiert, dass die Stellenbesetzung mit Personal aus Ungarn hauptsächlich über Mundpropaganda erfolgt. Ungar*innen würden sich aktiv bewerben, sobald eine passende Stelle auf einer Firmenhomepage oder in den sozialen Netzwerken im Internet veröffentlicht wird. Gibt es bereits Mitarbeiter*innen aus Ungarn im Unternehmen, „*bringt er*sie die Familie in die Firma rein, oder es spricht sich im Heimatort herum, dass es Jobs in Österreich gibt*".

Ungar*innen würden auch deshalb nicht über das AMS eine Stelle suchen, weil sich die meisten aus aktiven Arbeitsverhältnissen heraus bewerben.

Der befragte Personalvermittler betont die Wichtigkeit von Social Media. Er selbst arbeitet mit einem entsprechenden Partner in Ungarn zusammen. Diese Kanäle werden vor allem genutzt, wenn es mehrere Stellen zu besetzen gibt. Für Ungar*innen sei es aufgrund der immer noch bestehenden Gehaltsschere zwischen den Ländern attraktiv, in Österreich zu arbeiten.

Die Attraktivität des Gehalts für Personal aus Ungarn bringt auch ein befragter Personalist ein. Dafür nehmen einige sogar sehr lange Anfahrtswege in Kauf. Anders stellt sich die Situation seiner Ansicht nach dar, wenn man die Inner-Österreichischen Pendelbewegungen betrachtet. Hier gilt das Burgenland als Niedriglohnland und somit sind Jobs in Städten wie Graz oder Wien attraktiver.

Persönliche Betreuung als Erfolgsfaktor

Neben einer Einschätzung des Status-Quo wurden von den Interviewpartner*innen Handlungs- und Verbesserungsvorschläge für die Zukunft eingeholt. Als erfolgskritisch für die Erhöhung des Einschaltgrades wird von vielen Befragten die verstärkte persönliche Betreuung durch das AMS gesehen. Dabei sollte es, wenn möglich, nur eine Ansprechperson, die sich immer wieder aktiv meldet, für das jeweilige Unternehmen geben.

Allerdings, so eine Stimme aus der AMS Bundesgeschäftsstelle, hat das SfU im AMS Burgenland wenig personelle Ressourcen, was eine verstärkte persönliche Betreuung erschwert und die Forcierung von Services wie Vorauswahlen erschwert.

Verstärkt Kooperationen schließen

Zur Stärkung des Standings des AMS im Bereich der Stellenvermittlung wird die Intensivierung bereits bestehender Kooperationen und das Schließen von neuen als sinnvoll erachtet.

Dabei werden natürlich die Sozialpartnereinrichtungen genannt, zu denen die bereits bestehenden Kontakte intensiviert werden könnten. Hier wird auf die Corona-Arbeitsstiftung verwiesen, um der Wirtschaft zu zeigen: „*Wir bilden Ihre Mitarbeiter*innen von morgen aus*".

Möglichkeiten zur Zusammenarbeit, die auch bereits genutzt werden, sind beispielsweise der von der Industriellenvereinigung initiierte Recruiting Day bei Jugend am Werk, der Arbeitskreis Personal, in dem es regelmäßigen Austausch zum Thema Lehrstellenbesetzung und Generierung von Fachkräften gibt oder die Lehrlingscastings der Wirtschaftskammer.

Vom AMS Kärnten wird beispielsweise die gute Zusammenarbeit mit der Kärntner Betriebsansiedlungs- und Beteiligungsverband GmbH (BABEG) hervorgehoben, mit der regelmäßige Jour Fixes abgehalten werden, in denen man Firmen stets darauf hinweist, zu besetzende Stellen dem AMS zu melden.

Verstärkte Werbeaktivitäten

Beinahe alle Interviewpartner*innen schlagen verstärkte Werbung vom und für das AMS als zukünftige Strategie für mehr Kund*innenbindung und Intensivierung der Zusammenarbeit mit Unternehmen vor.

Von Trägerseite wird beispielsweise angemerkt, dass das AMS immer nur als „*Geldgeber für Arbeitslose*" angesehen wird, während die anderen Serviceleistungen, vor allem jene für Firmen, oftmals unbekannt sind.

Die befragte Vertreterin des AMS Kärnten beschreibt eine erfolgversprechende Vorgangsweise in Kärnten: Bei einem Betrieb, der erstmalig eine Stellenanzeige schaltet und vorher noch nie Kontakt mit dem AMS hatte, meldet sich im Idealfall ein*e AMS-Mitarbeiter*in innerhalb von 5 Tagen, um über das AMS und seine Dienstleistungen zu informieren.

Zum Thema Werbung wird vom AMS Burgenland angemerkt, dass die Öffentlichkeitsarbeit des Arbeitsmarktservice sehr klassisch „print-/medienlastig" ist und es modernere Formen brauche. Nützlich wären insbesondere Firmen-Testimonials, allerdings möchten viele Betriebe nicht gerne mit dem AMS verbunden werden.

Eine Vertreterin der BGS schlägt vor, mehr Events für Unternehmen zu organisieren. Hier sei beispielsweise das AMS Kärnten Vorreiter, das etwa Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung oder große Jobbörsen organisiert.

Kurzarbeitsbeihilfe für Kund*innenakquise nutzen

Gerade die vielen erstmaligen Kontakte zu Firmen im Zuge der Abwicklung der Kurzarbeitsbeihilfe sollen, so die Anregung in vielen Interviews, genutzt werden, um „*endlich die Werbetrommel zu rühren*", und um Unternehmen zu zeigen „*schauts mal, was das AMS alles macht!*".

Die Bundesgeschäftsstelle schlägt vor, Unternehmen vor den Vorhang zu holen, die betonen, „*Das AMS hat mir super in der COVID-Krise geholfen*". Die Kurzarbeitsbeihilfe als Erfolgsmodell kann das AMS optimal bei Neukund*innen positionieren. Schon bei der Finanzkrise 2008/2009 gab es die Einstellung vieler Unternehmen „*Wer mir in der Krise hilft, den vergesse ich auch in prosperierenden Zeiten nicht*" und das kann nun auch für die Post-COVID-Zeit vom AMS genutzt werden.

Ähnliches wirft die Wirtschaftskammer ein: Unternehmen, die in Kurzarbeit waren, sollten nun aktiv vom AMS kontaktiert werden, um nachzufragen, ob eine weitere Zusammenarbeit/Beratung/Betreuung benötigt wird.

Auch von anderen Seiten wird betont, dass nun der richtige Zeitpunkt sei, dass das AMS Unternehmen aktiv kontaktiert und besucht, um diese besser kennenzulernen und dadurch das Matching verbessern kann. Dabei wird auf die Wichtigkeit einer gleichbleibenden Ansprechperson auf Seiten des AMS hingewiesen, um so das Vertrauen weiter zu stärken, und auf eine gute Abstimmung zwischen SfU und SfA.

Unterstützung beim Employer Branding

Das Thema Employer Branding wird vor allem von Seiten der Wirtschaft eingebracht. Es wird auch für Kleinbetriebe als essenziell angesehen, oftmals fehlen diesen jedoch die Ressourcen. Dementsprechend wurde der Wunsch geäußert, dass es vom AMS Unterstützung bei der Auseinandersetzung mit der Frage gibt, wie sich ein kleiner Arbeitgeber gut am Markt positionieren kann.

Auch die Vertreter*innen des AMS Burgenland denken, dass man mit Employer Branding punkten kann und es werden diesbezüglich Veranstaltungsreihen angedacht. Solche könnten auch manchen Firmen einen Spiegel vorhalten, warum sie kein Personal finden. Gerade bei der Stellenbesetzung im Tourismus sei es beispielsweise wichtig, dass die Unternehmen potenziellen Arbeitnehmer*innen die Personalunterkünfte vorher online zeigen. Hier müsse generell eine bessere Präsentation der offenen Stellen erfolgen.

Das AMS Kärnten sieht das Thema Employer Branding vor allem bei der vom AMS finanzierten Impulsberatung für Betriebe verortet, das in Kärnten sehr forciert wird. Dabei werden entsprechende Workshops direkt in den Betrieben abgehalten sowie zu Expert*innen vernetzt, die den Unternehmen beim Employer Branding helfen.

(Weiter)Bildungsangebote gegen Fachkräftemangel

Im Zusammenhang mit dem Thema Personalvermittlung wird von den Unternehmen wie von den Sozialpartnereinrichtungen die Wichtigkeit treffsicherer Umschulungs- und Weiterbildungsprogramme betont, damit dem vorherrschenden Fachkräftemangel entgegengesteuert werden kann. Diese sollen Arbeitsuchende entsprechend zielgerichtet (um)schulen, auch Langzeitarbeitslose sollten dazu animiert werden, sich entsprechend aus- bzw. umzubilden.

Eine Anregung von Wirtschaftsseite ist die Investition in gezielte technische Qualifizierungen oder Umschulungsprogramme für Wiedereinsteiger*innen, die in einen Lehrabschluss münden.

Strategische datenbasierte Vertriebsplanung

Von Seiten der Bundesgeschäftsstelle kommt der Vorschlag, noch mehr Energie in eine strategische konzeptuelle Vertriebsplanung zu investieren. Dafür braucht es eine entsprechende Zielformulierung, die Definition von davon abgeleiteten Kund*innentypen, sowie eine auf dieser aufbauenden übersichtlichen Aufbereitung der regelmäßig von der BGS zur Verfügung gestellten Daten.

Auslagerung andenken

Ein Vorschlag ganz anderer Art bringt der befragte Personalberater ein. Er ist der Meinung, das AMS solle gewissen Leistungen im Zusammenhang mit der Vermittlung auslagern, ähnlich dem Modell Vermittlungscheck in Deutschland. Die Rolle des AMS dabei wäre jene der Koordination, denn „*das AMS muss das Niveau von Personalvermittlern erreichen und das ist schwer.*“

5 Unternehmenssicht

5.1 Die Stichprobe der befragten Unternehmen

Ein wesentlicher Teil der Studie war eine Online-Befragung unter burgenländischen Betrieben. Dafür wurden 1.923 Unternehmen, die sich aus den folgenden drei Gruppen zusammensetzen, per Mail mit Befragungslink angeschrieben:

- ✓ Unternehmen, die im Jahr 2019 oder 2020 offene Stellen an das AMS gemeldet haben (aktive Kund*innen)
- ✓ Unternehmen, die in den Jahren 2018 bis 2020 keine offenen Stellen an das AMS gemeldet haben, dies aber früher taten (inaktive Kund*innen)
- ✓ Unternehmen, die im Jahr 2019 Personal neu eingestellt haben, aber noch keinen Kontakt zum AMS hatten, abseits von Förderungen wie Kurzarbeit, Altersteilzeit, Bildungskarenz, u.ä. (potenzielle Kund*innen)

Von den kontaktierten Unternehmen liegen 343 auswertbare Rückmeldungen vor, was einer Rücklaufquote von 17,8% entspricht. Fast die Hälfte (48,7%) der Befragten stammen von aktiven Kund*innen des AMS, es folgen die inaktiven (28%) vor den potenziellen (23,3%) Kund*innen.

Tabelle 3: Zusammensetzung Stichprobe und Rücklaufquote

	Anzahl angeschriebene Unternehmen	Anzahl ausgefüllte Fragenbogen	Rücklaufquote
aktiv	740	167	22,6%
inaktiv	745	96	12,9%
potenziell	438	80	18,3%

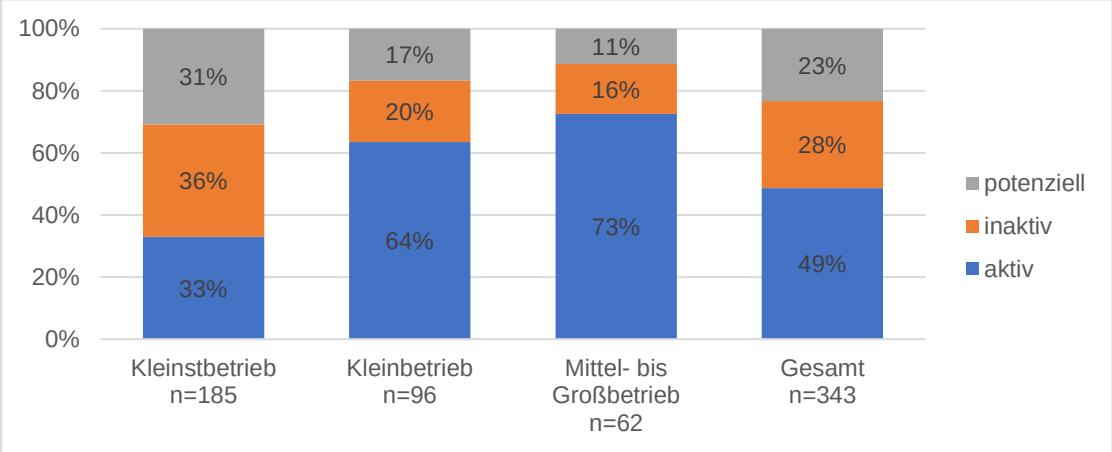
Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Kleinstbetriebe dominieren die Stichprobe

Bei der Mehrheit der Betriebe (54%) handelt es sich um Kleinstbetriebe (1 bis 9 Mitarbeiter*innen), allerdings ist das auch bei der Struktur der burgenländischen Betriebe der Fall (81% Kleinstbetriebe). Es folgen mit 28% die Kleinbetriebe (10 bis 49 Beschäftigte). 50 bis 149 Mitarbeiter*innen weisen 8% der befragten Unternehmen aus und der Rest (10%) hat mehr Personal. Bei der weiteren Auswertung wurden die beiden letzten Gruppen zusammengefasst.

Der Anteil an Kleinstbetrieben ist bei den inaktiven und potenziellen Kund*innen weitaus höher.

Abbildung 15: Kund*innentyp nach Betriebsgröße



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Meisten befragten Unternehmen aus Handel, Beherbergung/Gastronomie

Die meisten der befragten Unternehmen stammen aus dem Handel, gefolgt von Beherbergung und Gastronomie.

Tabelle 4: Befragte Unternehmen nach Branche

	Häufigkeit	Prozente
Handel; Instandhaltung und Reparatur von KFZ	75	21,9
Beherbergung und Gastronomie	64	18,7
Bauwesen	38	11,1
Herstellung von Waren	25	7,3
Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	23	6,7
Gesundheits- und Sozialwesen	21	6,1
Verkehr und Lagerei	19	5,5
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	17	5,0
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	15	4,4
Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	12	3,5
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	11	3,2
Erziehung und Unterricht	9	2,6
Kunst, Unterhaltung, Erholung	4	1,2
Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	3	0,9
Energieversorgung	2	0,6
Information und Kommunikation	2	0,6
Private Haushalte mit Hauspersonal	2	0,6
Wasserversorgung	1	0,3
Gesamt	**343**	**100,0**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Zu den befragten Unternehmen wurden seitens des AMS Zusatzinformationen bereitgestellt, wie Neuanmeldungen von Personal, Stellenbesetzung durch AMS und Einschaltgrad.

Keine Neuanmeldungen von Personal bei der Sozialversicherung hatten 35,5% der befragten Unternehmen, 1 bis 5 Neuanmeldungen 38,8% und 25,7% hatten 6 und mehr Neuanmeldungen. Letzteres war erwartungsgemäß bei den größeren Unternehmen häufiger der Fall sowie bei den aktiven AMS Kund*innen.

Bei den aktiven Kund*innen kam es laut den Informationen des AMS bei etwas mehr als zwei Drittel der Unternehmen zu Stellenbesetzungen durch das AMS. Diese Quote war bei Betrieben ab 10 Mitarbeiter*innen besser als bei Kleinstunternehmen.

Bei den inaktiven und potenziellen Kund*innen lag der Einschaltgrad des AMS naturgemäß bei 0%. Bei den aktiven Kund*innen wiesen

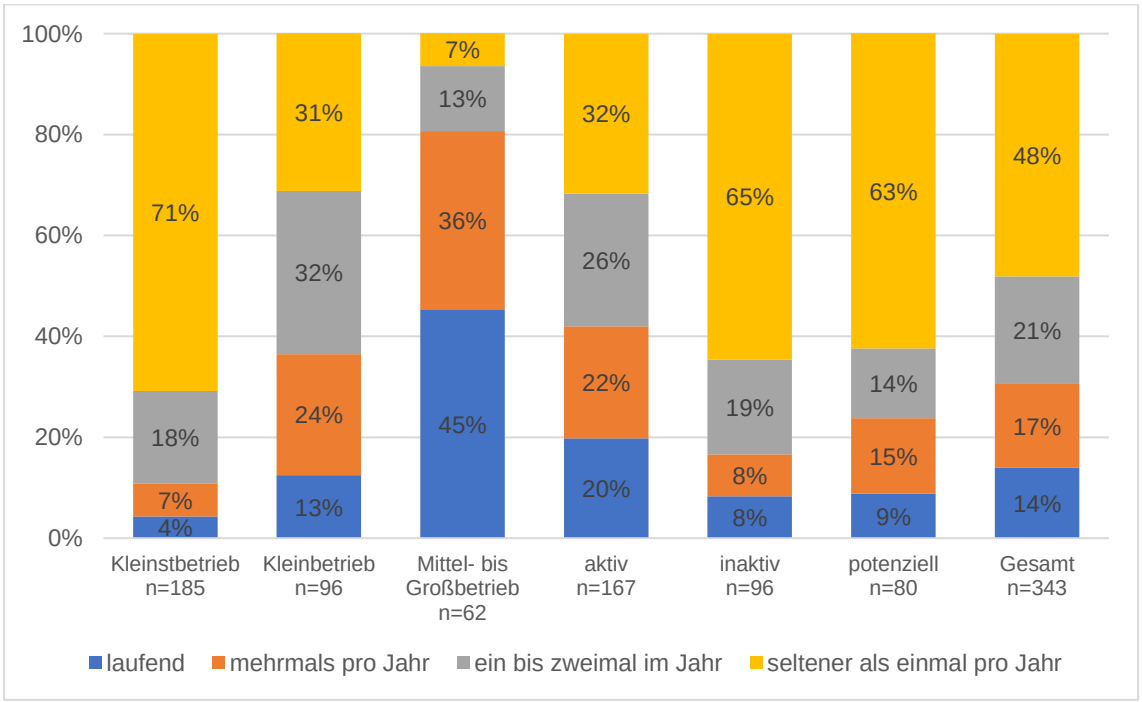
- ✓ 44,2% einen Einschaltgrad von 0% auf
- ✓ 32,1% hatten einen Einschaltgrad zwischen 1 und 50% und
- ✓ 23,6% einen Einschaltgrad zwischen 51 und 100%.

Da die Stellenbesetzung ein Faktor in der Berechnung des Einschaltgrades ist, zeigen sich beim Einschaltgrad ähnliche Unterschiede nach Unternehmensgröße.

5.2 Personalsuche generell

In der Befragung geben rund die Hälfte der Unternehmen an, seltener als einmal pro Jahr Personal zu suchen. Im Gegensatz dazu suchen 14% laufend. Erwartungsgemäß ist die häufigere Personalsuche vor allem bei größeren Unternehmen und aktiven AMS Kund*innen der Fall.

Abbildung 16: Häufigkeit der Personalsuche



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Gesucht werden vor allem Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung, gefolgt von Hilfs- oder angelernten Arbeitskräften.
Es zeigen sich eine Reihe von Unterschieden nach Unternehmensgröße und AMS-Kund*innentyp. Auffallend ist beispielsweise der hohe Anteil lehrlingssuchender Mittel- bis Großbetriebe.

Tabelle 5: Personalsuche nach Größe und Kund*innentyp

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Großbetrieb		Aktiv		Inaktiv		Potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung	113	61%	66	69%	53	86%	130	78%	59	62%	43	54%	232	68%
Hilfs- oder angelernte Arbeitskräfte	89	48%	46	48%	35	57%	80	48%	49	51%	41	51%	170	50%
höher qualifiziertes Personal	28	15%	30	31%	29	47%	48	29%	22	23%	17	21%	87	25%
Lehrlinge	14	8%	18	19%	29	47%	41	25%	11	12%	9	11%	61	18%
Praktikant*innen	11	6%	8	8%	9	15%	16	10%	5	5%	7	9%	28	8%
Sonstige	15	8%	5	5%	4	7%	14	8%	4	4%	6	8%	24	7%
Führungskräfte	6	3%	5	5%	11	18%	11	7%	5	5%	6	8%	22	6%
Gesamt	**185**	**100%**	**96**	**100%**	**62**	**100%**	**167**	**100%**	**96**	**100%**	**80**	**100%**	**343**	**100%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Sonstiges Personal, das gesucht wird und keinen Kategorien eindeutig zuordenbar ist, sind beispielsweise (Bus)Fahrer*innen, Kindergartenpädagog*innen oder Bürokräfte.

5.3 Suchkanäle

Um eine differenzierte Sicht auf die Suchkanäle bei unterschiedlichen Beschäftigtengruppen zu erhalten, wurden die Unternehmen um detaillierte Rückmeldung gebeten, welche Wege sie für die Personalsuche von:

- ✓ Hilfs- oder anlernte Arbeitskräften
- ✓ Fachkräften mit Lehrabschluss oder mittlere Ausbildung
- ✓ Höherqualifiziertem Personal
- ✓ Führungskräften
- ✓ Praktikant*innen
- ✓ Lehrlingen

nutzen.

Darüber hinaus wurde die Rekrutierung aus den östlichen Nachbarländern thematisiert.

AMS und private Netzwerke sind wichtigsten Rekrutierungskanäle

Quer über alle Gruppen ist laut Online-Erhebung das AMS neben den privaten Netzwerken der wichtigste Kanal zur Personalsuche (Nutzung jeweils über 50% bis zu drei Viertel der Unternehmen). Auch Social Media wird häufig genutzt (etwa 40% der Unternehmen). Für höher qualifiziertes Personal oder Führungskräfte werden auch die eigene Unternehmens-Website sowie Online-Jobbörsen verwendet.

Tabelle 6: Suchkanäle nach Beschäftigtengruppen (Mehrfachantworten)

	Hilfs- oder angelernte Arbeitskräfte		Fachkräfte mit Lehre / mittlerer Ausbildung		höher qualifiziertes Personal		Führungskräfte		Praktikant*innen		Lehrlinge		Personal aus östliche Nachbarländern	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	53	31,7%	87	38,8%	47	56,0%	14	70,0%	7	28,0%	35	62,5%	44	24,3%
Online Jobbörse/Karriereportale	40	24,0%	65	29,0%	36	42,9%	11	55,0%	2	8,0%	16	28,6%	27	14,9%
Social Media (Facebook)	68	40,7%	89	39,7%	35	41,7%	11	55,0%	8	32,0%	19	33,9%	45	24,9%
Apps (Hokify, etc.)	10	6,0%	14	6,3%	2	2,4%	3	15,0%			4	7,1%	7	3,9%
Stellenanzeigen in Printmedien	27	16,2%	49	21,9%	26	31,0%	5	25,0%	1	4,0%	15	26,8%	16	8,8%
AMS	121	72,5%	165	73,7%	56	66,7%	13	65,0%	5	20,0%	44	78,6%	2*	1,1%
Personalberater*in/Headhunter*in	7	4,2%	12	5,4%	16	19,0%	5	25,0%					4	2,2%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	14	8,4%	15	6,7%	5	6,0%	2	10,0%					12	6,6%
Private Kontakte und Netzwerke	105	62,9%	130	58,0%	52	61,9%	13	65,0%	13	52,0%	36	64,3%	128	70,7%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen	39	23,4%	47	21,0%	28	33,3%	5	25,0%	7	28,0%	14	25,0%	68	37,6%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	13	7,8%	21	9,4%	13	15,5%	3	15,0%	8	32,0%	16	28,6%	1*	0,5%
Sonstiges	3	1,8%	2	0,9%	1	1,2%			1	4,0%	2	3,6%	8	4,4%
Gesamt	**167**	**100,0%**	**224**	**100,0%**	**84**	**100,0%**	**20**	**100,0%**	**25**	**100,0%**	**56**	**100,0%**	**181**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Die meistgenutzten Kanäle zur Suche von **Hilfs- oder angelernten Arbeitskräften** sind das AMS (72%) und private Kontakte oder Netzwerke (63%). Davon sind jedoch Letztgenannte wesentlich erfolgreicher (93% sehr oder eher erfolgreich) als das AMS (45% eher oder gar nicht erfolgreich). Auch über die Unternehmenswebsite (32%) und Social Media (41%) wird öfter gesucht, jedoch nur mäßig erfolgreich. (siehe Anhang Tabelle 20: Suchkanäle für Hilfs- oder angelernte Arbeitskräfte)

Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung werden am häufigsten über das AMS (74%), private Kontakte und Netzwerke (58%) sowie über die Unternehmenswebseite oder Social Media (jeweils rund 40%) gesucht. Als erfolgreich dabei erwiesen sich wiederum die privaten Netzwerke, aber auch Personalberater*innen und Social Media. Das AMS, Stellenanzeigen oder Stellensuch-Apps sowie Initiativbewerbungen waren für die Hälfte der Unternehmen, die über diese Kanäle Fachkräfte gesucht haben, nicht erfolgreich (siehe Anhang Tabelle 21: Suchkanäle für Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung und deren Erfolg).

Die Suche nach **höher qualifiziertem Personal** erfolgt über viele verschiedene Kanäle. Am häufigsten über das AMS und private Netzwerke (jeweils rund zwei Drittel). Erfolgreich waren Personalberater*innen, Online-Jobbörsen bzw. Karriereportale, aber auch private Kontakte. Das AMS und Personalleasingfirmen schneiden dabei schlecht ab (siehe Anhang Tabelle 22: Suchkanäle für höher qualifiziertes Personal).

Führungskräfte werden deutlich seltener gesucht als anderes Personal. Zur Suche werden nahezu alle genannten Kanäle verwendet, am häufigsten die Unternehmenswebsite, das AMS sowie private Kontakte. Erfolgreich dabei waren insbesondere die Personalberater*innen sowie die sozialen Netzwerke. AMS und Printmedien schneiden bei der Suche am schlechtesten ab (für rund zwei Drittel der Unternehmen nicht erfolgreich). Diese Ergebnisse sind jedoch mit Vorsicht zu betrachten, da die Fallzahlen sehr gering sind (siehe Anhang Tabelle 23: Suchkanäle für Führungskräfte).

Zur Rekrutierung von **Praktikant*innen** werden zumeist die sozialen Kontakte verwendet (52%). Erfolgreich bei dieser Suche sind jedoch insbesondere Social Media sowie die Kooperation mit Bildungseinrichtungen. Das AMS oder Online-Jobbörsen schneiden tendenziell eher schlecht ab. Die Ergebnisse zeichnen zwar einen Trend ab, sind jedoch aufgrund der geringen Fallzahlen sehr zufallsanfällig (siehe Anhang Tabelle 24: Suchkanäle für Praktikant*innen und deren Erfolg).

Die Suche nach **Lehrlingen** erfolgt zumeist über das AMS (79%), die Unternehmens-Website (62%) sowie über private Kontakte (64%). Am erfolgreichsten dabei scheinen Online-Jobbörsen sowie private Netzwerke zu sein. Alle anderen zur Lehrlingssuche genutzten Kanäle scheinen in etwa gleichem Ausmaß nicht erfolgreich zu sein. Auch hier ist die geringe Fallzahl zu beachten (siehe Anhang Tabelle 25: Suchkanäle für Lehrlinge und deren Erfolg).

Insbesondere Mittel und Großbetriebe nutzen zu einem höheren Anteil bei aller Art von Personal mehrere Kanäle und vor allem auch das AMS.

Fast 2/3 haben in letzten Jahren Personal aus dem „Osten“ eingestellt

61,4% der Unternehmen haben in den letzten Jahren **Personal aus den östlichen Nachbarländern (Ungarn, Slowakei)** eingestellt, Mittel- und Großbetriebe häufiger.

Tabelle 7: Personalaufnahme aus den östlichen Nachbarländern

	Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Groß-betrieb (50+ MA)		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Ja	78	49,7%	59	69,4%	44	83,0%	181	61,4%
Nein	79	50,3%	26	30,6%	9	17,0%	114	38,6%
Gesamt	**157**	**100,0%**	**85**	**100,0%**	**53**	**100,0%**	**295**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Bei den aktiven und inaktiven Kund*innen ist der Anteil mit Personalaufnahmen aus diesen Ländern mit ca. zwei Drittel höher als bei den potenziellen Kund*innen mit etwas über der Hälfte.

Meist erfolgt die Suche dieses Personals über private Netzwerke (ca. 70%) oder Initiativbewerbungen (ca. 40%). Mittel- und Großbetriebe nutzen vermehrt auch die eigene Unternehmenswebsite (59%), Social Media (39%) und Online-Jobbörsen (27%).

5.4 Personalsuche über AMS

Etwas weniger als ein Drittel der Unternehmen meldet nach eigener Angabe die offenen Stellen immer dem AMS. Ein ähnlich hoher Prozentsatz meistens.

Tabelle 8: Meldung offener Stellen auch an das AMS

	Häufigkeit	%
Ja, immer	100	31,3
Ja, meistens	92	28,7
Eher selten	47	14,7
Früher schon, aber jetzt nicht mehr	35	10,9
Nein	46	14,4
Gesamt	**320**	**100,0**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Bei den Klein- Mittel- und Großbetrieben ist das bei rund 70% der Fall, bei den Kleinstbetrieben lediglich bei der Hälfte. Fast 40% der Kleinstbetriebe melden ihre offenen Stellen nicht mehr oder überhaupt nicht dem AMS (siehe Anhang Tabelle 26: Melden offener Stellen an AMS nach Unternehmensgröße)

Interessanterweise geben auch viele inaktive und potenzielle Kund*innen an, dass sie die offenen Stellen immer oder meistens dem AMS melden (rund 40%). Das könnte damit zu tun haben, dass diese Unternehmen die Stelle nur im E-Job Room geschalten haben.

Zwei Drittel jener 46 Unternehmen, die ihre offenen Stellen nicht dem AMS melden (potenzielle Kund*innen), wurden ihrer Aussage nach bisher noch nicht aktiv vom AMS kontaktiert und über die Dienstleistungen des AMS informiert.

Suche über AMS: einfach, unkompliziert, kostenlos

Die wichtigsten Gründe jener Unternehmen, die das AMS bei der Personalsuche häufig in Anspruch nehmen sind die einfache und unkomplizierte Abwicklung durch das AMS, gefolgt von der Möglichkeit einer kostenlosen Personalsuche.

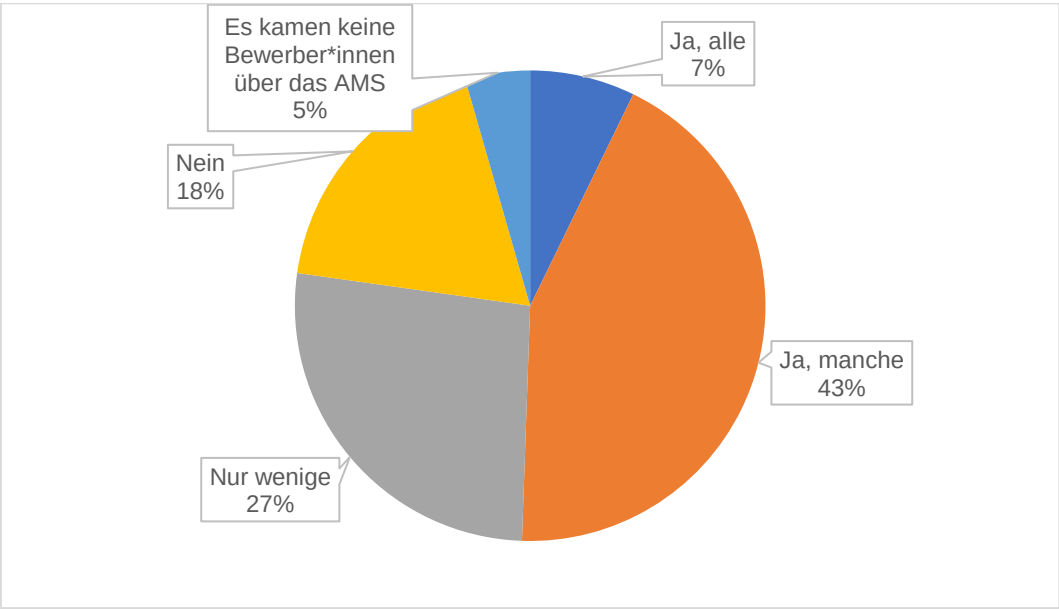
Tabelle 9: Gründe für Inanspruchnahme des AMS bei Personalsuche (Mehrfachnennungen)

	Anzahl	%
Einfache und unkomplizierte Abwicklung durch das AMS	114	59,7%
Möglichkeit einer kostenlosen Personalsuche	111	58,1%
AMS reagiert rasch auf den Suchauftrag	98	51,3%
Möglichkeit die Stelle im AMS eJob-Room zu veröffentlichen	85	44,5%
Hohe Zufriedenheit mit der*dem zuständigen AMS-Mitarbeiter*in	85	44,5%
AMS hat einen großen Pool an passenden Bewerber*innen	73	38,2%
Passende (Vor-)Auswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS	64	33,5%
Zusätzliche Möglichkeit eine*n passende*n Bewerber*in zu finden	61	31,9%
Sonstiges	4	2,1%
Gesamt	**191**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Jene Stellen, die dem AMS gemeldet wurden, konnten nach Aussage der Unternehmen bei 7,2 % alle durch Bewerber*innen, die über das AMS gekommen sind, besetzt werden, bei 43,3% war das nur bei manchen dieser Stellen der Fall.

Abbildung 17: Stellenbesetzung von dem AMS gemeldeten Stellen durch AMS Bewerber*innen



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021, n=180

Erwartungsgemäß sind Betriebe, die immer bzw. meistens das AMS zur Personalsuche nutzen, auch jene, die ihre offenen Stellen in der Vergangenheit mit AMS-Bewerber*innen besetzen konnten. Umgekehrt ist es bei Unternehmen, die ihre Stellen nicht mehr dem AMS melden.

Tabelle 10: Stellenbesetzung durch AMS Bewerber*innen nach Häufigkeit der Stellenmeldung

Stellenbesetzungen durch AMS Bewerber*innen	Offene Stellen immer/ meistens gemeldet (n=172)		Offene Stellen eher selten gemeldet (n=32)		Offene Stellen früher schon, jetzt nicht mehr gemeldet (n=33)	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Ja, alle	13	7,6%	4	12,5%	2	6,1%
Ja, manche	78	45,3%	5	15,6%	5	15,2%
Nur wenige	48	27,9%	9	28,1%	5	15,2%
Nein	33	19,2%	14	43,8%	21	63,6%
Gesamt	**172**	**100,0%**	**32**	**100%**	**33**	**100**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Mangelnde Motivation und Qualifikation attestiert

Die Gründe jener Unternehmen, die ihre offenen Stellen eher selten, jetzt nicht mehr oder gar nicht dem AMS melden, liegen vor allem an den Bewerber*innen. Sie sind nach Ansicht vieler Unternehmen nicht arbeitswillig/motiviert und/oder nicht ausreichend qualifiziert.

Tabelle 11: Gründe gegen die Inanspruchnahme des AMS bei Personalsuche (Mehrfachnennung)

	Anzahl	Prozente
Die Personen, die vom AMS vermittelt werden, sind nicht arbeitswillig/motiviert	22	48,9%
Die im AMS vorgemerkten Arbeitslosen/Arbeitsuchenden sind für viele Stellen, die ich zu besetzen habe, nicht ausreichend qualifiziert	15	33,3%
Eine Vermittlung über das AMS braucht zu viel Zeit, wenn dann brauche ich rasch Personal	10	22,2%
Jugendliche, die gut geeignet und motiviert sind, suchen nicht über das AMS eine Lehrstelle	7	15,6%
Sonstiges	7	15,6%
Eine Stellenausschreibung beim AMS verursacht zu viel administrativen Aufwand	5	11,1%
Für viele (Lehr-)Stellen habe ich so viele Initiativbewerbungen, dass es keinen Sinn macht, die Stellen dem AMS zu melden	5	11,1%
Gesamt	**45**	**100,0%**

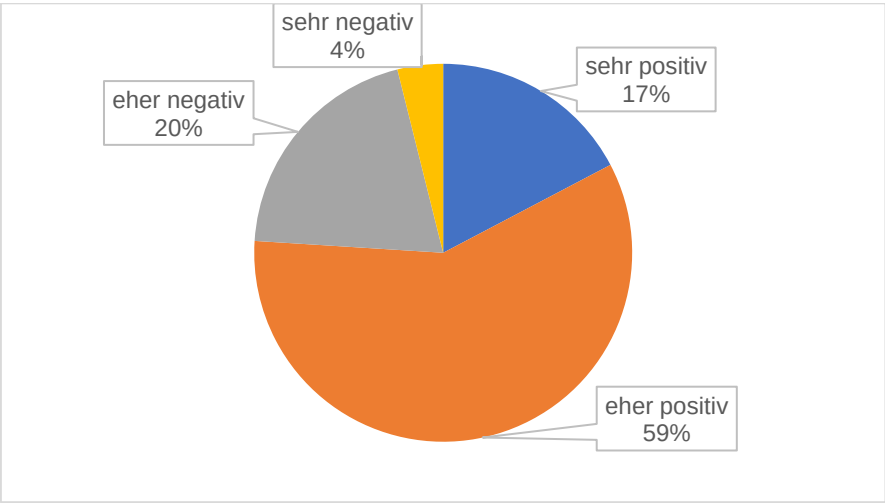
Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Den Aspekt der Arbeitswilligkeit/Motivation führen vor allem Unternehmen ins Treffen, die aktive Kund*innen des AMS sind (68,8%). (siehe Anhang Tabelle 27: Gründe für Nicht-Meldung offener Stellen nach Kund*innentyp).

Mehrheit hat (eher) positive Erfahrungen

Unternehmen, die das AMS bei der Personalsuche immer oder meistens in Anspruch nehmen, haben zu 17% sehr positive und zu 59% eher positive Erfahrungen. Immerhin ein Fünftel aber auch eher negative.

Abbildung 18: Erfahrungen mit der Personalsuche und/oder Lehrlingssuche über das AMS



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021, n=179

Die Häufigkeit der Inanspruchnahme des AMS für die Personalsuche geht erwartungsgemäß mit den generellen Erfahrungen mit dem AMS einher. Die Erfahrungen jener Unternehmen, die das AMS eher selten in Anspruch nehmen sind gemischt (jeweils rund 40% äußern sich eher positiv bzw. eher negativ). Und etwa zwei Drittel jener Unternehmen, die aufgehört haben, das AMS zur Stellensuche zu kontaktieren geben sehr negative Erfahrungen mit dem AMS an.

Tabelle 12: Zusammenhang Erfahrungen mit AMS und Meldung offener Stellen

	Ja, immer/ meistens (n=192)		eher selten (n=47)		Früher schon, jetzt nicht mehr (n=35)	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Sehr positiv	31	17,3%	1	3,4%	2	6,1%
Eher positiv	105	58,7%	12	41,4%	5	15,2%
Eher negativ	36	20,1%	13	44,8%	5	15,2%
Sehr negativ	7	3,9%	3	10,3%	21	63,6%
Gesamt	**179**	**100,0%**	**29**	**100,0%**	**33**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Bei der offenen Frage nach den Erfahrungen bei der Personalsuche mit dem AMS gibt es weitaus mehr positive offene Rückmeldungen als negative.

Positiv wird vor allem die schnelle und unbürokratische Hilfe durch das Arbeitsmarktservice hervorgehoben. Ebenfalls gelobt werden die AMS-Mitarbeiter*innen, die von vielen befragten Firmen als kompetent, lösungsorientiert und freundlich beschrieben werden. Die Kommunikation sei stets eine gute und rasche gewesen und auch generell sei „*das Personal vom*

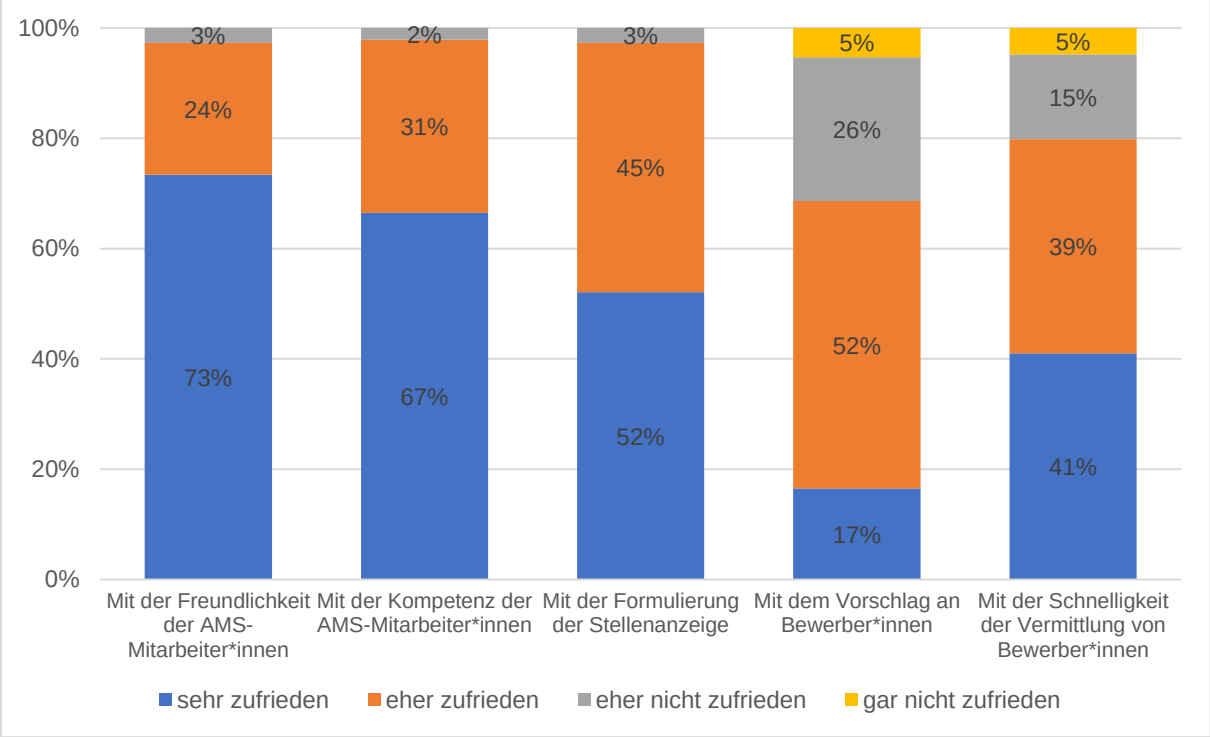
AMS Top". Weiters wird die Möglichkeit der Vorselektion der potenziellen Bewerber*innen, als auch die Kostenfreiheit des AMS-Angebotes positiv erwähnt. Ein Kommentar war beispielsweise, dass durch die Vorselektion des AMS für eine bestimmte Region „nur passende Bewerber*innen" übrigblieben, oder aber, dass es eine „perfekte Vorauswahl" gab.

Die negativen Erfahrungen zielen vor allem auf die arbeitsuchenden Personen ab: Hauptgrund für die Unzufriedenheit ist allen voran der Umstand, dass dem Betrieb kein oder kein geeignetes Personal vermittelt werden konnte bzw. dass sich keine oder nur wenige Bewerber*innen beim Betrieb meldeten. Kritisiert werden die oftmals mangelnde Qualifikation der vermittelten Personen oder deren fehlende Flexibilität. Bewerber*innen wird von den Befragten immer wieder Arbeitsunwilligkeit attestiert, oder aber, dass diese „*nur einen Stempel brauchen*", bzw. würden zugewiesene Personen nur kommen, „*um ihr Arbeitslosengeld nicht zu verlieren*".

Höchste Zufriedenheit mit Freundlichkeit der AMS Mitarbeiter*innen

Die Aspekte in den offenen Rückmeldungen bestätigen sich durch die gestellte geschlossene Frage nach unterschiedlichen Aspekten der Personalsuche über das AMS. Die höchste Zufriedenheit konstatieren die befragten Unternehmen in Bezug auf die Freundlichkeit der AMS Mitarbeiter*innen. Die geringste Zufriedenheit herrscht in Bezug auf den Bewerber*innenvorschlag.

Abbildung 19: Zufriedenheit mit Aspekten der Personalsuche über das AMS



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021, n=188

Keine passenden Bewerber*innen sind Hauptkritikpunkt

Auch an dieser Stelle wird vor allem kritisiert, dass sich bei den Firmen kein passendes oder qualifiziertes Personal meldete, und dass es keine passende Vorauswahl bzw. kein passendes Matching gab. Es gäbe „*fehlendes Potential bei den AMS-Kund*innen*", viele hätten schlichtweg

„*kein Interesse am Job*“ und bräuchten lediglich „*einen Stempel*“. Manche bemängeln nicht korrekte Stellenanzeigen.

Die Zufriedenheit wird insbesondere mit der Freundlichkeit der AMS-Mitarbeiter*innen sowie der raschen Bearbeitung der Anfragen begründet. Aber auch von generell zufriedenen Befragten wird kritisiert, dass die Bewerber*innen entweder nicht immer der Stellenausschreibung entsprachen oder aber unmotiviert seien. Die Vermittlung geschehe zwar professionell, jedoch gäbe „*der Pool an Bewerber*innen zu wenig her, aber zumindest hat sich das AMS bemüht*“. Vereinzelt wird auch an dieser Stelle angemerkt, dass den Unternehmen eine gute Vorauswahl übermittelt wurde, und dass es für manche Stellen eine große Anzahl an Bewerber*innen gab.

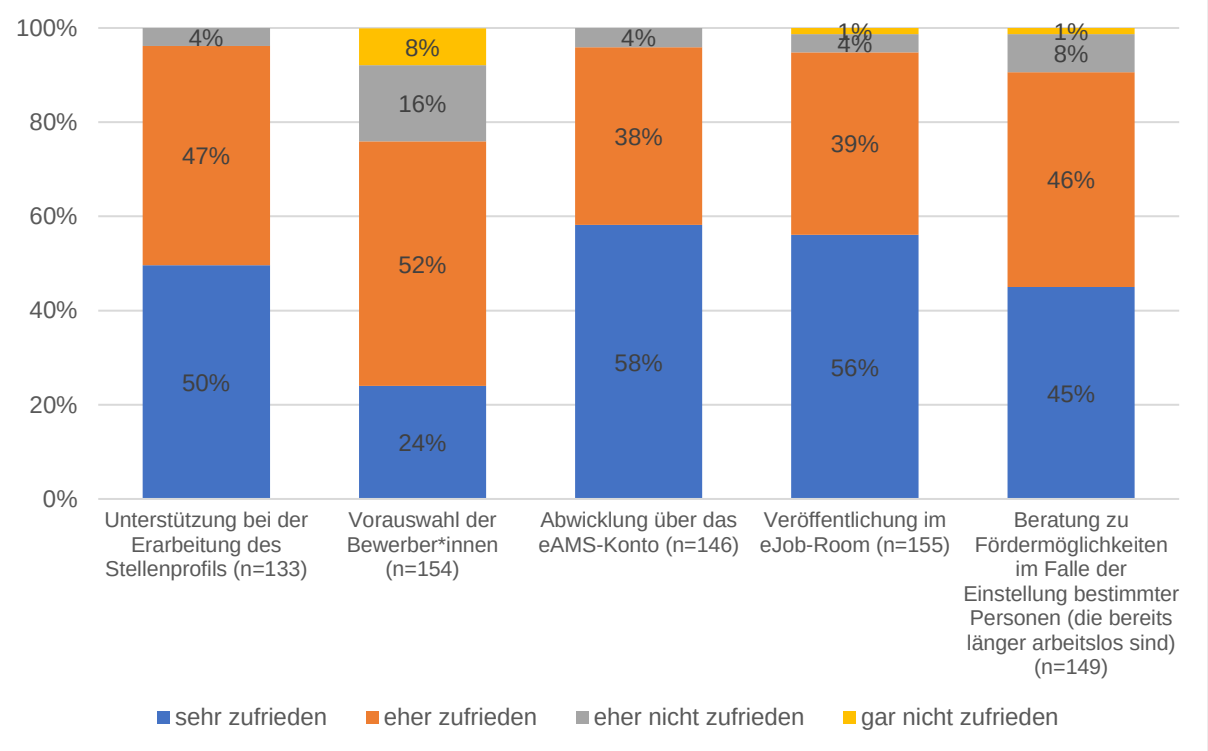
Zufriedene nutzen erwartungsgemäß AMS häufiger

Unternehmen, die häufiger mit dem AMS auf Personalsuche gehen, sind häufiger sehr zufrieden mit dem AMS, insbesondere hinsichtlich der Freundlichkeit der AMS-Mitarbeiter*innen (73% versus 61%) und der Schnelligkeit der Vermittlung (41% versus 20%) (siehe Anhang Tabelle 28: Zufriedenheit mit dem AMS bei der Personalsuche)

Gute Rückmeldungen zum eJob-Room und eAMS-Konto

Die Zufriedenheit mit weiteren Aspekten der Personalsuche über das AMS ergibt folgendes Bild: Am zufriedensten sind die befragten Unternehmen mit der Veröffentlichung der offenen Stelle im eJob-Room sowie mit der Abwicklung über das eAMS-Konto. Die Vorauswahl der Bewerber*innen wird etwas skeptischer betrachtet.

Abbildung 20: Zufriedenheit mit weiteren Aspekten der Personalsuche über das AMS



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021, n=182

Manche Unternehmervertreter*innen heben nicht nur den guten Aufbau des sowie die leichte Orientierung im eJob-Rooms hervor, sondern auch die Praktikabilität des eAMS Kontos. Die Kommunikation und Arbeit mit dem AMS geschehe „*auf Augenhöhe*“, die Mitarbeiter*innen reagieren schnell und sind immer freundlich. Die persönliche Betreuung und die Hilfsbereitschaft der AMS-Mitarbeiter*innen wird geschätzt: „*Unser Betreuer hält uns immer auf dem Laufenden und ist sehr bemüht, Lösungen zu finden*“.

Die Unzufriedeneren sind beispielsweise der Ansicht, dass das eAMS-Konto nicht intuitiv zu handhaben und somit nicht immer ein gutes Kommunikationstool mit dem AMS ist. Kritisiert wird einmal eine nicht erfolgte Erinnerung an das Auslaufen einer Förderung, was als „*unternehmerunfreundlich*“ bezeichnet wird.

Unternehmen, die das AMS eher selten zur Personalsuche in Anspruch nehmen, geben tendenziell häufiger an, dass ihnen bestimmte Leistungen des AMS nicht angeboten wurden, beispielsweise die Abwicklung über das eAMS-Konto, die Veröffentlichung von Stellenangeboten im eJob-Room sowie Beratungen zu diversen Fördermöglichkeiten bei der Einstellung bestimmter Personen. (siehe Anhang Tabelle 29: Nicht angebotene Leistungen des AMS).

Serviceleistungen führen zu Zufriedenheit

Jene Unternehmen, die diese Serviceleistungen des AMS genutzt haben, sind häufig sehr zufrieden damit. Insbesondere auch die wenigen Unternehmen, die das AMS zur Personalsuche selten nutzen. (siehe Anhang Tabelle 30: Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungen des AMS).

Auswahl besser auf Stellenprofil abstimmen

Jene Unternehmen, die bislang nicht oder nicht mehr mit dem AMS zusammenarbeiten, wurden danach gefragt, was sie dazu motivieren würde, in Zukunft ihre offenen Stellen (wieder) dem AMS bekannt zu geben.

Die genannten Gründe sind vielfältig. So wird beispielsweise angegeben, dass dies bei Personalnot ohnehin wieder geschehen würde, oder aber wenn die Auswahl an Personen vom AMS besser auf die ausgeschriebene Stelle abgestimmt wird. Weiters, wenn es nicht mehr verpflichtend ist, gendergerechte Sprache zu verwenden (freiwillig wäre dies okay). Ebenfalls werden strengere Regeln für Arbeitslose bzw. Langzeitarbeitslose gefordert, sowie – bei offensichtlich arbeitsunwilligen Personen – die Kürzung des Arbeitslosengeldes. Wünschenswert wäre weiters eine direkte, fix zuständige Kontaktperson und keine Warteschleife bei Anrufen im AMS. Viele Befragte geben auch an, dass es derzeit (aufgrund der COVID-19-Situation zum Befragungszeitpunkt) keine Motivation gäbe, offene Stellen dem AMS zu melden. Dies wird entweder mit der wirtschaftlichen Situation, der geplanten Verkleinerung des Unternehmens oder aber damit begründet, dass keine offenen Stellen zu erwarten sind.

Viele der genannten Aspekte deponieren die Unternehmen noch einmal bei der offenen Abschlussfrage, was im Zusammenhang mit dem Thema Personalsuche über das AMS noch anzumerken wäre. Es werden hier unterschiedliche Themen und Wünsche eingebracht, auch

solche, die mit der AMS Stellenvermittlung wenig zu tun haben. Gefordert wird beispielsweise Bürokratieabbau für Unternehmen.

Stets wiederkehrend das Thema Arbeitswilligkeit. Gefordert wird oftmals geringeres Arbeitslosengeld bzw. dessen schrittweise Kürzung bei gleichzeitig finanziellen Anreizen für Arbeitsleistung.

Auch wiederkehrend die Kritik an der Passgenauigkeit der vermittelten Personen. Ein Beispiel: Auf ein Inserat für eine*n Kassenmitarbeiter*in an der Tankstelle mit erwünschter Berufserfahrung haben sich vor allem (Hilfs)Köch*innen und Zimmermädchen/-burschen gemeldet. Daraus resultiert ein administrativer (Mehr-)Aufwand für das Unternehmen, all diese Bewerbungen zu sichten, zu bewerten und den Personen abzusagen.

Vorbereitendes Training, Schulungen und Förderungen

Vorschläge an dieser Stelle waren: Arbeitsuchenden vorbereitende Trainings zu ermöglichen, die Möglichkeit einer Schulung bzw. Ausbildung bei weniger gängigen Berufen, weiters längere und höhere Förderungen für Bewerber*innen mit „*nicht perfekten Lebensläufen um das Einstellungsrisiko zu minimieren*“ oder der Ausbau der Online- und Social-Media-Jobbörse.

Dank und Lob an das AMS

Die Abschlussfrage wird von vielen Unternehmen aber auch genutzt, um dem AMS bzw. den AMS-Mitarbeiter*innen Lob und Dank auszusprechen, wie beispielsweise: „*Ich möchte nochmals erwähnen, dass die Mitarbeiter*innen vom AMS Burgenland […] uns während der Abwicklung der KUA immer sehr kompetent und freundlich beraten haben*!!“, oder „*Aufgrund der Corona-Situation will ich mich zunächst ausschließlich für den unglaublichen Einsatz aller Beteiligten bedanken!*“.

Man müsse, so ein Kommentar, den immer noch verhafteten Ruf „*das AMS versucht Arbeitslose irgendwie anzubringen“* in *„beim AMS bekommt man die besten Leute vorgeschlagen*“ ändern.

Eine Rückmeldung ist auch, dass es „*in den letzten 15 Jahren viele positive Veränderungen*“ gegeben hat, dennoch sei es notwendig für bestimmte Branchen eine gründlichere Vorselektion der Bewerber*innen durchzuführen und diesen mehr Informationen über die tatsächliche Arbeit (bzw. das tatsächliche Arbeitsausmaß) zu geben.

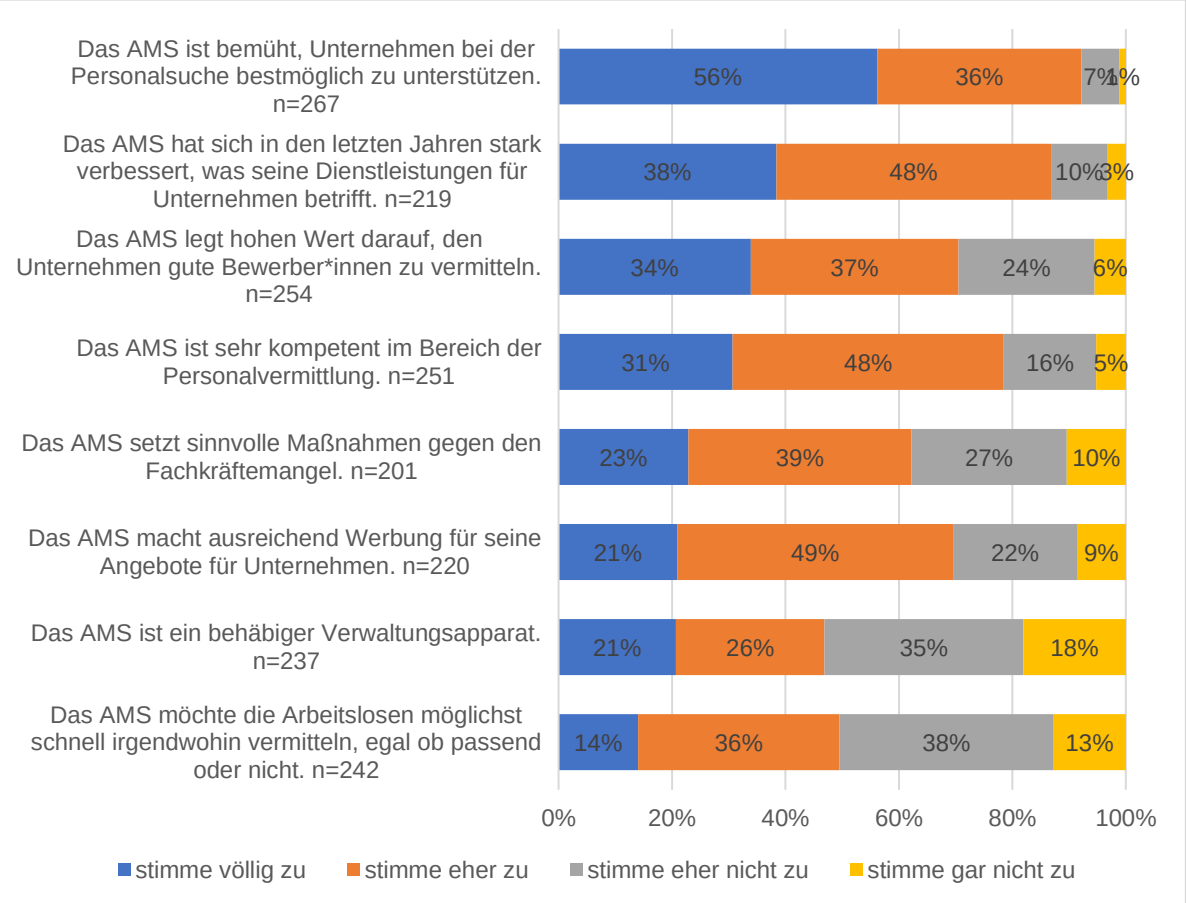
5.5 Generelle Einschätzungen mit dem AMS, Bekanntheit der Angebote, zukünftige Erwartungen an das AMS

Im Rahmen der Online-Erhebung wurden auch generelle über die konkrete Erfahrung der Unternehmen bei ihrer eigenen Personalsuche hinausgehende Einschätzungen der Betriebe zum AMS eingeholt.

AMS wird hohe Kompetenz und Bemühen attestiert

Die Kompetenz und das Bemühen des AMS bei der Personalsuche wird von den befragten Unternehmen beispielsweise sehr hoch eingeschätzt und Aussagen, dass das AMS ein behäbiger Verwaltungsapparat ist bzw. die Arbeitslosen möglichst schnell vermitteln möchte, egal ob sie für die offenen Stellen geeignet sind oder nicht, von den Unternehmen größtenteils abgelehnt.

Abbildung 21: Einschätzungen zum AMS[7]



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Es zeigen sich kaum Gruppenunterschiede nach Betriebsgröße. Auffallend ist jedoch, dass Mittel- und Großbetriebe besonders häufig nicht der Ansicht sind, dass das AMS sinnvolle Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel setzt sowie ausreichend Werbung für seine Angebote für Unternehmen macht (38%). (siehe Anhang Tabelle 31: Einstellungen zum AMS nach)

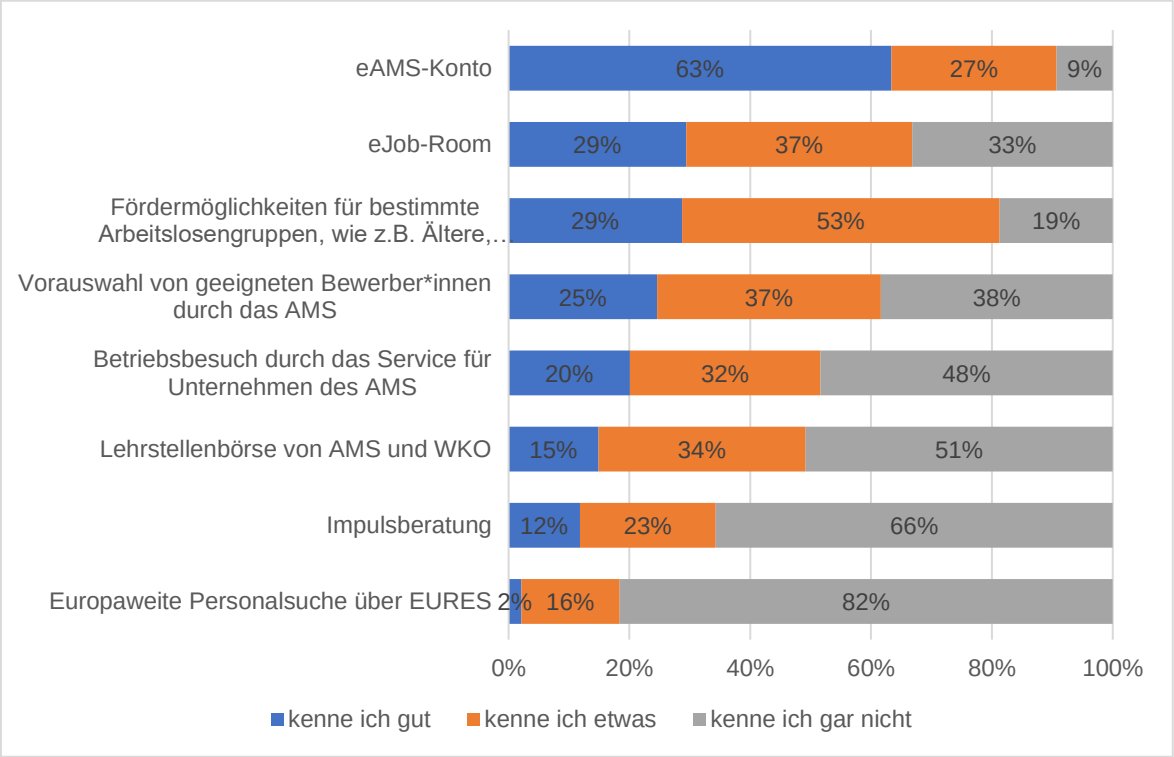
[7] Wurde bereinigt um Unternehmen, die Kategorie ankreuzten Weiß nicht/keine Angabe

Wesentlich für die Einschätzung des AMS sind natürlich auch die Angebote, die das AMS Unternehmen unterbreitet bzw. die Bekanntheit dieser Angebote.

AMS Angebote für Unternehmen unterschiedlich bekannt

Das eAMS-Konto ist den Unternehmen größtenteils gut bekannt (63%). Auch diverse Fördermöglichkeiten sowie der eJob-Room sind der Mehrheit der Unternehmen zumindest etwas bekannt. Bezüglich Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS ist der Informiertheitsgrad nicht besonders hoch. Am unbekanntesten sind die europaweite Personalsuche über EURES, die Impulsberatung sowie die Lehrstellenbörse von AMS und WKO, sowie der Betriebsbesuch durch das AMS.

Abbildung 22: Bekanntheitsgrad der Angebote



Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021, n=289

Es zeigen sich keine großen Unterschiede nach Betriebsgröße. Mittel und Großbetriebe sind tendenziell besser informiert über alle Angebote (siehe Anhang Tabelle 32: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Unternehmensgröße).

Die aktiven Kund*innen kennen den eJob-Room, die Lehrstellenbörse von AMS und WKO, den Betriebsbesuch und die Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen besser als die anderen beiden Unternehmenstypen (siehe Anhang Tabelle 33: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Kund*innentyp).

Aufmerksam wurden die meisten Unternehmen, denen die Angebote gut oder etwas bekannt sind, durch eine*n AMS Mitarbeiter*in, am häufigsten Groß- und Mittelbetrieben, gefolgt von eigener Recherche.

Tabelle 13: Weg der Aufmerksamkeit auf AMS-Dienstleistungen für Unternehmen

	Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Großbetrieb (50+ MA)		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Vom AMS selbst durch eine*n AMS-Mitarbeiter*in	66	44,9%	47	56,6%	41	78,8%	154	54,6%
Ich habe selbst recherchiert	62	42,2%	37	44,6%	19	36,5%	118	41,8%
Durch die Wirtschaftskammer	52	35,4%	19	22,9%	16	30,8%	87	30,9%
Aus den Medien	38	25,9%	25	30,1%	12	23,1%	75	26,6%
Zusendung des AMS (postalisch/E-Mail)	18	12,2%	19	22,9%	15	28,8%	52	18,4%
Durch andere Unternehmen	24	16,3%	7	8,4%	3	5,8%	34	12,1%
Gesamt	**147**	**100,0%**	**83**	**100,0%**	**52**	**100,0%**	**282**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Drei Viertel der befragten Unternehmen, die dazu Rückmeldung geben, hatten in der letzten Zeit abseits von Stellenbesetzungen Kontakt mit dem AMS Burgenland. Kleinbetriebe und potenzielle Kund*innen häufiger.

Diese Kontakte betrafen vor allem die COVID 19 Kurzarbeitsbeihilfe. Drei Viertel der Mittel- und Großbetriebe und etwa die Hälfte der aktiven Kund*innen kontaktierte das AMS auch aufgrund von Förderungen wie Eingliederungsbeihilfe etc.

Tabelle 14: Kontakt mit dem AMS

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Groß-betrieb		Aktiv		Inaktiv		Potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Ja	117	77,0%	69	82,1%	32	60,4%	107	71,8%	58	74,4%	53	85,5%	218	75,4%
Nein	35	23,0%	15	17,9%	21	39,6%	42	28,2%	20	25,6%	9	14,5%	71	24,6%
Gesamt	**152**	**100,0%**	**84**	**100,0%**	**53**	**100,0%**	**149**	**100,0%**	**78**	**100,0%**	**62**	**100,0%**	**289**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 15: Grund des Kontaktes mit dem AMS abseits von Stellenbesetzungen

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Groß-betrieb		Aktiv		Inaktiv		Potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
COVID-19-Kurzarbeitsbeihilfe	111	94,9%	58	84,1%	27	84,4%	90	84,1%	54	93,1%	52	98,1%	196	89,9%
Förderungen (wie z.B. Eingliederungsbeihilfe, Förderung der Lehrausbildung, EPU-Beihilfe, Solidaritätsprämien-Modell, Beschäftigungsinitiative 50+ Burgenland, AQUA - Arbeitsplatznahe Qualifizierung, ..)	22	18,8%	30	43,5%	24	75,0%	50	46,7%	12	20,7%	14	26,4%	76	34,9%
Altersteilzeit	7	6,0%	14	20,3%	13	40,6%	24	22,4%	5	8,6%	5	9,4%	34	15,6%
Bildungskarenz	4	3,4%	3	4,3%	9	28,1%	12	11,2%	1	1,7%	3	5,7%	16	7,3%
Anderes	3	2,6%	0	0,0%	1	3,1%	2	1,9%	1	1,7%	1	1,9%	4	1,8%
Gesamt	**117**	**100,0%**	**69**	**100,0%**	**32**	**100,0%**	**107**	**100,0%**	**58**	**100,0%**	**53**	**100,0%**	**218**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Kontakt mit AMS aufgrund von COVID-19-Kurzarbeitsbeihilfe hat Bild vom AMS verbessert

Mehrheitlich geben die Unternehmen an, dass sich durch diesen Kontakt ihr Bild vom AMS Burgenland gebessert hat, was insbesondere auf Kleinstbetriebe und inaktive Kund*innen zutrifft, oder den guten Eindruck bestätigt hat. Das ist vor allem bei Mittel- bis Großbetrieben und bei aktiven Kund*innen der Fall.

Tabelle 16: Veränderung des Bildes vom AMS aufgrund Kontakt mit AMS

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Groß-betrieb		Aktiv		Inaktiv		Potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Mein guter Eindruck hat sich bestätigt	52	44,4%	41	59,4%	24	75,0%	65	60,7%	23	39,7%	29	54,7%	117	53,7%
Mein Eindruck hat sich gebes-sert	61	52,1%	20	29,0%	7	21,9%	36	33,6%	31	53,4%	21	39,6%	88	40,4%
Mein schlechter Eindruck hat sich bestätigt	3	2,6%	4	5,8%	0	0,0%	2	1,9%	3	5,2%	2	3,8%	7	3,2%
Mein Eindruck hat sich ver-schlechtert	1	0,9%	4	5,8%	1	3,1%	4	3,7%	1	1,7%	1	1,9%	6	2,8%
Gesamt	**117**	**100,0%**	**69**	**100,0%**	**32**	**100,0%**	**107**	**100,0%**	**58**	**100,0%**	**53**	**100,0%**	**218**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Bessere Vorselektion der Bewerber*innen gewünscht

Als Wunsch für die Zukunft steht an erster Stelle (außer bei den potenziellen Kund*innen) eine bessere Vorselektion der Bewerber*innen, es folgen mehr Informationen über die Angebote des AMS, bei den potenziellen Kund*innen steht dieses Anliegen sogar an erster Stelle.

Tabelle 17: Zukünftige Wünsche an das AMS

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Groß-betrieb		Aktiv		Inaktiv		Potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Bessere Vorselektion der Bewerber*innen	70	46,1%	46	55,4%	23	43,4%	75	50,3%	46	59,0%	18	29,5%	139	48,3%
Mehr Informationen über die Angebote des AMS	59	38,8%	31	37,3%	24	45,3%	52	34,9%	35	44,9%	27	44,3%	114	39,6%
Mehr Qualifizierungsangebote für Arbeitslose	35	23,0%	27	32,5%	16	30,2%	45	30,2%	18	23,1%	15	24,6%	78	27,1%
Mehr Veranstaltungen für Unternehmen	26	17,1%	10	12,0%	9	17,0%	21	14,1%	10	12,8%	14	23,0%	45	15,6%
Mehr Beratung im Bereich Personalmanagement bzw. Personalentwicklung	21	13,8%	15	18,1%	7	13,2%	26	17,4%	6	7,7%	11	18,0%	43	14,9%
Häufigerer/Engmaschigerer Kontakt durch AMS-Berater*innen	19	12,5%	14	16,9%	7	13,2%	20	13,4%	12	15,4%	8	13,1%	40	13,9%
Ausbau von Jobbörsen/Lehrlingscastings	8	5,3%	17	20,5%	14	26,4%	25	16,8%	8	10,3%	6	9,8%	39	13,5%
Mehr Unterstützung beim Employer Branding (positive Darstellung des Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber)	16	10,5%	10	12,0%	13	24,5%	25	16,8%	6	7,7%	8	13,1%	39	13,5%
Mehr Betriebsbesuche durch AMS-Berater*innen	7	4,6%	9	10,8%	8	15,1%	16	10,7%	3	3,8%	5	8,2%	24	8,3%
Verbesserung des eJob-Rooms	11	7,2%	9	10,8%	4	7,5%	18	12,1%	3	3,8%	3	4,9%	24	8,3%
Anderes	17	11,2%	3	3,6%	4	7,5%	9	6,0%	7	9,0%	8	13,1%	24	8,3%
Gesamt	**152**	**100,0%**	**83**	**100,0%**	**53**	**100,0%**	**149**	**100,0%**	**78**	**100,0%**	**61**	**100,0%**	**288**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

5.6 Kontaktwunsch

Am Ende der Online-Befragung konnten die Unternehmen angeben, ob sie Interesse an einer Kontaktaufnahme seitens des AMS haben und ihnen das AMS die Dienstleistungen für Unternehmen näher präsentieren soll.

63 Unternehmen machten davon Gebrauch und gaben ihre Kontaktdaten an. Von diesen 63 Unternehmen waren:

- ✓ 36 aktive Kund*innen
- ✓ 16 inaktive Kund*innen
- ✓ 11 potenzielle Kund*innen

Das zeigt, dass es durchaus Interesse bei den inaktiven und potenziellen Kund*innen gibt, wenn man aktiv auf sie zukommt.

6 Resümee und Handlungsempfehlungen

Das AMS ist laut der vorliegenden Studie neben den privaten Netzwerken der wichtigste Kanal zur Personalsuche von burgenländischen Unternehmen. Trotzdem, so zeigt die Datenanalyse, ist der Einschaltgrad im Burgenland gering, vor allem in manchen Branchen wie beispielsweise dem Gesundheits- und Sozialwesen oder dem Bau.

AMS wird bei höher qualifizierten Stellen in geringerem Ausmaß eingeschalten

Je höher qualifiziert das gesuchte Personal sein soll, umso mehr parallele Suchkanäle werden aktiviert bzw. wird das AMS hier teilweise gar nicht eingeschalten. Laut Statistik Austria verlangten österreichweit im Jahr 2019 22% der offenen Stellen mindestens Maturaniveau, bei den im AMS Burgenland in diesem Jahr gemeldeten offenen Stellen waren es nur 11%, die so ein Niveau erforderten.

Der Erfolg der Kanäle differiert bei unterschiedlichen Gruppen. Bei Hilfs- oder angelernten Arbeitskräften und Fachkräften sind beispielsweise die privaten Netzwerke am erfolgreichsten, bei höher qualifiziertem Personal und Führungskräften Personalberater*in/Headhunter*in.

Vor allem Mittel- bis Großbetriebe, die häufiger Personalbedarf haben, können in der Personalsuche auch auf Initiativbewerbungen zurückgreifen.

Personalrekrutierung aus den östlichen Nachbarländern läuft am AMS vorbei

Fast gar nicht eingeschalten wird das AMS bei der Aufnahme von Personal aus den östlichen Nachbarländern wie beispielsweise Ungarn: Hier dominieren private Kontakte und Netzwerke, gefolgt von Initiativbewerbungen und Social Media. Immerhin zwei Drittel der befragten Unternehmen, die dazu eine Angabe machten, haben in den letzten Jahren Personal aus diesen Ländern aufgenommen, was auch die Datenanalyse verdeutlicht. Im Jahr 2019 waren beinahe 17.500 Ungar*innen im Burgenland beschäftigt und rund 1.800 Personen aus der Slowakei. Der Anteil an ausländischen Beschäftigten im Burgenland ist beispielsweise weitaus höher als beispielsweise in Kärnten.

Personalsuche über AMS: unkompliziert und kostenlos

Rund 60% der befragten Unternehmen meldet dem AMS immer oder meistens seine offenen Stellen. Jene Stellen, die dem AMS gemeldet wurden, konnten nach Aussage der Betriebe zu 7% immer durch Bewerber*innen, die über das AMS gekommen sind, besetzt werden, zu 43% nur manche der gemeldeten offenen Stellen.

Die wichtigsten Gründe über das AMS zu suchen sind laut der befragten Unternehmen eine einfache und unkomplizierte Abwicklung, der kostenlose Service und die rasche Reaktion auf den Suchauftrag.

Kaum geeignete oder passende Bewerber*innen über AMS

Warum nicht über das AMS gesucht wird liegt am konstatierten mangelnden Arbeitswillen/Motivation der vermittelten Personen und daran, dass in den Augen der Betriebe viele Arbeitslose für die zu besetzenden Stellen nicht ausreichend qualifiziert sind.

Auch die negativen Erfahrungen, die mit dem AMS gemacht wurden, liegen vor allem an dem Umstand, dass laut den befragten Betrieben keine geeigneten bzw. passenden Personen vermittelt wurden oder diese wenig Engagement zeigten.

Dass dahinter ein struktureller Mismatch gegeben ist, kann anhand der analysierten Daten nicht untermauert werden. Das Ausbildungsniveau, das bei den gemeldeten offenen Stellen im Jahr 2019 im Burgenland gefordert wurde und jenes der arbeitslosen bzw. arbeitssuchenden Personen unterscheidet sich nicht gravierend und auch nicht die geforderte im Vergleich zur gewünschten Berufsgruppe. Allerdings lässt das wenig Schlüsse über die tatsächlichen Anforderungsprofile der offenen Stellen und die Kompetenzprofile der Vorgemerkten zu.

AMS-Berater*innen sind kompetent, freundlich, serviceorientiert

Trotzdem ist die Zufriedenheit mit den AMS-Mitarbeiter*innen sehr hoch, deren Freundlichkeit und Kompetenz wird geschätzt. Das Bemühen des AMS bei der Personalsuche wird von den befragten Unternehmen beispielsweise sehr hoch eingeschätzt und Aussagen, dass das AMS ein behäbiger Verwaltungsapparat ist bzw. die Arbeitslosen möglichst schnell vermitteln möchte, egal ob sie für die offenen Stellen geeignet sind oder nicht, von den Unternehmen größtenteils abgelehnt. Das bestätigt das Ergebnis zahlreicher anderer Studien, die dem SfU eine hohe Serviceorientierung bescheinigen.

Auch in den qualitativen Interviews wird der gute persönliche Kontakt zu den AMS-Berater*innen der RGSen besonders positiv hervorgehoben und der Schluss gezogen, dass es nicht am AMS, sondern an den Bewerber*innen liegt, dass der Einschaltgrad so gering ist. Die persönliche Betreuung wird als Erfolgsfaktor gesehen. Allerdings blieben vergangene falsche Vermittlungen durchaus im Gedächtnis der Unternehmen und hier sollte Imagearbeit betrieben werden.

AMS-Angebote für Unternehmen unterschiedlich bekannt

Das eAMS-Konto ist den Unternehmen größtenteils gut bekannt. Auch diverse Fördermöglichkeiten sowie der eJob-Room sind der Mehrheit der Unternehmen zumindest etwas bekannt. Bezüglich Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS ist der Informiertheitsgrad nicht besonders hoch. Am unbekanntesten sind die europaweite Personalsuche über EURES, die Impulsberatung sowie die Lehrstellenbörse von AMS und WKO, sowie der Betriebsbesuch durch das AMS.

Jene Unternehmen, die gewisse Serviceleistungen des AMS genutzt haben, wie beispielsweise die Vorauswahl von Bewerber*innen, sind häufig sehr zufrieden damit. Insbesondere auch die wenigen Unternehmen, die das AMS zur Personalsuche selten nutzen.

Kontakt aufgrund COVID-19 Kurzarbeitsbeihilfe hat Bild vom AMS verbessert

Viele der befragten Unternehmen hatten in der letzten Zeit abseits von Stellenbesetzungen Kontakt mit dem AMS Burgenland. Diese Kontakte betrafen vor allem die COVID-19 Kurzarbeitsbeihilfe. Drei Viertel der Mittel- und Großbetriebe und etwa die Hälfte der aktiven Kund*innen kontaktierte das AMS auch aufgrund von Förderungen wie Eingliederungsbeihilfe etc.

Mehrheitlich geben die Unternehmen an, dass sich durch diesen Kontakt ihr Bild vom AMS Burgenland gebessert hat, was insbesondere auf Kleinstbetriebe und inaktive Kund*innen zutrifft, oder den guten Eindruck bestätigt hat. Das ist vor allem bei Mittel- bis Großbetrieben und bei aktiven Kund*innen der Fall.

In der qualitativen Befragung wird der Vorschlag eingebracht die Unternehmenskontakte im Zuge der Kurzarbeitsbeihilfe nun für die Kund*innenakquisition zu nutzen.

Bessere Vorselektion der Bewerber*innen gewünscht

Entsprechend dem Hauptkritikpunkt, dass sich über das AMS kein passendes oder entsprechend qualifiziertes Personal meldetet, steht als Wunsch für die Zukunft an erster Stelle (außer bei den potenziellen Kund*innen) eine bessere Vorselektion der Bewerber*innen, es folgen mehr Informationen über die Angebote des AMS, bei den potenziellen Kund*innen steht dieses Anliegen sogar an erster Stelle.

Verstärkte Information über die Angebote des AMS für Unternehmen bzw. verstärkte Werbeaktivitäten werden auch von vielen Befragten in den qualitativen Interviews als wünschenswert angesehen.

Parallele Strategien zur Akquise offener Stellen sinnvoll

Obwohl das Burgenland aufgrund seiner geographischen Lage (Grenzpendler*innen vor allem aus Ungarn, viele Auspendler*innen vor allem nach Wien und Niederösterreich) sicher benachteiligt ist, was die Erreichung eines hohen Einschaltgrades betrifft, gibt es doch einige Handlungsoptionen.

Um mehr offene Stellen zu akquirieren, ein erster wichtiger Schritt, um den Einschaltgrad zu erhöhen sind parallele Strategien zu verfolgen:

- ✓ Kund*innenbindung, Ausbau bei aktiven Kund*innen
- ✓ Zurückholen ehemaliger KundInnen
- ✓ Akquise von potenziellen KundInnen

Einige der in Folge dargestellten Handlungsoptionen dienen allen drei Strategien.

Es zeigt sich in dieser, aber auch in zahlreichen anderen Studien, dass der Vermittlungsbereich derjenige ist, zu dem am meisten Kritikpunkte gegenüber dem AMS vorgebracht werden. Ins Treffen geführt wird von den Unternehmen neben der mangelnden Arbeitsmotivation oder der schlechten Qualifikation von Bewerber*innen vor allem die Passgenauigkeit. Das AMS hat der Passgenauigkeit in den letzten Jahren ein großes Augenmerk geschenkt. So etwa beschreibt das AMS Burgenland in seinen Geschäftsberichten, dass die Stelleninserate durch die erforderlichen Kompetenzen, basierend auf dem vom AMS entwickelten Berufsinformationssystem (BIS), ergänzt werden, um ein besseres Matching zu erzielen. Dasselbe Ziel verfolgt die Vorauswahl von Kandidat*innen, bei der nur mehr jene Bewerbungsunterlagen an die Unternehmen weitergeleitet werden, die für passend befunden wurden.

Weiteres Optimierungspotenzial bei Passgenauigkeit

Trotz dieser Bemühungen scheint es im Bereich der Passgenauigkeit noch Optimierungspotenzial zu geben. SfUseitig könnten eventuell in der Abklärung des Stellenprofils die „must-haves“ noch genauer ausgelotet und von den „nice to haves“ noch besser unterschieden werden. Eine gute Auslotung ist insbesondere dann wesentlich, wenn die von den Firmen genannten Anforderungen unrealistisch erscheinen. Die wichtigen Details sollte in Folge dann auch gut im Stelleninserat abgebildet werden. (z.B. genaue Arbeitszeiten).

Sinnvoll wäre, wenn Unsicherheit in Bezug auf die Passgenauigkeit besteht, ein Vorabkontakt der für die Vermittlung ins Auge gefassten arbeitslosen Kund*innen, beispielsweise telefonisch, um im Vorfeld eines Vorstellungsgesprächs noch wesentliche Dinge abzuklären, Informationen über die Firma und die Stelle weiterzugeben und in Folge eventuell von einer Vermittlung abzusehen. Auch ein Vorabkontakt mit den Unternehmen kann sinnvoll sein. Die Forcierung von Vorauswahlen ist eine weitere Möglichkeit. Allerdings sind alle diese Optionen zeitintensiv für das Service für Unternehmen. Hier wäre eventuell ein Erfahrungsaustausch über möglichst effiziente Formen der Vorselektion und neue Möglichkeiten, z.B. Online, hilfreich.

Im Zusammenhang mit der Passgenauigkeit geht es letztlich auch um die Frage der Zusammenarbeit zwischen SfU und SfA bzw. um die Frage, wer für das Matching verantwortlich ist. Im AMS Kärnten geht die Vermittlung (außer bei den Jugendlichen, Wiedereinsteiger*innen und Reha Kund*innen) mit Ausnahme von zwei regionalen Geschäftsstellen beispielsweise hauptsächlich vom SfU aus. Dementsprechend verfügen die RGSen dort über mehr SfU Mitarbeiter*innen.

Arbeitserprobung, Arbeitstraining und AQUA

Die Studie zeigt, dass sich Unternehmen mehr Vorselektion durch das AMS bei der Personalvermittlung wünschen, gleichzeitig, so eine Untersuchung für das AMS Oberösterreich, sind den Unternehmen bei der Einstellung von Personal die sogenannten Arbeitstugenden wie Zuverlässigkeit, Pünktlich oder Arbeitswille am wichtigsten. Dies sind lauter Aspekte, die auch bei einem Vorauswahlprozess eher schwer überprüfbar sind. Hier kann das Anbieten von Arbeitserprobung und Arbeitstraining das Mittel der Wahl sein. Gerade in Kleinst- und Kleinbetrieben gibt es wenige Ressourcen für professionelle Personalauswahlverfahren. Die Beobachtung im Tun kann Personalentscheidungen deshalb sehr erleichtern.[8]

Arbeitserprobung oder Arbeitstraining können aber auch gezielt eingesetzt werden, um ehemalige Unternehmenskund*innen zurückzuholen, weil sich dadurch für diese das Risiko minimiert „es wieder einmal mit dem AMS zu versuchen."

Qualifikatorischen Mismatch verringern

Wenn die Passgenauigkeit an der mangelnden Übereinstimmung der qualifikatorischen Anforderungen liegt, könnte das Angebot einer arbeitsplatznahen Qualifizierung Abhilfe schaffen. Gleichzeitig sollte den Unternehmen ins Bewusstsein gebracht werden, dass der beklagte Fachkräftemangel auch im Zusammenhang mit ihrer Ausbildungsintensität steht.

Zu wenig bewusst ist einigen Unternehmen, dass das AMS Burgenland viele Fachqualifizierungen fördert. AMS Schulungen scheinen vielfach gleichgesetzt zu werden mit Aktivierungskursen und ähnlichem.

Eine Option: Neben der Forcierung der Öffentlichkeitsarbeit zum Kursangebot des AMS, Unternehmen ganz gezielt über laufende Qualifizierungen zu informieren und diesen das Angebot zu unterbreiten, Teilnehmer*innen kennenzulernen. Hier bietet sich ein branchenspezifischer Zugang an, wie er aktuell vom AMS Burgenland beispielsweise im Gesundheits- und Sozialbereich forciert wird.

Vereinbarungen auf Branchenebene sind generell empfehlenswert, naheliegend vor allem mit jene Branchen, die wichtige potenzielle Arbeitsgeber*innen für Teilnehmer*innen von Fachausbildungen darstellen, aber beispielsweise auch mit dem öffentlichen Bereich, der, wie die Daten zeigen, einen geringen Einschaltgrad aufweist.

Im Sinne der Deckung des Fachkräftemangels könnte es aber auch sinnvoll sein, als AMS Burgenland gezielt qualifizierte Pendler*innen beispielsweise über lokale Medien anzusprechen, um den Arbeitskräftepool für die burgenländischen Unternehmen zu erweitern. Da vermutlich einige aus dieser Gruppe nicht aktiv nach Arbeit suchen, sind eventuell die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region zu wenig bekannt.

Firmenevents forcieren

Vor allem in den qualitativen Interviews wird eingebracht, dass das AMS Burgenland mehr für sich werben sollte. Veranstaltungen für Unternehmen sind hier ein Mittel der Wahl. Zu denken wäre an regelmäßige Events zu für Unternehmen aktuellen Themen. Das AMS Kärnten (Bundesland mit dem höchsten Einschaltgrad) veranstaltete beispielsweise im Jahr 2020 wöchentliche einstündige Digital Lounges. Dieses Format könnte ergänzt werden um Workshops (z.B. quartalsweise) etwa zum Thema Employer Branding. Für die Umsetzung genutzt werden kann vielleicht die Impulsberatung.

[8] Vgl. Weber Friederike/Krüse Tobias (2017): Einstellungen von Personalverantwortlichen zu AMS-Angeboten und deren TeilnehmerInnen; Endbericht an das AMS Oberösterreich, Seite 53

Erprobt werden könnten auch innovative Formate wie "Speed Recruiting" oder ähnliches. Häufig findet Speed Recruiting im Rahmen von virtuellen oder face-to-face-Jobmessen bzw. Jobbörsen statt und unterscheidet sich von solchen dadurch, dass der Zugang seltener öffentlich ist, sondern die Teilnehmenden stärker aufeinander abgestimmt und dass Zeitdauer und Struktur dieser Gespräche deutlicher abgesteckt sind.[9]

Kurzarbeitsbeihilfe als (Wieder)Eintrittstor

Die Kurzarbeitsbeihilfe ist die Chance einer neuen Imagebildung und kann dazu genutzt werden, ehemalige Kund*innen zurückzuholen, bietet sich aber auch als Eintrittstor für die Akquise von Neukund*innen an. Die Onlineerhebung im Rahmen dieser Studie, aber auch Ergebnisse einer speziellen CMS Befragung zeigen, dass dadurch ein positiveres Bild vom AMS aufgebaut werden konnte. Die KUA ist auch ein wesentlicher Ankerpunkt für die Kund*innenenbindung.

Die Handlungsempfehlung aus der CMS Befragung Corona Special SfU kann nur unterstrichen werden, nämlich „KUA NeukundInnen zu BestandskundInnen überzuführen und den gegebenen Goodwill auf eine beständige KundInnenbeziehung zu übersetzen“.[10]

Vor allem bei potenziellen Kund*innen ist, so zeigt diese Studie, aber auch CMS[11], das AMS Leistungsportfolio (noch) unvollständig bekannt. Über das Eintrittstor KUA kann mit neuen Unternehmen in Kontakt getreten und diesen gezielt ein Überblick über das AMS Angebot für Unternehmen geboten werden. Dieses gilt es auch bei ehemaligen Kund*innen zu kommunizieren und vor allem dazulegen, welche Veränderungen im Sinne von Verbesserungen bei der Stellenvermittlung es in den letzten Jahren gegeben hat.

Vertriebsplanungskonzept und Prioritätenlisten

Bei der Akquise von neuen Kund*innen empfiehlt sich ein hohes Augenmerk der Vertriebsplanung zu schenken. Dafür ist es in einem ersten Schritt notwendig ausgehend von den arbeitsmarktpolitischen Zielen für das Service für Unternehmen auf Bundeslandebene sinnvolle Schwerpunkte bzw. prioritäre Kund*innen zu definieren. In Folge sollten seitens der Landesgeschäftsstelle die von der Bundesgeschäftsstelle monatlich zur Verfügung gestellten Unternehmensdaten zumindest ein bis zweimal pro Jahr für die RGSen entsprechend übersichtlich aufbereitet werden, z.B. mit einem Farbleitsystem und auf die notwendigste Information reduziert. Ergebnis: Vertriebsplanungslisten geordnet nach Potential, eventuell auch als Basis für die jährlichen Planungsgespräche, die in der Landesrichtlinie Vertriebsplanung im Arbeitsmarktservice Burgenland (1.11.2017) verankert sind.

Bei den Neukund*innen wären sinnvollerweise jene Unternehmen prioritär zu kontaktieren, für die Neuanmeldungen beim Hauptverband ausgewiesen sind und diese Meldungen (teilweise) aus dem Arbeitslosenregister stammten. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass der Pool an vormerkten Personen durchaus für offene Stellen in diesem Betrieb interessant sein könnte.

Von Interesse sind vermutlich auch bestehende Kund*innen, die mehr Neuanmeldungen aus dem Arbeitslosenregister aufweisen als es beim AMS gemeldete offene Stellen gab.

Es lassen sich pro Betriebsebene sogar gewisse Merkmale zu den Neuanmeldungen analysieren wie Beruf, Alter, Geschlecht, Staatsbürgerschaft. Hier könnte noch einmal überprüft werden, ob eine gezielte Kontaktaufnahme sinnvoll ist.

Ein weiterer Bestandteil eines solchen Vertriebskonzeptes: Anschreibeaktionen zu strategischen Zeitpunkten, wie beispielsweise an Tourismusbetriebe rechtzeitig vor dem Saisonstart.

---

[9] Bock-Schappelwein Julia et al. (2020) SfU – Service für Unternehmen: Welche Ansätze werden in europäischen Arbeitsverwaltungen verfolgt? Seite 47

[10] Vgl. marketmind (2020): CMS Corona-Special SfU Wellen April bis Juni 2020

[11] Vgl, marketmind: Potenzial de SfU NeukundInnen 2020, Präsentation 15.10.2020, Filie 3

Die Daten zeigen, dass Kleinstunternehmen zwar die Hauptkund*innengruppe des AMS Burgenland darstellen, aber im Vergleich zur Wirtschaftsstruktur des Burgenlandes immer noch unterrepräsentiert sind. Diese Unternehmen verstärkt anzusprechen bedeutet einen hohen Aufwand mit vermutlich geringen unmittelbaren Effekten, (die Befragung zeigt: drei Viertel der Kleinstbetriebe suchen seltener als einmal pro Jahr Personal), scheint aber aus einer längerfristigen Perspektive und aus Marketing Gründen durchaus empfehlenswert.

Balance zwischen Selbstbedienungsangeboten und persönlicher Betreuung

Abschließend: Für die Kundenbindung wichtig ist sicher eine gute Balance zu finden zwischen der Unterbreitung von Selbstbedienungsangeboten für Unternehmen und einer persönlichen Betreuung durch möglichst eine Ansprechperson. Diese Empfehlung, die bereits in einer Studie aus dem Jahr 2009[12] ausgesprochen wurde, gilt trotz der zunehmenden Nutzung der Online-Tools nach wie vor, wenn man die gegenständlichen Befragungsergebnisse betrachtet.

Gerade in den persönlichen Gesprächen mit den Unternehmen können auch Vorbehalte gegenüber AMS Bewerber*innen aufgelöst werden, vor allem Generalisierungen sollte entsprechend begegnet werden. Dazu können unter anderem Forschungsergebnisse herangezogen werden. Laut einer große Unternehmensbefragung des deutschen IAB aus dem Jahr 2011 bewerten 50% der Betriebe, die Langzeitarbeitslose eingestellt haben, deren Arbeitsmotivation als sehr gut bis gut und weitere 35% als befriedigend bzw. ausreichend.[13] Geeignet sind auch persönliche Geschichten von Personen, die trotz intensiver Bemühungen und entsprechendem Willen erst nach längerer Zeit eine Arbeit gefunden haben bzw. solche von Unternehmen, die erfolgreich Chancen eröffnet haben.

[12] Vgl. Lechner Ferdinand et al. (2009): Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche, Seite 52

[13] Vgl. Moertel Julia / Rebien Martina: Wie Langzeitarbeitslose bei Betrieben ankommen. IAB-Kurzbericht 9/2013, Seite 4

7 Literatur

AMS Burgenland (Hrsg), Geschäftsbericht 2020; Eisenstadt 2020

Bock-Schappelwein Julia et al.: SfU – Service für Unternehmen: Welche Ansätze werden in europäischen Arbeitsverwaltungen verfolgt?; Wien 2020

Lechner Ferdinand et al.: Ausbau der Dienstleistungen für Unternehmen zur Erhöhung des Einschaltgrade des AMS Burgenland; Wien 2006

Lechner Ferdinand Lechner et al.: Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche; Wien 2009

marketmind: CMS Corona-Special SfU Wellen April bis Juni 2020; September 2020

marketmind: Potenzial de SfU NeukundInnen 2020; Präsentation 15.10.2020

Moertel Julia / Rebien Martina: Wie Langzeitarbeitslose bei Betrieben ankommen. IAB-Kurzbericht; 9/2013

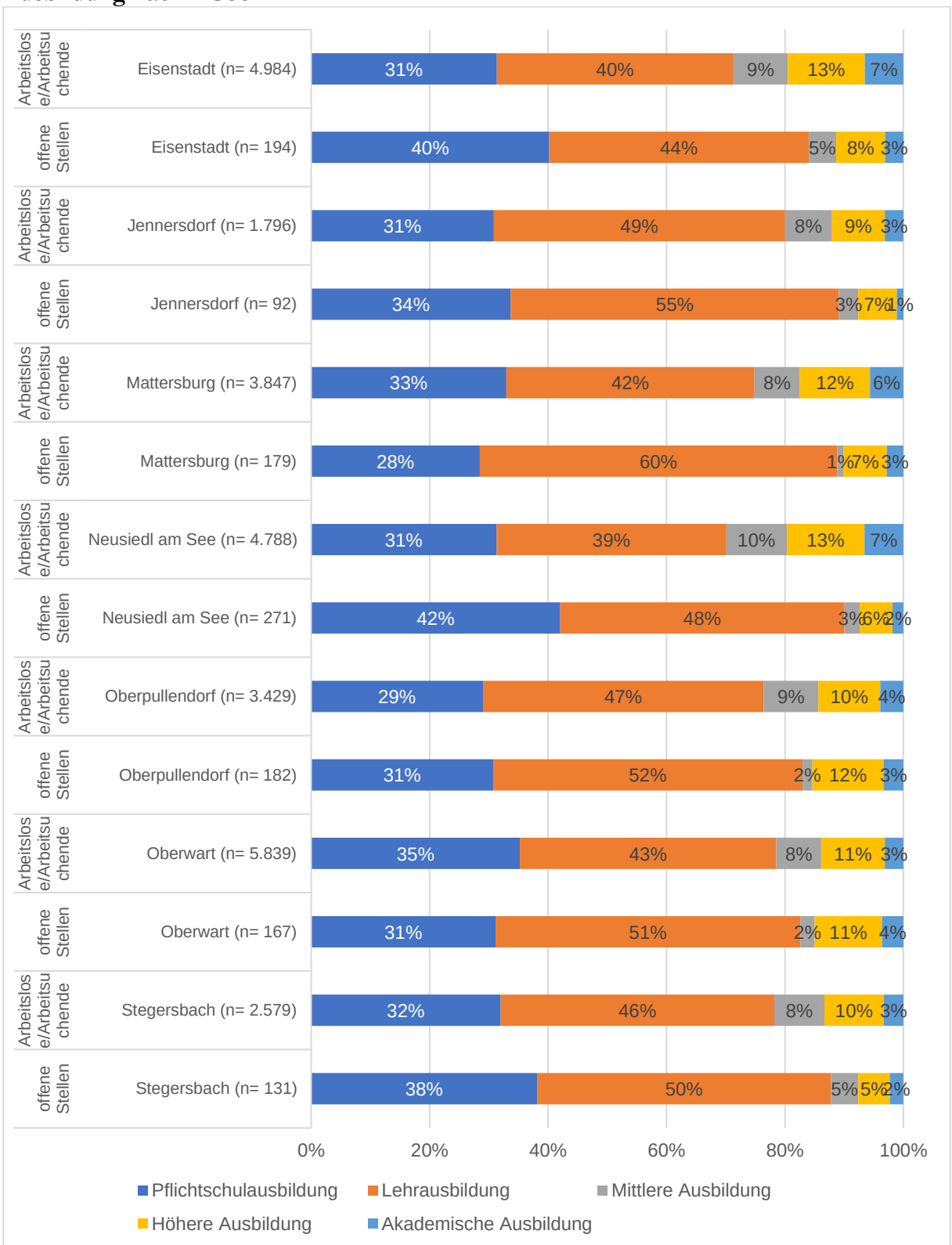
Stadler Erik et al.: Potenzielle Unternehmenskund*innen des AMS; Wien November 2019

Weber Friederike/Krüse Tobias: Einstellungen von Personalverantwortlichen zu AMS-Angeboten und deren TeilnehmerInnen; Endbericht an das AMS Oberösterreich; Wien 2017

1

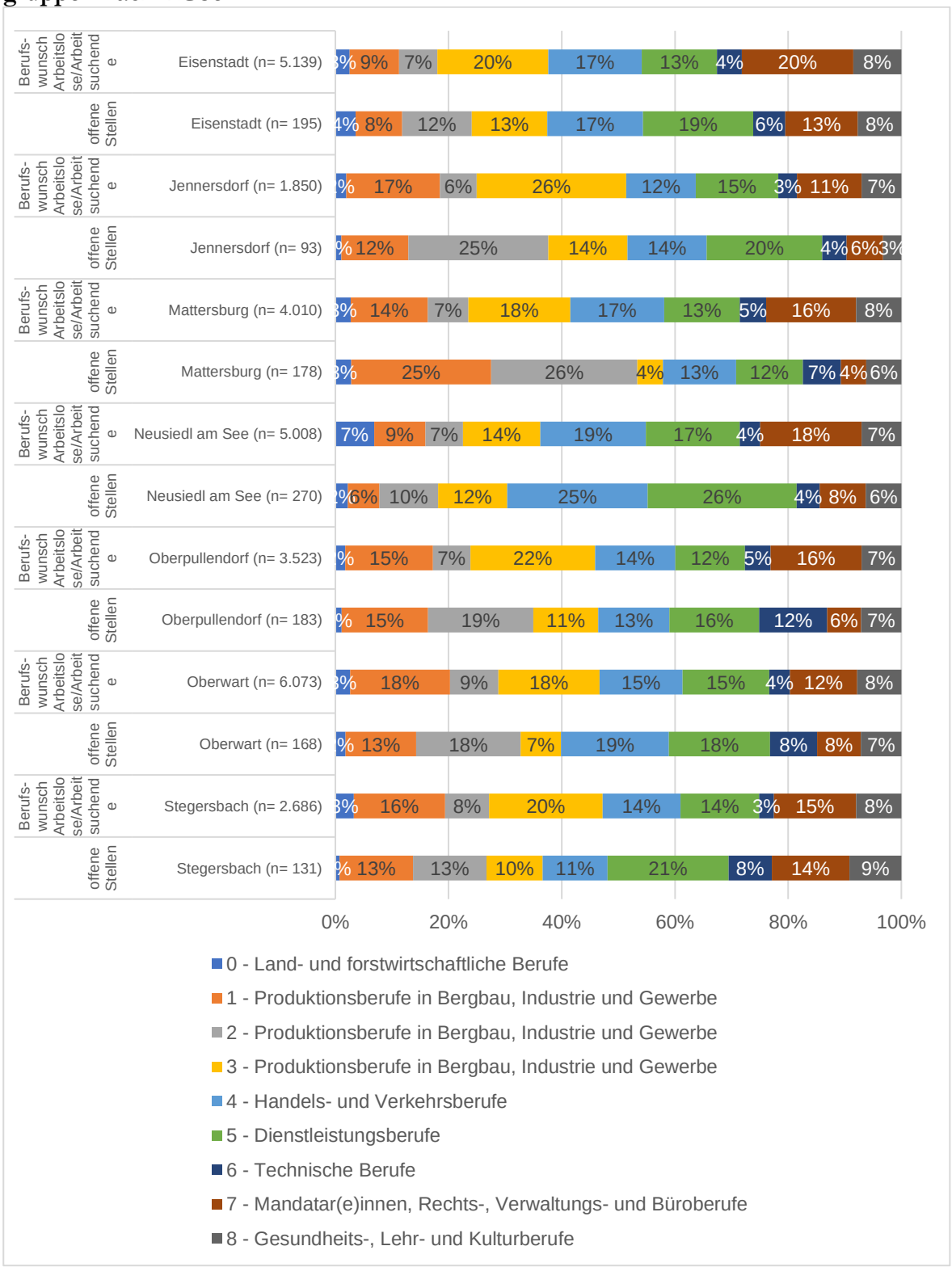
8 Anhang

Abbildung 23: Vergleich Aufteilung arbeitslos/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Ausbildung nach RGSen



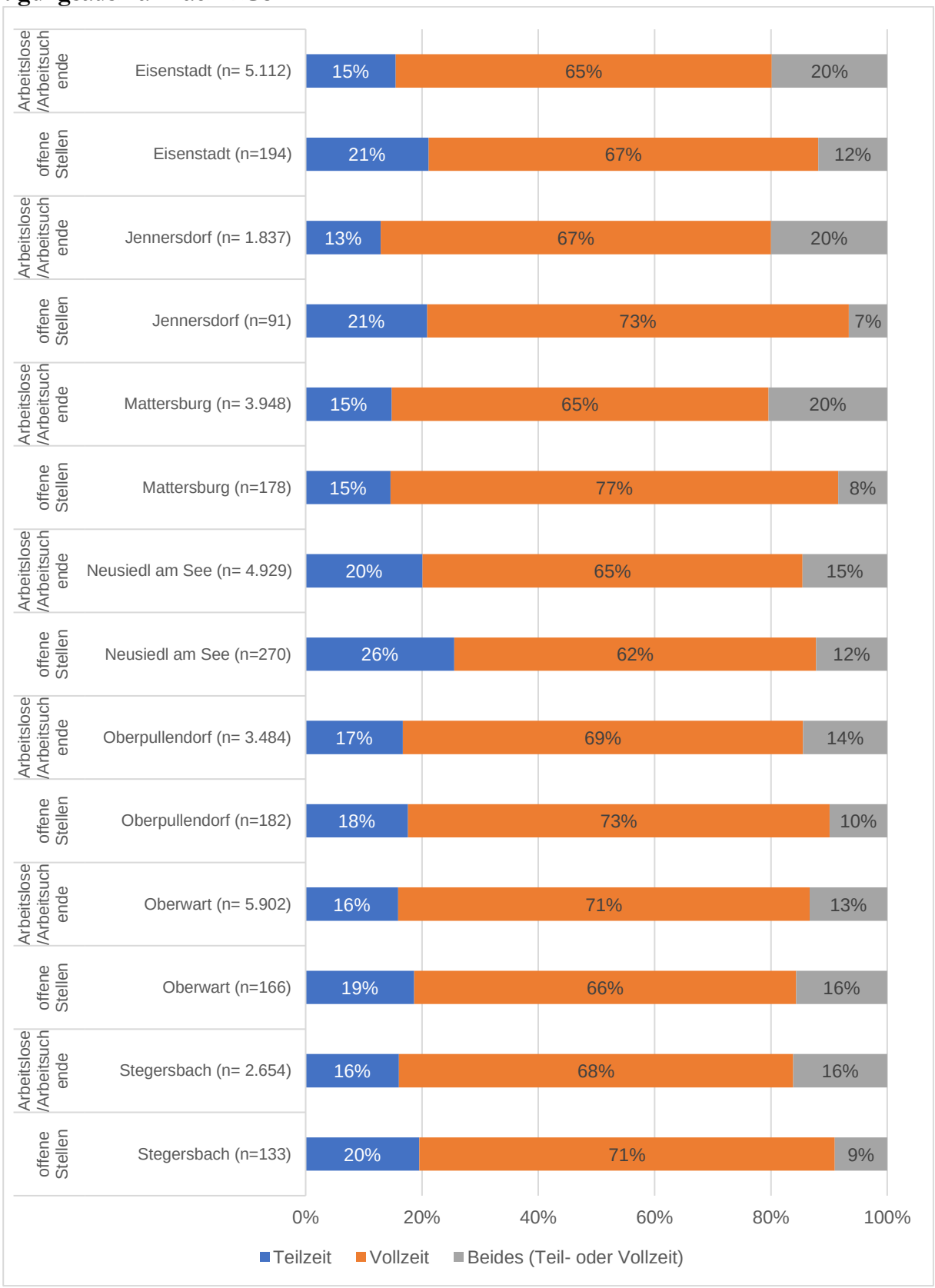
Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Abbildung 24: Vergleich arbeitslose/arbeitsuchende Personen und offene Stellen nach Berufsgruppen nach RGSen



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Abbildung 25: Vergleich arbeitslos/arbeitsuchenden Personen und offene Stellen nach Beschäftigungsausmaß nach RGS



Quelle: Daten des AMS Burgenland für das Jahr 2019, Abfrage Dezember 2020

Tabelle 18: Offene Stellen nach Berufsklassen nach RGS

	Burgenland	Eisenstadt	Matters-burg	Neusiedl am See	Oberpullen-dorf	Oberwart	Stegers-bach	Jennersdorf
0 - Land- und forstwirtschaftliche Berufe	26	7	5	6	2	3	1	1
1 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe	153	16	44	15	28	21	17	11
2 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe	201	24	46	28	34	31	17	23
3 - Produktionsberufe in Bergbau, Industrie und Gewerbe	125	26	8	33	21	12	13	13
4 - Handels- und Verkehrsberufe	205	33	23	67	23	32	15	13
5 - Dienstleistungsberufe	236	38	21	71	29	30	28	19
6 - Technische Berufe	84	11	12	11	22	14	10	4
7 - Mandatar(e)innen, Rechts-, Verwaltungs- und Büroberufe	103	25	8	22	11	13	18	6
8 - Gesundheits-, Lehr- und Kulturberufe	81	15	11	17	13	12	12	3

Tabelle 19: Offene Stellen nach Wirtschaftsklassen und Monaten

Burgenland gesamt	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
ÖNACE - Produktionssektor												
B Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	3	8	8	1	1	1	1	3	3	2	1	1
C Herstellung von Waren	131	157	130	150	171	156	131	147	177	141	140	103
E Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	1	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
F Bau	149	198	245	222	208	207	199	216	202	186	124	82
ÖNACE - Dienstleistungssektor												
G Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	166	166	180	241	263	299	307	282	277	205	203	185
H Verkehr und Lagerei	29	39	46	39	34	23	41	39	43	34	32	27
I Beherbergung und Gastronomie	94	135	188	251	288	280	204	206	181	137	112	105
J Information und Kommunikation	9	17	25	23	22	27	11	13	16	15	12	15
K Erbringung von Finanz- und Versicherungs-Dienstleistungen	34	40	29	30	29	31	29	28	25	22	26	26
L Grundstücks- und Wohnungswesen	8	9	7	3	4	3	4	5	4	2	1	1
M Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	45	48	43	44	47	46	41	58	41	45	23	26
N Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	101	150	172	226	186	242	275	271	271	173	145	96
O Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	30	45	47	39	20	17	17	17	15	15	16	2
P Erziehung und Unterricht	5	12	2	4	2	4	7	11	11	10	10	7
Q Gesundheits- und Sozialwesen	47	51	62	75	72	62	56	53	61	62	45	34
R Kunst, Unterhaltung und Erholung	6	6	7	10	14	12	4	5	4	2	2	4
S Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	17	29	27	28	25	32	32	27	29	24	30	31
T Private Haushalte mit Hauspersonal, Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt	1	1	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0

Tabelle 20: Suchkanäle für Hilfs- oder angelernte Arbeitskräfte und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolgreich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	7	13,2%	30	56,6%	16	30,2%	0	0,0%	53	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	6	15,0%	23	57,5%	6	15,0%	5	12,5%	40	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	12	17,6%	35	51,5%	16	23,5%	5	7,4%	68	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	1	10,0%	4	40,0%	3	30,0%	2	20,0%	10	100,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	4	14,8%	11	40,7%	10	37,0%	2	7,4%	27	100,0%
AMS	10	8,3%	57	47,1%	43	35,5%	11	9,1%	121	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	1	14,3%	5	71,4%	1	14,3%	0	0,0%	7	100,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	3	21,4%	9	64,3%	2	14,3%	0	0,0%	14	100,0%
Private Kontakte und Netzwerke	34	32,7%	63	60,6%	6	5,8%	1	1,0%	104	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	1	2,6%	24	61,5%	13	33,3%	1	2,6%	39	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	1	7,7%	5	38,5%	6	46,2%	1	7,7%	13	100,0%
Sonstiges	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%	3	100,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 21: Suchkanäle für Fachkräfte mit Lehrabschluss oder mittlerer Ausbildung und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolg-reich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	13	15,5%	44	52,4%	23	27,4%	4	4,8%	84	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	10	16,1%	39	62,9%	9	14,5%	4	6,5%	62	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	18	21,7%	43	51,8%	20	24,1%	2	2,4%	83	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	1	8,3%	4	33,3%	2	16,7%	5	41,7%	12	100,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	3	6,3%	25	52,1%	17	35,4%	3	6,3%	48	100,0%
AMS	14	8,7%	68	42,2%	54	33,5%	25	15,5%	161	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	7	63,6%	1	9,1%	2	18,2%	1	9,1%	11	100,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	1	6,7%	11	73,3%	3	20,0%	0	0,0%	15	100,0%
Private Kontakte und Netzwerke	38	29,9%	72	56,7%	16	12,6%	1	0,8%	127	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	4	8,9%	22	48,9%	15	33,3%	4	8,9%	45	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	0	0,0%	15	75,0%	4	20,0%	1	5,0%	20	100,0%
Sonstiges	1	50,0%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 22: Suchkanäle für höher qualifiziertes Personal und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolg-reich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	4	8,5%	30	63,8%	13	27,7%	0	0,0%	47	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	8	22,2%	21	58,3%	7	19,4%	0	0,0%	36	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	6	17,1%	17	48,6%	12	34,3%	0	0,0%	35	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	3	11,5%	12	46,2%	8	30,8%	3	11,5%	26	100,0%
AMS	5	8,9%	23	41,1%	18	32,1%	10	17,9%	56	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	7	43,8%	6	37,5%	1	6,3%	2	12,5%	16	100,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	0	0,0%	2	40,0%	3	60,0%	0	0,0%	5	100,0%
Private Kontakte und Netzwerke	9	17,3%	32	61,5%	10	19,2%	1	1,9%	52	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	4	14,3%	14	50,0%	9	32,1%	1	3,6%	28	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	1	7,7%	8	61,5%	2	15,4%	2	15,4%	13	100,0%
Sonstiges	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 23: Suchkanäle für Führungskräfte und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolg-reich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	1	7,1%	8	57,1%	4	28,6%	1	7,1%	14	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	2	18,2%	5	45,5%	4	36,4%	0	0,0%	11	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	2	18,2%	5	45,5%	4	36,4%	0	0,0%	11	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	0	0,0%	1	33,3%	2	66,7%	0	0,0%	3	100,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	0	0,0%	2	40,0%	2	40,0%	1	20,0%	5	100,0%
AMS	1	7,7%	3	23,1%	6	46,2%	3	23,1%	13	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	3	60,0%	2	40,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	100,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	0	0,0%	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%
Private Kontakte und Netzwerke	5	38,5%	5	38,5%	3	23,1%	0	0,0%	13	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	0	0,0%	3	60,0%	2	40,0%	0	0,0%	5	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	0	0,0%	2	66,7%	1	33,3%	0	0,0%	3	100,0%
Sonstiges	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	100,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 24: Suchkanäle für Praktikant*innen und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolg-reich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Eigene Unternehmens-Website	2	28,6%	4	57,1%	0	0,0%	1	14,3%	7	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	1	50,0%	2	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	3	37,5%	4	50,0%	1	12,5%	0	0,0%	8	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
AMS	0	0,0%	2	40,0%	2	40,0%	1	20,0%	5	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Private Kontakte und Netzwerke	3	23,1%	6	46,2%	3	23,1%	1	7,7%	13	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	2	28,6%	5	71,4%	0	0,0%	0	0,0%	7	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	3	37,5%	4	50,0%	1	12,5%	0	0,0%	8	100,0%
Sonstiges	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 25: Suchkanäle für Lehrlinge und deren Erfolg

	sehr erfolgreich		eher erfolgreich		eher nicht erfolg-reich		gar nicht erfolgreich		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Eigene Unternehmens-Website	5	14,3%	16	45,7%	12	34,3%	2	5,7%	35	100,0%
Online Jobbörse/Karriereportale	5	31,3%	4	25,0%	5	31,3%	2	12,5%	16	100,0%
Social Media (Facebook, XING, LinkedIn, etc.)	3	15,8%	7	36,8%	8	42,1%	1	5,3%	19	100,0%
Apps (Hokify, etc.)	0	0,0%	1	25,0%	1	25,0%	2	50,0%	4	0,0%
Stellenanzeigen in Printmedien	0	0,0%	9	60,0%	4	26,7%	2	13,3%	15	100,0%
AMS	3	6,8%	23	52,3%	8	18,2%	10	22,7%	44	100,0%
Personalberater*in/Headhunter*in	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Personalleasing/Leiharbeitsfirma	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Private Kontakte und Netzwerke	12	33,3%	17	47,2%	5	13,9%	2	5,6%	36	100,0%
Initiativbewerbung der Bewerber*innen (ohne explizite Stellenausschreibung)	2	14,3%	6	42,9%	6	42,9%	0	0,0%	14	100,0%
Kooperation mit Bildungseinrichtungen	4	25,0%	8	50,0%	4	25,0%	0	0,0%	16	100,0%
Sonstiges	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	1	50,0%	2	0,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 26: Melden offener Stellen an AMS nach Unternehmensgröße

	Kleinstbetrieb		Kleinbetrieb		Mittel- bis Großbetrieb		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl	%	%	Anzahl	%
Ja, immer	49	28,8%	30	33,0%	21	35,6%	100	31,3%
Ja, meistens	34	20,0%	36	39,6%	22	37,3%	92	28,7%
Eher selten	22	12,9%	13	14,3%	12	20,3%	47	14,7%
Früher schon, aber jetzt nicht mehr	28	16,5%	5	5,5%	2	3,4%	35	10,9%
Nein	37	21,8%	7	7,7%	2	3,4%	46	14,4%
Gesamt	**170**	**100,0%**	**91**	**100,0%**	**59**	**100,0%**	**320**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 27: Gründe für Nicht-Meldung offener Stellen nach Kund*innentyp

	aktiv		inaktiv		potenziell		Gesamt	
	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl	%	%	Anzahl	%
Die im AMS vorgemerkten Arbeitslosen/Arbeitsuchenden sind für viele Stellen, die ich zu besetzen habe, nicht ausreichend qualifiziert	8	50,0%	6	40,0%	1	7,1%	15	33,3%
Die Personen, die vom AMS vermittelt werden, sind nicht arbeitswillig/motiviert	11	68,8%	6	40,0%	5	35,7%	22	48,9%
Jugendliche, die gut geeignet und motiviert sind, suchen nicht über das AMS eine Lehrstelle	5	31,3%	2	13,3%	0	0,0%	7	15,6%
Eine Stellenausschreibung beim AMS verursacht zu viel administrativen Aufwand	0	0,0%	1	6,7%	4	28,6%	5	11,1%
Eine Vermittlung über das AMS braucht zu viel Zeit, wenn dann brauche ich rasch Personal	1	6,3%	4	26,7%	5	35,7%	10	22,2%
Für viele (Lehr-)Stellen habe ich so viele Initiativbewerbungen, dass es keinen Sinn macht, die Stellen dem AMS zu melden	0	0,0%	1	6,7%	4	28,6%	5	11,1%
Sonstiges	4	25,0%	2	13,3%	1	7,1%	7	15,6%
Gesamt	**16**	**100,0%**	**15**	**100,0%**	**14**	**100,0%**	**45**	**100,0%**

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 28: Zufriedenheit mit dem AMS bei der Personalsuche nach Häufigkeit der Stellenmeldung

	Melden Sie Ihre offenen Stellen dem AMS?			
	Ja, immer/meistens (n=188)		Eher selten (n=39)	
	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl
Mit der Freundlichkeit der AMS-Mitarbeiter*innen	138	73,4%	24	61,5%
Mit der Kompetenz der AMS-Mitarbeiter*innen	125	66,5%	25	64,1%
Mit der Formulierung der Stellenanzeige	98	52,1%	19	48,7%
Mit dem Vorschlag an Bewerber*innen	31	16,5%	7	17,9%
Mit der Schnelligkeit der Vermittlung von Bewerber*innen	77	41,0%	8	20,5%

Tabelle 29: Nicht angebotene Leistungen des AMS nach Häufigkeit der Stellenmeldung

	Melden Sie Ihre offenen Stellen dem AMS?			
	Ja, immer/meistens (n=182)		Eher selten (n=35)	
	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl
Unterstützung des AMS bei der Erarbeitung des Stellenprofils	13	7,1%	3	8,6%
Vorauswahl der Bewerber*innen	14	7,7%	3	8,6%
Abwicklung über das eAMS-Konto	10	5,5%	6	17,1%
Veröffentlichung im eJob-Room	8	4,4%	5	14,3%
Beratung zu Fördermöglichkeiten im Falle der Einstellung bestimmter Personen, wie bspw. solche, die bereits länger arbeitslos sind	18	9,9%	9	25,7%

Tabelle 30: Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungen des AMS nach Häufigkeit der Stellenmeldung

	Melden Sie Ihre offenen Stellen dem AMS?			
	Ja, immer/meistens (n=133-155)		Eher selten (n=20-28)	
	Anzahl	%	Anzahl	Anzahl
Unterstützung des AMS bei der Erarbeitung des Stellenprofils	66	49,6%	15	57,7%
Vorauswahl der Bewerber*innen	37	24,0%	8	28,6%
Abwicklung über das eAMS-Konto	85	58,2%	17	81,0%
Veröffentlichung im eJob-Room	87	56,1%	11	55,0%
Beratung zu Fördermöglichkeiten im Falle der Einstellung bestimmter Personen, wie bspw. solche, die bereits länger arbeitslos sind	67	45,0%	12	60,0%

Tabelle 31: Einstellungen zum AMS nach Betriebsgröße

		Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Großbetrieb (50+ MA)		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Das AMS ist bemüht, Unternehmen bei der Personalsuche bestmöglich zu unterstützen	Stimme völlig zu	72	52,2%	46	57,5%	32	65,3%	150	56,2%
	Stimme eher zu	54	39,1%	27	33,8%	15	30,6%	96	36,0%
	Stimme nicht zu	12	8,7%	7	8,8%	2	4,1%	21	7,9%
	Gesamt	138	100,0%	80	100,0%	49	100,0%	267	100,0%
Das AMS legt hohen Wert darauf, den Unternehmen gute Bewerber*innen zu vermitteln	Stimme völlig zu	47	37,0%	26	33,8%	13	26,0%	86	33,9%
	Stimme eher zu	40	31,5%	29	37,7%	24	48,0%	93	36,6%
	Stimme nicht zu	40	31,5%	22	28,6%	13	26,0%	75	29,5%
	Gesamt	127	100,0%	77	100,0%	50	100,0%	254	100,0%
Das AMS ist ein behäbiger Verwaltungsapparat	Stimme völlig zu	29	23,6%	17	24,3%	3	6,8%	49	20,7%
	Stimme eher zu	35	28,5%	14	20,0%	13	29,5%	62	26,2%
	Stimme nicht zu	59	48,0%	39	55,7%	28	63,6%	126	53,2%
	Gesamt	123	100,0%	70	100,0%	44	100,0%	237	100,0%
Das AMS ist sehr kompetent im Bereich der Personalvermittlung	Stimme völlig zu	38	30,2%	26	34,2%	13	26,5%	77	30,7%
	Stimme eher zu	60	47,6%	34	44,7%	26	53,1%	120	47,8%
	Stimme nicht zu	28	22,2%	16	21,1%	10	20,4%	54	21,5%
	Gesamt	126	100,0%	76	100,0%	49	100,0%	251	100,0%

		Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Großbetrieb (50+ MA)		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Das AMS möchte die Arbeitslosen möglichst schnell irgendwohin vermitteln, egal ob passend oder nicht	Stimme völlig zu	18	14,6%	13	17,6%	3	6,7%	34	14,0%
	Stimme eher zu	43	35,0%	25	33,8%	18	40,0%	86	35,5%
	Stimme nicht zu	62	50,4%	36	48,6%	24	53,3%	122	50,4%
	Gesamt	123	100,0%	74	100,0%	45	100,0%	242	100,0%
Das AMS hat sich in den letzten Jahren stark verbessert, was seine Dienstleistungen für Unternehmen betrifft	Stimme völlig zu	42	38,2%	25	37,9%	17	39,5%	84	38,4%
	Stimme eher zu	52	47,3%	32	48,5%	22	51,2%	106	48,4%
	Stimme nicht zu	16	14,5%	9	13,6%	4	9,3%	29	13,2%
	Gesamt	110	100,0%	66	100,0%	43	100,0%	219	100,0%
Das AMS setzt sinnvolle Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel	Stimme völlig zu	25	24,8%	14	21,9%	7	19,4%	46	22,9%
	Stimme eher zu	41	40,6%	26	40,6%	12	33,3%	79	39,3%
	Stimme nicht zu	35	34,7%	24	37,5%	17	47,2%	76	37,8%
	Gesamt	101	100,0%	64	100,0%	36	100,0%	201	100,0%
Das AMS macht ausreichend Werbung für seine Angebote für Unternehmen	Stimme völlig zu	23	20,4%	18	27,7%	5	11,9%	46	20,9%
	Stimme eher zu	57	50,4%	29	44,6%	21	50,0%	107	48,6%
	Stimme nicht zu	33	29,2%	18	27,7%	16	38,1%	67	30,5%
	Gesamt	113	100,0%	65	100,0%	42	100,0%	220	100,0%

Quelle: Online-Befragung von Unternehmen im Burgenland, März/April 2021

Tabelle 32: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Betriebsgröße

		Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Großbetrieb (50+ MA)		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
eAMS-Konto	Kenne ich gut	92	60,5%	54	64,3%	37	69,8%	183	63,3%
	Kenne ich etwas	43	28,3%	22	26,2%	14	26,4%	79	27,3%
	Kenne ich gar nicht	17	11,2%	8	9,5%	2	3,8%	27	9,3%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
eJob-Room	Kenne ich gut	38	25,0%	28	33,3%	19	35,8%	85	29,4%
	Kenne ich etwas	51	33,6%	32	38,1%	25	47,2%	108	37,4%
	Kenne ich gar nicht	63	41,4%	24	28,6%	9	17,0%	96	33,2%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
Europaweite Personalsuche über EURES	Kenne ich gut	2	1,3%	2	2,4%	2	3,8%	6	2,1%
	Kenne ich etwas	21	13,8%	17	20,2%	9	17,0%	47	16,3%
	Kenne ich gar nicht	129	84,9%	65	77,4%	42	79,2%	236	81,7%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
Lehrstellenbörse von AMS und WKO	Kenne ich gut	20	13,2%	11	13,1%	12	22,6%	43	14,9%
	Kenne ich etwas	50	32,9%	25	29,8%	24	45,3%	99	34,3%
	Kenne ich gar nicht	82	53,9%	48	57,1%	17	32,1%	147	50,9%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%

		Kleinstbetrieb (1-9 MA)		Kleinbetrieb (10-49 MA)		Mittel- bis Großbetrieb (50+ MA)		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Fördermöglichkeiten für bestimmte Arbeitslosengruppen, wie z.B. Ältere, Langzeitarbeitslose, Lehrlinge	Kenne ich gut	31	20,4%	29	34,5%	23	43,4%	83	28,7%
	Kenne ich etwas	75	49,3%	49	58,3%	28	52,8%	152	52,6%
	Kenne ich gar nicht	46	30,3%	6	7,1%	2	3,8%	54	18,7%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
Betriebsbesuch durch das Service für Unternehmen des AMS	Kenne ich gut	22	14,5%	17	20,2%	19	35,8%	58	20,1%
	Kenne ich etwas	48	31,6%	24	28,6%	19	35,8%	91	31,5%
	Kenne ich gar nicht	82	53,9%	43	51,2%	15	28,3%	140	48,4%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
Impulsberatung	Kenne ich gut	11	7,2%	10	11,9%	13	24,5%	34	11,8%
	Kenne ich etwas	31	20,4%	18	21,4%	16	30,2%	65	22,5%
	Kenne ich gar nicht	110	72,4%	56	66,7%	24	45,3%	190	65,7%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%
Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS	Kenne ich gut	21	13,8%	27	32,1%	23	43,4%	71	24,6%
	Kenne ich etwas	59	38,8%	31	36,9%	17	32,1%	107	37,0%
	Kenne ich gar nicht	72	47,4%	26	31,0%	13	24,5%	111	38,4%
	Gesamt	152	100,0%	84	100,0%	53	100,0%	289	100,0%

Tabelle 33: Bekanntheitsgrad der Angebote nach Kund*innentyp

		Aktiv		Inaktiv		potenziell		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
eAMS-Konto	Kenne ich gut	96	64,4%	44	56,4%	43	69,4%	183	63,3%
	Kenne ich etwas	40	26,8%	23	29,5%	16	25,8%	79	27,3%
	Kenne ich gar nicht	13	8,7%	11	14,1%	3	4,8%	27	9,3%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
eJob-Room	Kenne ich gut	54	36,2%	17	21,8%	14	22,6%	85	29,4%
	Kenne ich etwas	58	38,9%	27	34,6%	23	37,1%	108	37,4%
	Kenne ich gar nicht	37	24,8%	34	43,6%	25	40,3%	96	33,2%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
Europaweite Personalsuche über EURES	Kenne ich gut	3	2,0%	1	1,3%	2	3,2%	6	2,1%
	Kenne ich etwas	31	20,8%	8	10,3%	8	12,9%	47	16,3%
	Kenne ich gar nicht	115	77,2%	69	88,5%	52	83,9%	236	81,7%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
Lehrstellenbörse von AMS und WKO	Kenne ich gut	24	16,1%	9	11,5%	10	16,1%	43	14,9%
	Kenne ich etwas	61	40,9%	20	25,6%	18	29,0%	99	34,3%
	Kenne ich gar nicht	64	43,0%	49	62,8%	34	54,8%	147	50,9%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%

		Aktiv		Inaktiv		potenziell		Gesamt	
		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Fördermöglichkeiten für bestimmte Arbeitslosengruppen, wie z.B. Ältere, Langzeitarbeitslose, Lehrlinge	Kenne ich gut	52	34,9%	11	14,1%	20	32,3%	83	28,7%
	Kenne ich etwas	81	54,4%	44	56,4%	27	43,5%	152	52,6%
	Kenne ich gar nicht	16	10,7%	23	29,5%	15	24,2%	54	18,7%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
Betriebsbesuch durch das Service für Unternehmen des AMS	Kenne ich gut	43	28,9%	7	9,0%	8	12,9%	58	20,1%
	Kenne ich etwas	46	30,9%	30	38,5%	15	24,2%	91	31,5%
	Kenne ich gar nicht	60	40,3%	41	52,6%	39	62,9%	140	48,4%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
Impulsberatung	Kenne ich gut	26	17,4%	1	1,3%	7	11,3%	34	11,8%
	Kenne ich etwas	38	25,5%	16	20,5%	11	17,7%	65	22,5%
	Kenne ich gar nicht	85	57,0%	61	78,2%	44	71,0%	190	65,7%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%
Vorauswahl von geeigneten Bewerber*innen durch das AMS	Kenne ich gut	51	34,2%	10	12,8%	10	16,1%	71	24,6%
	Kenne ich etwas	58	38,9%	27	34,6%	22	35,5%	107	37,0%
	Kenne ich gar nicht	40	26,8%	41	52,6%	30	48,4%	111	38,4%
	Gesamt	149	100,0%	78	100,0%	62	100,0%	289	100,0%