

# BLICKPUNKT ARBEIT UND WIRTSCHAFT

## 4/2006

Februar 2006

### Agenturen für Arbeit: Systematisierung des Ressourceneinsatzes



Dr. Bruno Kaltenborn  
Kaltenborn@wipol.de  
Tel. 030/400 43 58-8



Petra Knerr  
Knerr@wipol.de  
Tel. 030/400 43 58-1

Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
im Team Dr. Kaltenborn



Juliana Schiwarov  
Schiwarov@wipol.de  
Tel. 030/400 43 58-2

Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
im Team Dr. Kaltenborn

Fotos: Silke Rudolph

#### Einleitung

Im Auftrag der Bundesregierung wird die Umsetzung des Ersten, Zweiten und Dritten Gesetzes für moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt (sog. Hartz-Gesetze) eingehend evaluiert. Acht Forschungskonsortien mit insgesamt etwa 20 namhaften Forschungseinrichtungen (vgl. Anhang) untersuchen die Wirkungen der arbeitsmarkt- und beschäftigungspolitischen Instrumente sowie den Umbau und die Akzeptanz der Bundesagentur für Arbeit. Die nun vorgelegten acht Zwischenberichte wurden vom Team Dr. Kaltenborn ausgewertet und aufbereitet. Auf dieser Grund-

*BLICKPUNKT ARBEIT UND WIRTSCHAFT* bietet Entscheidungsträger/innen kompakte und systematische Auswertungen von Ideen und Erkenntnissen aus Wissenschaft, Politik und Praxis. Dabei liegt der Fokus auf dem Themenfeld Arbeitsmarkt.

lage hat die Bundesregierung [2006] dem Deutschen Bundestag nun Bericht erstattet.

Im Zuge des Reformprozesses hat die Bundesagentur für Arbeit Anfang 2005 die Regeln für den Einsatz ihrer Ressourcen insbesondere für arbeitsmarktpolitische Dienstleistungen präzisiert. Damit im Zusammenhang stehen die neuen, sog. Handlungsprogramme, die den möglichen Mitteleinsatz für unterschiedliche Kundengruppen festlegen. Die Handlungsprogramme, die sich sowohl auf Arbeitnehmer/innen wie Arbeitgeber/innen beziehen, werden sukzessive in den einzelnen Agenturen für Arbeit eingeführt.

Im Folgenden werden die Leitlinien für den Ressourceneinsatz, die Kundendifferenzierung und die Handlungsprogramme auf Arbeitnehmerseite sowie die ersten Erfahrungen der Praxis mit dem Instrumentarium vorgestellt. Die Ausführungen fassen zentrale Ergebnisse aus dem Bericht der Bundesregierung [2006] zusammen, die auf vorwiegend qualitativen Analysen basieren. Darüber hinaus werden Ergebnisse von zwei Studien herangezogen, die im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung erstellt wurden (vgl. SCHÜTZ und OCHS [2005]). Abschließend wird ein kurzes Fazit gezogen.

#### Leitlinien für den Ressourceneinsatz

Mit Beschluss vom 3. Februar 2005 hat der Verwaltungsrat der Bundesagentur für Arbeit die Regeln für den Einsatz von Ressourcen im Versicherungsbereich (SGB III) präzisiert:

- Produkte werden so eingesetzt, dass die Gesamtdauer des Kundenkontaktes verkürzt wird.
- Die Wirkung des Produkteinsatzes muss grundsätzlich mit hoher Wahrscheinlichkeit vor Eintritt in die Grundsicherung für Arbeitsuchende (SGB II) nach Auslaufen des Arbeitslosengeldes erfolgen.

Mit der ersten Leitlinie wird die Unterstützung (durch Maßnahmen der aktiven Arbeitsförderung ebenso wie in Form von Beratungsleistungen) konzentriert auf schwere aber auch lösbare Fälle mit dem

Ziel, zu einer schnelleren Integration zu kommen. Maßnahmen sollen dabei grundsätzlich so vergeben werden, dass die langfristige Wirkung berücksichtigt wird, sofern eine verlässliche Prognose möglich ist.

Die zweite Leitlinie wird damit begründet, dass der Erfolg der Bundesagentur für Arbeit zurechenbar sein muss und eine transparente Leistungsabgrenzung zwischen SGB III und SGB II realisiert werden kann.

### Handlungsprogramme

Durch die Handlungsprogramme sollen die beiden vorgenannten Leitlinien künftig systematisch umgesetzt werden. Anhand verschiedener Kriterien werden die Kundinnen und Kunden auf Arbeitnehmerseite jeweils einer von vier Kundengruppen zugewiesen, mit denen insgesamt sechs Handlungsprogramme korrespondieren. Mit jedem Handlungsprogramm ist ein (Abgangs-) Ziel aus Arbeitslosigkeit verbunden. Die Handlungsprogramme regeln den Einsatz von arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen und die Betreuungsintensität, mit denen das jeweilige Ziel erreicht werden soll.

Die Einführung der Handlungsprogramme in den einzelnen Agenturen für Arbeit erfolgt sukzessive. Zunächst wurden bis zum Frühjahr 2005 in drei Agenturen erste Praxiserfahrungen gesammelt. Ende April 2005 hat der Verwaltungsrat seine Zustimmung für eine Erprobung in weiteren Agenturen gegeben und eine weitere Zwischenauswertung angefordert.

Als Grundprinzipien der arbeitnehmerorientierten Handlungsprogramme benennt die Bundesagentur für Arbeit:

- Fokussierung: Einsatz von Budget und Vermittlerzeit dort, wo die Integrationswahrscheinlichkeit deutlich erhöht werden kann.
- Transparenz: Schaffung der benötigten Transparenz und Erfolgsmeldung für die Vermittler/innen über Wirkung und Wirtschaftlichkeit ihrer Arbeit.
- Systematisierung: Unterstützung der Vermittler/innen durch klare Empfehlungen zur Systematik und Einsatzlogik der Dienstleistungen und Produkte der Bundesagentur für Arbeit.
- Passgenauigkeit: Unterstützung der Kundinnen und Kunden nach ihren spezifischen Bedarfen.
- Praxistauglichkeit: Bereitstellung flexibler Arbeitshilfen und Reaktionsempfehlungen gemäß lokaler Besonderheiten der Agenturen und Fähigkeitsprofil der Vermittler/innen.

Die Kundendifferenzierung erfolgt anhand von vier Dimensionen, nämlich Motivation, Qualifikation, spezifischen Arbeitsmarktbedingungen (lokale bis bundesweite Nachfrage nach Zielberuf oder Jobfamilie) und persönlichen Hemmnissen (Mobilität, gesundheitliche Einschränkungen, Alter, Schulden, Sucht u.a.). Zunächst erfolgt eine vorläufige Kundendifferenzierung anhand einer maschinellen Zuordnung. Grundsätzlich sind die Vermittler/innen verpflichtet, diesen Vorschlag im Erstgespräch kritisch zu prüfen und ggf. zu korrigieren. Dabei hat sich gezeigt, dass die schematische, auf formalisierter Datenbasis generierte Kundenzuordnung in vielen Fällen nicht der Einschätzung der Vermittler/innen im Beratungsgespräch entspricht.

Die Kundendifferenzierung ist darauf angelegt, Defizite zu erheben und im Hinblick auf die Arbeitsmarktchancen und den wirtschaftlich vertretbaren Einsatz von Fördermaßnahmen zu bewerten. Ausgehend von den Einschätzungen des Vermittlers / der Vermittlerin bezüglich Handlungsbedarf und Beschleunigungsmöglichkeit der Integration werden Kundinnen und Kunden jeweils einer Kundengruppe zugewiesen.

- Als „Marktkunden“ gelten Bewerber/innen, die sich grundsätzlich selbst vermitteln können und dabei keine kostenintensive Hilfestellung benötigen.
- Als „Beratungskunden Aktivieren“ werden Bewerber/innen mit Handlungsbedarf in „Engagement/Motivation“ und/oder „Spezifische Arbeitsmarktbedingungen“ (regionale und fachliche Mobilitätsanforderungen) eingruppiert, die durch eine Perspektivenänderung vermittelt werden können.
- Als „Beratungskunden Fördern“ werden diejenigen Kundinnen und Kunden betrachtet, die nur durch eine Qualifizierung und/oder Hemmnisbeseitigung vermittelbar sind.
- Bei „Betreuungskunden“ wird Handlungsbedarf in mehreren Dimensionen unterstellt (z.B. gesundheitliche Probleme, schlechter Arbeitsmarkt, kaum Berufserfahrung).

Bei der Kundendifferenzierung erfolgt beim Merkmal Alter eine schematisch negative Zuordnung. Ältere Arbeitslose werden tendenziell als Betreuungskundinnen und -kunden und gering Qualifizierte unter 25 Jahren werden ganz überwiegend als Marktkundinnen und -kunden klassifiziert.

**Tabelle 1: Segmentspezifische Zieloptionen und Handlungsprogramme**

Kunden- gruppe	Hand- lungs- programm	Ziele
Markt- kundinnen und -kunden	Vermitt- lung	schnellstmögliche und möglichst nachhaltige Vermittlung in den ers- ten Arbeitsmarkt
Beratungs- kundinnen und -kunden Aktivieren	Perspek- tiven- änderung	Entwicklung von Enga- gement, Motivation und Erwartungen, um eine schnellstmögliche und möglichst nachhaltige Vermittlung zu erreichen
Beratungs- kundinnen und -kunden Fördern	Abbau von Beschäf- tigungs- hürden	frühzeitige Ermittlung und Beseitigung objekti- ver Vermittlungshürden für eine erfolgreiche Vermittlung
	Qualifi- zierung	Anpassung von Fähig- keiten und Qualifikatio- nen an die Erfordernisse des Arbeitsmarkts und eine erfolgreiche Ver- mittlung
Betreu- ungs- kundinnen und -kunden	Erhalt Markt- fähigkeit	Vermeidung von Passi- vität und die Bereitstel- lung eines arbeitsplatz- ähnlichen Umfeldes, d.h. die Schaffung von Be- schäftigungsoptionen im zweiten Arbeitsmarkt o.ä.
	Aktivie- rende Betreuung	Bearbeitung schwerer persönlicher/sozialer Probleme, die einer Integration entgegenste- hen und Betreuung bei fehlenden Integrations- chancen

Quelle: Bundesagentur für Arbeit.

Bereits im Erstgespräch muss ein Erfolg versprechendes Abgangsziel gemeinsam mit den Kundinnen und Kunden festgelegt und kommuniziert werden. Dabei müssen sich die Vermittler/innen auf ein Ziel und ein damit korrespondierendes Handlungsprogramm beschränken (vgl. auch Tabelle 1). Festgehalten wird das Abgangsziel in einer sog. Zielvereinbarung. Erst nach sechs Monaten Arbeitslosigkeit wird die in § 35 SGB III definierte Eingliederungsvereinbarung geschlossen. Derzeit gibt es keine einheitliche

Definition für eine Ziel- oder Eingliederungsvereinbarung. Dementsprechend vielfältig ist die Praxis.

Aus der Kundendifferenzierung ergeben sich so die in Tabelle 1 dargestellten Handlungsprogramme.

Für Markt- und Beratungskundinnen und -kunden sind grundsätzlich als primäre Ziele die Vermittlung in gleiche oder andere Tätigkeiten mit lokaler bis internationaler Suchperspektive je nach speziellen Arbeitsmarktbedingungen, Übergang in Selbstständigkeit, Midi-Jobs oder Abgang in Ausbildung oder Studium (überwiegend für junge Bewerber/innen unter 25 Jahren) vorgesehen. Betreuungskundinnen und -kunden, sofern nicht aufgrund besonderer Stärken der Übergang in Selbstständigkeit Erfolg versprechend erscheint, werden neben kurzfristiger Beschäftigung und Mini-Jobs auf Ziele jenseits der ungeforderten Beschäftigung orientiert wie ehrenamtliche Tätigkeiten und Beschäftigungen im zweiten Arbeitsmarkt.

Für alle Kundengruppen gelten beim Erreichen von Altersgrenzen bzw. bei Vorliegen entsprechender Hemmnisse die Zieloptionen Übergang in Rente, Abgang in Erwerbsunfähigkeit oder Abgang in die stille Reserve (wenn sie dem Arbeitsmarkt z.B. wegen Kinderbetreuung nicht zur Verfügung stehen). Ergänzend kommt das Programm „Überprüfung Verfügbarkeit“ zur Anwendung, z.B. nach Abbruch eines Handlungsprogramms wegen mangelnder Eigenbemühungen. In diesem Fall erfolgt eine Erhöhung der Kontaktdichte durch Vermittler/innen und Eingangszone.

Der Ressourceneinsatz wird durch das Handlungsprogramm vorgegeben. Dabei sind die Vermittler/innen gehalten, kostenintensive Maßnahmen nur dann anzubieten, wenn die jeweilige Kundin bzw. der jeweilige Kunde ausreichend engagiert und motiviert ist. Ein Produkteinsatz soll stets nur erfolgen, wenn dadurch die Arbeitssuche nicht reduziert wird. Zu jedem Produkt werden u.a. der Zeitaufwand und die Produktkosten sowie Reaktionsempfehlungen ausgewiesen. Im Einzelnen wird festgelegt, welche Produkteinsätze bei gegebener Kundengruppe nicht vertretbar sind. Sie werden im Rahmen der operativen Steuerung als Inkonsistenzen ausgewiesen.

Die Anstrengungen der Bundesagentur für Arbeit konzentrieren sich auf Beratungskundinnen und -kunden, die einen gewissen Unterstützungsbedarf haben, bei denen jedoch aufgrund der Unterstützung ein Erfolg vor dem Übertritt in die Grundsicherung

für Arbeitsuchende (SGB II) erwartet werden kann. Bei den Marktkundinnen und -kunden wird unterstellt, dass eine Arbeitsmarktintegration auch ohne intensivere Unterstützung der Bundesagentur für Arbeit erfolgt; entsprechend setzt die Bundesagentur für Arbeit hier nur geringe Ressourcen ein. Die Kundinnen und Kunden mit den schlechtesten Integrationschancen und damit dem höchsten Betreuungsbedarf, die Betreuungskundinnen und -kunden, werden von der Bundesagentur für Arbeit ähnlich wie die Marktkundinnen und -kunden nur wenig unterstützt. Bei ihnen erwartet die Bundesagentur für Arbeit keinen Erfolg ihrer Bemühungen vor dem Übertritt in die Grundsicherung für Arbeitsuchende (SGB II).

### Erste Bewertungen aus der Praxis

Nach den ersten Erfahrungen der Praxis werden sowohl die Kundendifferenzierung als auch die Handlungsprogramme selbst kritisiert. Die neu eingeführte Kundendifferenzierung in vier Gruppen erweist sich ebenso wie die sechs Handlungsprogramme und die zugeordneten Produkteinsatzregeln in der Praxis vielfach als zu grob. Etwa ein Viertel der Kundinnen und Kunden ist nur mit Schwierigkeiten in eine der vier grob geschnittenen Kundengruppen einzuordnen. Dies wurde auch von der Bundesagentur für Arbeit erkannt, die an einer feineren Segmentierung arbeitet. Dabei sollen kontinuierliche Evaluationsergebnisse zur Wirkung der Instrumente bei unterschiedlichen Personengruppen einbezogen werden. Daraus sollen individuelle Prognosen über die Integrationswahrscheinlichkeit ohne und bei alternativem Instrumenteneinsatz erstellt werden. Diese Prognosen sollen bei den Entscheidungen über den Ressourceneinsatz berücksichtigt werden.

Der Charakter der Handlungsprogramme wird in der Bundesagentur für Arbeit unterschiedlich interpretiert. Während von manchen Führungskräften in der Zentrale der eher beratende, werkzeughafte Charakter der Handlungsprogramme hervorgehoben wird, sehen die Führungskräfte in den Agenturen sich unter einem Zwang zur Umsetzung. Die hohe Verbindlichkeit der Vorgaben und der entsprechenden Anwendung der Handlungsprogramme ist nach Darstellung der Akteurinnen und Akteure in den Agenturen auch von der zuständigen Projektgruppe der Zentrale in den Vordergrund gestellt worden.

Die ersten Erfahrungen mit den Handlungsprogrammen deuten darauf hin, dass für unerfahrene sowie leistungsschwache Vermittler/innen die systematisierte Handlungsvorgabe eine willkommene Unterstützung ihrer Arbeit ist. Für einige, auch der bereits

langjährig tätigen Fachkräfte, sind die Handlungsprogramme zudem eine legitimatorische Entlastung in der Problematik, für bestimmte Kundengruppen keine oder nur marginale Angebote machen zu können. Andere Vermittlungsfachkräfte stellen die Handlungsprogramme dagegen als eine überflüssige, einengende und ihre Berufserfahrungen beschneidende Intervention dar. So wurde es als Angriff auf das berufliche Selbstverständnis der Vermittler/in wie auch auf eine Grundfunktion der Bundesagentur für Arbeit aufgefasst, dass bestimmte Kundengruppen weitgehend von vielen Maßnahmen ausgeschlossen werden. Zugleich wird hierin eine Einschränkung der Arbeitsautonomie mit negativen Folgen für die Motivation der Vermittler/innen gesehen. Viele der engagierten Vermittlungsfachkräfte scheinen die standardisierten Handlungsvorgaben als eine Entwertung, bzw. als eine Dequalifizierung ihrer Arbeit zu begreifen.

### Konzeptionelle Kritik

In der grundsätzlichen Differenzierungslogik der Bundesagentur zeigt sich ein Bruch. Während mit der Kundendifferenzierung auf Arbeitnehmerseite die „besseren Kunden“ (Marktkundinnen und -kunden) dem Handlungstypus „Selbsthilfe und Selbstbedienung“ zugerechnet werden, stellen sie in der Systematik der arbeitgeberorientierten Vermittlung die bevorzugte Kundengruppe („Top-Arbeitnehmer-Kundinnen und -Kunden“) sowohl bei der Bewerberauswahl für Stellenangebote als auch bei Initiativvorschlägen dar.

SCHÜTZ und OCHS [2005] verweisen zudem darauf, dass sowohl Konzeption als auch Praxis der Handlungsprogramme zu anderen relevanten Arbeitspraktiken der Bundesagentur für Arbeit tendenziell im Widerspruch steht. Die Einführung der Handlungsprogramme zielt auf einen individuell bedarfsgerechten Ressourceneinsatz. Dieses Prinzip werde dadurch gebrochen, dass Vermittler/innen aufgrund der überwiegend zentral eingekauften Maßnahmen und Produkte wiederum dazu angehalten seien, diese auch zu nutzen (vgl. *BLICKPUNKT ARBEIT UND WIRTSCHAFT 1/2006*). Auch in Zeiten besserer Effizienzorientierung würden „Maßnahmen um der Maßnahme“ willen vergeben, wenn laut Controlling die Kosten (beispielsweise der Förderung beruflicher Weiterbildung oder einer Trainingsmaßnahme) zu hoch seien und mehr Teilnehmer/innen eine Kostensenkung bewirkten.

### Fazit

Zwei Kritikpunkte an den Handlungsprogrammen erscheinen zentral:

- Die betriebswirtschaftliche Versicherungslogik kann dazu führen, dass für Betreuungskundinnen und -kunden mit geringen Arbeitsmarktchancen nur noch wenig Ressourcen eingesetzt werden.
- Die Kundendifferenzierung und die Produkteinsatzregeln durch die Handlungsprogramme erweisen sich in der Praxis als zu grob.

Eine einseitige Orientierung an einer betriebswirtschaftlichen Versicherungslogik verdrängt andere Ziele, vor allem sozialpolitische. Beispielsweise wäre eine frühzeitige Intervention zur Vermeidung von Langzeitarbeitslosigkeit damit nicht mehr handlungsleitend für die Tätigkeit der Bundesagentur für Arbeit im Versicherungsbereich (SGB III). Dies hat gesamtgesellschaftliche und volkswirtschaftliche Konsequenzen. Hier ist zunächst jedoch weniger die Bundesagentur für Arbeit als vielmehr die Politik gefordert, sich auf einen klaren Zielkanon zu verständigen. Anschließend müssen diese Ziele durch die Bundesagentur für Arbeit umgesetzt werden. Dazu kann eine Zielvereinbarung zwischen Exekutive und Bundesagentur für Arbeit abgeschlossen werden. Diese - bereits seit 2004 bestehende Möglichkeit - wurde bislang nicht genutzt. Bei einer stärkeren Steuerung der Bundesagentur für Arbeit durch rechtliche Vorschriften zum Produkteinsatz hingegen droht die Gefahr, dass in den Agenturen verstärkt formal und weniger inhaltlich entschieden wird. Dies kann letztlich nicht im Interesse der Politik sein.

Die Kundendifferenzierung mit vier Kundengruppen und die lediglich sechs Handlungsprogramme können vielen Einzelfällen nicht gerecht werden. Eine weitere Ausdifferenzierung wäre zwar sicherlich hilfreich, wird jedoch immer wieder an Grenzen stoßen. Daher ist es konsequent, dass die Bundesagentur für Arbeit versucht, diesem Dilemma durch individuelle Integrationsprognosen gerecht zu werden. Hier bleibt allerdings der Erfolg noch abzuwarten.

### Literatur

Bundesregierung [2006]: *Die Wirksamkeit moderner Dienstleistungen am Arbeitsmarkt*, Bericht 2005 der Bundesregierung zur Umsetzung der Vorschläge der Kommission „Moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt“, erscheint als Bundestagsdrucksache, Februar 2006, Berlin.

SCHÜTZ, HOLGER, und PETER OCHS [2005]: *Das Neue im Alten und das Alte im Neuen - Das Kundenzentrum der Bundesagentur für Arbeit*, Die öffentliche Arbeitsvermittlung zwischen inkrementellen und strukturellen Reformen, WZB discussion papers SP I 2005-106, Juni 2005, Berlin.

### Anhang: Aufträge im Rahmen der Hartz-Evaluierung

**Tabelle 2: Aufträge im Rahmen der Hartz-Evaluierung**

Arbeitspaket / Modul	Projekt	Auftragnehmer
<b>Evaluatoren</b>		
1	Wirksamkeit der Instrumente	
1a	Neuausrichtung der Arbeitsvermittlung	WZB, infas
1b	Förderung beruflicher Weiterbildung und Transferleistungen	IZA, DIW, infas
1c	Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen	SÖSTRA, IMU-Institut, PIW, COMPASS
1d	Eingliederungszuschüsse und Entgeltsicherung	ZEW, IAB, IAT
1e	Existenzgründungen	IAB, DIW, sinus, GfA, infas
1f	Verbesserung der beschäftigungspolitischen Rahmenbedingungen und Makrowirkungen der aktiven Arbeitsmarktpolitik	RWI, ISG, IWH, GISA, Prof. Burda
2	Organisatorischer Umbau der Bundesagentur für Arbeit	iso-Institut, Peter Ochs
3	Akzeptanz der Bundesagentur für Arbeit	infas
<b>Übergreifende Projekte</b>		
4	Koordination der Hartz-Evaluierung (Vorbereitung, Steuerung, Gesamtberichtslegung)	Team Dr. Kaltenborn
5	Datenbereitstellung, -verarbeitung und -archivierung	IAB

Quelle: Bundesregierung [2006].

### *BLICKPUNKT ARBEIT UND WIRTSCHAFT*

Nr. 4/2006, Februar 2006:

Kaltenborn, Bruno, Petra Knerr und Juliana Schiwarov

#### **Agenturen für Arbeit: Systematisierung des Ressourceneinsatzes**

Nr. 3/2006, Februar 2006:

Kaltenborn, Bruno, Petra Knerr und Juliana Schiwarov

#### **Hartz: Bilanz der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik**

Nr. 2/2006, Februar 2006:

Kaltenborn, Bruno, Petra Knerr und Juliana Schiwarov

#### **Hartz: Förderstrukturen**

Nr. 1/2006, Februar 2006:

Kaltenborn, Bruno, Petra Knerr und Juliana Schiwarov

#### **Hartz: Neuausrichtung der Arbeitsmarktpolitik**

Nr. 5/2005, 22. November 2005:

Kaltenborn, Bruno, und Juliana Schiwarov

#### **Elterngeld: Berufstätige Eltern profitieren meist**

Nr. 4/2005, 22. November 2005:

Kaltenborn, Bruno, und Nina Wielage

#### **Kombilöhne: Erfahrungen und Ausblick**

Nr. 3/2005, 22. November 2005:

Kaltenborn, Bruno, und Juliana Schiwarov

#### **Hartz IV: Föderale Lastenverteilung umstritten**

Nr. 2/2005, 22. November 2005:

Kaltenborn, Bruno, und Juliana Schiwarov

#### **Hartz IV: Ausgaben deutlich unterschätzt**

Nr. 1/2005, 22. November 2005:

Kaltenborn, Bruno, und Juliana Schiwarov

#### **Hartz IV: Deutlich mehr Fürsorgeempfänger/innen**

### **Impressum**

*BLICKPUNKT ARBEIT UND WIRTSCHAFT*, Jg. 2, Nr. 4/2006

Internet: <http://www.wipol.de>

Herausgeber: Dr. Bruno Kaltenborn

Erscheinungsweise: unregelmäßig

Erscheinungsort: Berlin

ISSN 1861-9436

Alle Rechte vorbehalten.