

IAB-KURZBERICHT

Aktuelle Analysen aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

9|2022

In aller Kürze

- In der Arbeitsverwaltung gewinnen digitale Formen der Kommunikation an Bedeutung. Bei dem Modellprojekt Digitale Peer-Gruppen-Beratung (DIGIPEG) unterstützen sich Arbeitsuchende gegenseitig in einem Online-Chat, der von der Arbeitsagentur angeboten und von zwei Vermittlungsfachkräften moderiert wird.
- Neben einigen aktiven Teilnehmenden, die relativ viele Nachrichten schreiben, finden sich viele stille Teilnehmende, die wenige Nachrichten verfassen. Während einige Teilnehmende den Austausch als rege Chat-Aktivität wahrnehmen, empfinden andere denselben Chat als schleppend.
- Aktivität und Austausch innerhalb eines Chats werden davon beeinflusst, ob sich die Teilnehmenden ein Bild voneinander machen und ob sie Gemeinsamkeiten untereinander sehen können. Die Zusammensetzung der Chat-Gruppe und die (gelockerte) Anonymität der Chat-Teilnahme sind dafür jeweils wesentlich.
- Der Chat fördert vor allem die Weitergabe von Informationen und bietet Raum für wertschätzende Unterstützung.
- DIGIPEG trägt dazu bei, die Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten der Teilnehmenden zu erhöhen. Für die Arbeitsagenturen können digitale Kommunikationskanäle die individuelle Beratung und Vermittlung ergänzen.

Neue Wege bei Beratung und Arbeitsvermittlung durch Digitalisierung

Online-Chat ermöglicht Informationsaustausch und gegenseitige Unterstützung

von Holger Bähr, Hanna Broder, Martin Dietz, Maximilian Förster und Mathias Klier

Die Digitalisierung bietet der Arbeitsverwaltung neue Möglichkeiten, Arbeitssuchende zu beraten und in Arbeit zu vermitteln. Eine dieser Möglichkeiten ist die sogenannte Digitale Peer-Gruppen-Beratung (DIGIPEG): Arbeitssuchende können sich in einem Online-Chat austauschen; Vermittlungsfachkräfte der Arbeitsagentur moderieren den Chat und stehen für Fragen zur Verfügung. Der Kurzbericht präsentiert ausgewählte Ergebnisse der Begleitforschung zu Effektivität und Wirkungsmechanismen von DIGIPEG.

Die Digitalisierung verändert den Alltag vieler Menschen sowie die Abläufe und Angebote vieler Unternehmen. Auch die öffentliche Verwaltung gestaltet ihren Umgang mit Bürgerinnen und Bürgern teilweise neu. So sieht beispielsweise das Onlinezugangsgesetz (OZG) vor, Verwaltungsleistungen online anzubieten und umzusetzen. Über Verwaltungsportale

sollen Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen Formulare erhalten und Anträge einreichen können.

In der Arbeitsverwaltung geht es nicht nur um die Bearbeitung von Anträgen auf Sozialleistungen, sondern auch um den direkten persönlichen Kontakt zu den Bürgerinnen und Bürgern. Vermittlungsfachkräfte beraten Arbeitssuchende zu verschiedenen Fragen des Arbeitsmarkts und geben gemeldete offene Stellen weiter mit dem Ziel, Arbeitssuchende in eine Erwerbsarbeit zu vermitteln. Die Kontakte zwischen Arbeitsverwaltung und Arbeitssuchenden erfolgen über unterschiedliche Kanäle. Neben dem persönlichen Austausch in den Arbeitsagenturen spielen digitale Formate vermehrt eine wichtige Rolle. Hierzu zählen verschiedene elektronische Dienstleistungen (z. B. Arbeitssuchendmeldung, Antrag auf Arbeitslosengeld), die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit oder die Beratung zu Arbeitssuche, Leistungsbe-

zug oder Studium und Beruf per Videotelefonie. Als Modellprojekt mit einem weiteren digitalen Instrument wurde die sogenannte Digitale Peer-Gruppen-Beratung (DIGIPEG) von März 2019 bis Dezember 2020 in Baden-Württemberg in 15 Arbeitsagenturen durchgeführt und zeitgleich durch Begleitforschung flankiert.

Bei DIGIPEG erhielten Arbeitsuchende von der Arbeitsagentur eine App für ihr Smartphone, mit der sie an einem Chat mit anderen Arbeitsuchenden teilnehmen konnten. Die Chat-Teilnehmenden bildeten eine sogenannte Peer-Gruppe, in der Personen in einer ähnlichen Lebenssituation miteinander in Verbindung treten. Der Chat wurde von Vermittlungsfachkräften der jeweiligen Arbeitsagentur moderiert und sollte einen Austausch ermöglichen, der die teilnehmenden Arbeitsuchenden in ihrer schwierigen Lebenssituation unterstützt und sie auf dem Weg zu einer Erwerbsarbeit motiviert.

Für jeden Chat wurde eine Laufzeit von drei Monaten festgelegt, alle Teilnehmenden waren 50 Jahre alt oder älter und die Gruppengröße umfasste zwischen 10 und 30 Personen. Bis zu Beginn der Corona-Pandemie im März 2020 wurden die Teil-

nehmenden vor Chat-Beginn in einer Gruppenveranstaltung vor Ort in der Arbeitsagentur über die technische Anwendung und den geplanten Verlauf informiert. Bei Chats, die später starteten, erhielten die Teilnehmenden diese Informationen mit einer schriftlichen Anleitung und einem Kurzfilm. Nachfragen wurden am Telefon oder per E-Mail geklärt. Infobox 1 zeigt beispielhaft einen Ausschnitt aus einem Chat-Verlauf.

Welche Lehren können aus der Digitalen Peer-Gruppen-Beratung für digitale Formate der Beratung und Vermittlung in der Arbeitsverwaltung gezogen werden? In der Begleitforschung sollte diese Frage beantwortet werden. Die Universität Ulm evaluierte DIGIPEG anhand quantitativer Analysen und zeigt die Effektivität von DIGIPEG über alle Chats in den teilnehmenden Arbeitsagenturen hinweg auf (vgl. Infobox 2 auf Seite 3). Daneben untersuchte das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung zwei einzelne Chats durch qualitative Analysen und gibt Einblick in die Wirkungsmechanismen von DIGIPEG (vgl. Infobox 3 auf Seite 4). Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der Begleitforschung dargestellt.

1

Ausschnitt aus einem Chat-Verlauf – Beispiel für einen Austausch über Initiativbewerbungen

The screenshot shows a chat conversation with five messages. The messages are in colored bubbles: green for questions, blue for advice, and purple for a general statement. Each message is accompanied by a profile icon of a person's head and shoulders.

Green bubble (left): Hat jemand Erfahrung mit Initiativbewerbungen? Sollte man vorher telefonisch in Kontakt treten oder besser nicht, weil ja alle so wenig Zeit haben...

Blue bubble (right): Guten Morgen Lp652, Initiativbewerbungen sind dann sinnvoll, wenn du möglichst viel über das Zielunternehmen weißt bzw. auch recherchiert hast. Damit kannst du besser ausloten, ob dein Profil für das Unternehmen in diesem Moment interessant ist oder nicht. Im Falle „oder nicht“ landet deine Bewerbung ansonsten auf dem großen Haufen, wo du viel Geduld aufbringen musst, bevor du vielleicht eine Antwort erhältst. Was ggf. auch eine Alternative sein kann, wenn du es nicht ohnehin schon gemacht hast, an Personalberater, die sich auf deiner Branche und dein Berufsbild spezialisiert haben, einen Kurzlebenslauf mit Kompetenzprofil zu schicken. Dann kannst du im Anschluss direkt beim Berater anrufen und anbieten, deine vollständigen Bewerbungsunterlagen zur Verfügung zu stellen.

Green bubble (left): Vielen Dank für den wertvollen Tipp 🙏

Blue bubble (right): Noch eine Ergänzung: wenn du einen Referenzpartner in der Zielfirma angeben kannst, umso besser. Auf diese Weise hat es bei mir einmal mit einer Anstellung geklappt.

Purple bubble (left): Das persönliche Netzwerk wird allgemein gewaltig unterschätzt. Gründlich nachdenken, wen man in einer Entscheiderposition kennt und diese/n Kontakt/e dann aktivieren, kann ein Dutzend oder mehr Bewerbungen ersetzen.....

Die Häufigkeit der Chat-Beiträge und die Einschätzung der Chat-Aktivität variieren zwischen den beteiligten Personen

Im Durchschnitt versandte jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer etwa 12 Nachrichten. Allerdings unterscheidet sich die Häufigkeit der Textbeiträge stark zwischen den einzelnen Personen. Es lassen sich zwei Gruppen ausmachen: „aktive“ und „stille“ Teilnehmende. Ein Viertel gehörte zu den „aktiven Teilnehmenden“ und verfasste im Schnitt knapp 40 Textnachrichten. Drei Viertel waren „stille Teilnehmende“ und schrieben im Schnitt knapp 4 Textnachrichten. Auf die Moderatorinnen und Moderatoren entfielen 25 Prozent aller versandten Nachrichten.

Die Beteiligten schrieben nicht nur verschiedenen häufig Beiträge, sondern schätzten auch die Aktivität innerhalb des Chats unterschiedlich ein, wie die qualitative Analyse (vgl. Infobox 3) eines Chats offenlegt. Manche Teilnehmende dieses Chats waren mit dem Austausch zufrieden, während andere ihn als schleppend und zäh charakterisierten. Allerdings räumten einige unter denjenigen, die sich mehr Austausch gewünscht hätten, ein, dass sie sich selbst mehr hätten einbringen können. Die Moderatorinnen und Moderatoren nahmen den Chat als regelmäßig und rege wahr. Entsprechend der Konzeption von DIGIPEG sollten sie zurückhaltend moderieren und die Entwicklung des Chat-Verlaufs weitgehend den Teilnehmenden überlassen; die Arbeitsagentur sah bei den moderierenden Fachkräften einen kleinen Anteil ihrer täglichen Arbeitszeit für die Moderation vor.

Die Moderatorinnen und Moderatoren stellten sich zu Beginn des Chats mit einer längeren Nachricht vor und meldeten sich jeweils zu Wochenbeginn montags am Vormittag. Sie lasen mindestens einmal täglich im Chat und beantworteten Fragen, die die Teilnehmenden direkt an sie richteten. Auch stellten sie ihrerseits offene Fragen an die Teilnehmenden, um den Chat-Verlauf anzuregen, wenn sie den Eindruck gewannen, dass die Aktivität innerhalb des Chats abnimmt. Die Teilnehmenden nahmen die Moderation unterschiedlich wahr: Einige beschrieben sie in den geführten Interviews als anregend und hilfreich, wohingegen andere sich eine raschere Reaktion

auf Fragen und inhaltlich konkretere Impulse gewünscht hätten.

Die Anonymität der Teilnehmenden und die Zusammensetzung der Gruppe beeinflussen den Austausch unter den Arbeitssuchenden

Zwei Aspekte beeinflussen wesentlich die Aktivität und den Austausch innerhalb des Chats, so die Schlussfolgerung aus der qualitativen Analyse: die Anonymität der Teilnehmenden innerhalb der Chat-Gruppe und die Zusammensetzung dieser Gruppe. Der Chat der Digitalen Peer-Gruppen-Beratung war aus zwei Gründen bewusst anonym

2

Methodisches Vorgehen der quantitativen Begleitforschung

Um zu ermitteln, wie häufig verschiedene Arten von Unterstützung im Chat-Verlauf der Digitalen Peer-Gruppen-Beratung (DIGIPEG) vorkamen, wurde eine quantitative Inhaltsanalyse der Chat-Einträge durchgeführt (Hutter 2019). Hierfür wurden alle Nachrichten der insgesamt 27 Chats codiert und einer oder mehreren Unterstützungsarten zugeordnet. Berücksichtigt wurden dabei sowohl Nachrichten, die unterstützen, als auch Nachrichten, die um Unterstützung fragen.

Um die Effektivität von DIGIPEG zu messen, wurde ein kontrolliertes Feldexperiment im Zeitraum März 2019 bis Dezember 2020 mit einer Testgruppe und einer Vergleichsgruppe durchgeführt (Wolbring/Keuschnigg 2015). Die Teilnahme war freiwillig und auf Personen begrenzt, die 50 Jahre oder älter waren. Die Teilnehmenden wurden (ohne weitere Einschränkungen nach persönlichen Merkmalen) aus den Arbeitssuchenden der jeweiligen Arbeitsagentur rekrutiert und zufällig der Test- und der Vergleichsgruppe zugeteilt. Die Testgruppe bestand aus Teilnehmenden, die während des Experiments sowohl das persönliche Beratungsangebot der Arbeitsagentur wahrnahmen als auch zusätzlich einer digitalen Peer-Gruppe zugeordnet waren. Die Teilnehmenden der Vergleichsgruppe erhielten während des Experiments ausschließlich das persönliche Beratungsangebot. Jeweils zu Beginn und am Ende der dreimonatigen Chat-Phase füllten die Teilnehmenden der Test- und Vergleichsgruppe einen standardisierten Fragebogen aus. Dieser enthielt mehrere Fragen, um die Entwicklung von Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten der Teilnehmenden zu erfassen, die als Erfolgsfaktoren auf dem Weg zu einer Erwerbsarbeit gelten (Klier et al. 2019).

Ein statistischer Vergleich zwischen der Entwicklung der Testgruppe und der Vergleichsgruppe ermöglichte Aussagen über die unmittelbaren Folgen des Chats bezüglich Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten. Zum Einsatz kam ein Mann-Whitney-U-Test (Klier et al. 2019). Zusätzlich stellten Chi-Quadrat-Tests sicher, dass die Effekte nicht durch eine Ungleichverteilung zwischen Test- und Vergleichsgruppe mit Blick auf die Kontrollvariablen Geschlecht, Alter, Familienstand, Anzahl der Kinder, Bildungsstand, deutsche Sprachkenntnisse und Dauer der Arbeitslosigkeit zustande kamen. Trotz zufälliger Zuteilung zu Test- und Vergleichsgruppe waren verhältnismäßig mehr Männer in der Testgruppe als in der Vergleichsgruppe – daher wurden die Vergleiche zwischen Test- und Vergleichsgruppe jeweils für Frauen und Männer getrennt durchgeführt.

Insgesamt nahmen innerhalb des randomisierten Feldexperiments 987 Personen in 27 Chat-Gruppen teil, davon 506 in der Testgruppe und 481 in der Vergleichsgruppe. Für die Analyse der Chat-Folgen wurden diejenigen Teilnehmenden berücksichtigt, die beide Fragebögen, vor und nach der Chat-Teilnahme, ausgefüllt hatten (210 Teilnehmende in der Testgruppe und 213 Teilnehmende in der Vergleichsgruppe).

angelegt: Der Chat der Digitalen Peer-Gruppen-Beratung war bewusst anonym angelegt, um den Datenschutz sicherzustellen und den Austausch innerhalb der Gruppe zu fördern. Die Anonymität sowohl unter den Chat-Teilnehmenden als auch zwischen diesen und den Moderatorinnen und Moderatoren sollte dazu führen, dass sich Teilnehmende offener zu Themen äußern und eher Schwierigkeiten ansprechen. Darüber hinaus sollte die Anonymität die unterstützende Funktion des Chats hervorheben und die Moderierenden davon entlasten, möglichen Regelverstößen, die in dem Chat zur Sprache kommen, nachgehen zu müssen.

Bei der ersten Anmeldung erhielten die einzelnen Teilnehmenden eine zufällig vergebene Chat-ID. Zwar konnten sie diese frei ändern, behielten aber meist die vergebene Kombination aus Buchstaben und Zahlen, wie kn489 oder ub316, bei. Diese Art von Chat-ID erschwerte aus der Sicht einiger befragter Teilnehmenden einen persönlicheren Austausch innerhalb des Chats, den sie sich gewünscht hätten. Die Anonymität selbst wurde nicht als störend empfunden. Namen – auch

ausgedachte Namen, nicht notwendigerweise der tatsächlich richtige Name – hätten es den Chat-Teilnehmenden erleichtert, die einzelnen Chat-Einträge Personen zuzuordnen, um im Verlauf des Chats ein Bild des jeweiligen Gegenübers zu gewinnen. Ein weiterer Wunsch der Befragten bezieht sich auf mehr Informationen zu den anderen Personen im Chat: Haben sie in derselben Branche gearbeitet wie ich? Haben sie in ihrer früheren Tätigkeit Stellenbesetzungen (mit-)verantwortet? Hatten sie eine leitende oder eine ausführende Position inne? Ohne solche Kontextinformationen konnten die Chat-Teilnehmenden die Relevanz von Chat-Nachrichten oder die Aussicht auf hilfreiche erfahrungsbasierte Antworten für ihre eigene Situation oft schwer einschätzen.

Sie empfanden die Informationen, die ihnen über die anderen Chat-Teilnehmenden vorlagen, als zu allgemein. Einige befragte Teilnehmende nahmen ihre Chat-Gruppe sogar als recht heterogen wahr, obwohl die Beteiligten ein ähnliches Alter und einen ähnlichen beruflichen Hintergrund aufwiesen. Berufliche Gemeinsamkeiten, die einen Austausch anregen und erleichtern würden, könnten erst bei konkreterem Wissen zur Sprache kommen, beispielsweise zu den Tätigkeiten einer Fachangestellten im Gesundheitswesen oder eines Vertriebsmitarbeiters in der Metallindustrie. Zudem identifizierten sich viele Chat-Teilnehmende überwiegend mit ihrer zuletzt ausgeübten beruflichen Tätigkeit und hoben vor allem deren konkrete Merkmale hervor, wie ihre Position innerhalb eines Unternehmens oder die Zugehörigkeit zu einer Branche.

Neben dem Argument, dass eine möglichst homogene Gruppe den gegenseitigen Austausch begünstigt, äußerten Teilnehmende in den Interviews aber auch die Erwartung, dass eine heterogene Gruppe den Nutzen der weitergegebenen Informationen erhöhen würde. Beispielsweise könnten Chat-Teilnehmende unterschiedlichen Alters verschiedene Perspektiven und Erfahrungen einbringen und so ein gegenseitiges Lernen ermöglichen. Während ähnliche Gruppenmitglieder einen vertieften Austausch mit Blick auf die individuelle Lage zuließen, böte die Andersartigkeit die Möglichkeit, über den Tellerrand hinaus zu blicken und neues Wissen zu erlangen.

3

Methodisches Vorgehen der qualitativen Begleitforschung

Die qualitative Begleitforschung analysierte zwei Chats, die sich in ihren erwarteten Effekten voneinander unterschieden (George/Bennett 2005). Ihre Auswahl aus allen durchgeführten Chats erfolgte aufgrund des jeweiligen Chat-Verlaufs und seiner spezifischen Rahmenbedingungen. Während der eine untersuchte Chat unter günstigen Bedingungen begann und sich in der Folge im Vergleich zu den anderen Chats ein reger Austausch entwickelte, startete der andere Chat unter ungünstigen Bedingungen und entfaltete anschließend eine vergleichsweise geringe Aktivität. Beide Chats fanden während der Corona-Pandemie statt, als das öffentliche Leben seit März 2020 eingeschränkt war. Zu den günstigen Bedingungen des einen Chats zählte jedoch, dass noch vor Beginn des Lockdowns eine Gruppenveranstaltung in der Arbeitsagentur durchgeführt werden konnte, bei der die Teilnehmenden über die Digitale Peer-Gruppen-Beratung und die technische Anwendung der App informiert wurden, die während des Chats reibungslos funktionierte. Im anderen Chat konnte wegen des Lockdowns die Vorstellung von DIGIPEG und die technische Anleitung der Teilnehmenden nicht im direkten Personenkontakt stattfinden. Zudem traten in den ersten Tagen des Chats technische Schwierigkeiten auf, die den Start und den weiteren Verlauf des Chats bremsten.

Für die qualitative Analyse wurden leitfadengestützte Interviews mit Personen geführt, die direkt oder indirekt an der Vorbereitung und Durchführung der untersuchten Chats beteiligt waren. Es handelt sich dabei um Arbeitsuchende, die an dem Chat teilnahmen, sowie um Fach- und Führungskräfte der Arbeitsagentur. Unter den Fachkräften waren auch die Moderatorinnen und Moderatoren der beiden Chats. Insgesamt fanden 20 Gespräche statt, 10 mit Teilnehmenden und 10 mit Personen der Arbeitsagentur. Die Interviews wurden transkribiert und die Transkripte anhand des von der sogenannten Grounded Theory vorgeschlagenen dreistufigen Analyseverfahrens (Strauss 1994) ausgewertet.

Die Unterstützung im Chat erfolgt hauptsächlich durch die Weitergabe von Informationen und durch die Vermittlung von Wertschätzung

Bereits die Untersuchung von Granovetter (1974) – mittlerweile eine klassische Studie zur Arbeitssuche – hebt die Bedeutung von Informationen hervor, die unter fernen Bekannten weitergegeben werden, da in diesen häufig mehr Neuigkeiten für die Beteiligten enthalten seien als in Informationen, die enge Freunde untereinander austauschen. Neben der Weitergabe von Informationen können sich Peer-Gruppen-Mitglieder allerdings noch auf weitere Arten unterstützen. Aus der breiten Forschung in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen (Cutrona/Suhr 1992; Klytta/Wilz 2007; Barak/Boniel-Nissim/Suler 2008; Köhler/Krüger/Pfaff 2016) lassen sich fünf Arten der Unterstützung zusammenfassen: Demnach können Peer-Gruppen unterstützen, indem die Teilnehmenden sich gegenseitig hilfreiche Informationen bereitstellen (Unterstützung durch Informationen), sich einfühlend in die Lage des Anderen versetzen (Unterstützung durch Emotionen), sich gut zureden und sich gegenseitig bestärken (Unterstützung durch Wertschätzung), konkrete greifbare Hilfe leisten (Unterstützung durch Hilfeleistung) oder ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erzeugen (Unterstützung durch Gruppengefühl).

Die quantitative Inhaltsanalyse (vgl. Infobox 2) aller Einträge über die Chats hinweg zeigt, dass im Mittelpunkt der Unterstützung, die die Teilnehmenden erfahren, die Weitergabe von Informationen steht. In über 70 Prozent aller Chat-Einträge wurden Informationen erfragt oder weitergegeben (vgl. Tabelle T1). Der Austausch bezieht sich zum weitaus überwiegenden Teil auf Fragen der Arbeitssuche, wie die qualitative Analyse (vgl. Infobox 3) ergibt. Die Teilnehmenden tauschten aus, welche Stellenportale sie für die Arbeitssuche nutzen, wie sie Bewerbungen schreiben, wie sie sich auf Bewerbungsgespräche vorbereiten oder wie sie sich verhalten, wenn sie von einem Arbeitgeber eingeladen werden. Persönliche Themen – selbst solche, die für die Erwerbsarbeit von Relevanz sind, wie die Pflege von Angehörigen – fanden in den beiden untersuchten Chats nur sehr selten Eingang. Das-

selbe gilt für die besondere Lebenssituation während der Corona-Pandemie. Diese wurde lediglich insofern Gegenstand des Chats, als sie den Arbeitsmarkt und die Stellensuche betraf. Beispielsweise fand ein Austausch darüber statt, wie Bewerbungsgespräche, die online durchgeführt werden, souverän gemeistert werden können.

Mitteilungen, die Wertschätzung für eine andere Teilnehmerin oder einen anderen Teilnehmer ausdrücken, machten mit etwa 36 Prozent rund die Hälfte der Einträge aus, die sich auf Informationen beziehen. In den Chats heißt es beispielsweise: „Es ist nicht Deine Schuld, dass es mit dem Job nicht geklappt hat. Du hast dich prima vorbereitet.“ Beiträge, die eine emotionale Teilnahme enthalten, kamen mit knapp 4 Prozent kaum vor (z. B. „Es tut mir leid zu hören, dass es mit der Stelle nicht geklappt hat. Kopf hoch, bei der nächsten Bewerbung klappt es besser.“). Ähnlich selten waren mit gut 2 Prozent Nachrichten, die ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erkennen lassen (z. B. „Schön, dass Du dich unserer Gruppe angeschlossen hast. Wir helfen uns hier gegenseitig weiter.“). Fast nicht zu finden sind mit weniger als 1 Prozent Einträge, die konkrete Hilfeleistungen anbieten (z. B. „Wenn Du möchtest, korrigiere ich Deinen Lebenslauf.“).

Die Ergebnisse der Begleitforschung – sowohl der quantitativen Auswertung des Chat-Austauschs als auch der qualitativen Analyse – zeigen, dass die Weitergabe von Informationen im Mittelpunkt von DIGIPEG stand. Jedoch ergibt sich ein mehrschichtiges Bild dahingehend, wie die Chat-Teilnehmenden die Informationsweitergabe bewerteten. Die an DIGIPEG beteiligten Fach- und Führungskräfte der Arbeitsagentur lobten den Chat: Er ermögliche einen raschen Austausch von Informationen und erlaube es, Informationen gleichzeitig an mehrere Personen weiterzugeben. In ihrer Erwartung ließe

T1

Häufigkeit der Arten von Unterstützung

	Unterstützung durch ...				
	Informationen	Emotionen	Wertschätzung	Hilfeleistung	Gruppengefühl
Vorkommen in Chat-Einträgen	70,4 %	3,8 %	35,9 %	0,5 %	2,4 %

Anmerkung: In einem Chat-Eintrag können mehrere Arten von Unterstützung auftreten.
Quelle: DIGIPEG 2019/2020. © IAB

sich auf diese Weise die Zahl an Telefonaten und E-Mails reduzieren, in denen bilateral Informationen ausgetauscht werden. Darüber hinaus schaffe der Chat nicht nur eine Gelegenheit für den Informationsaustausch unter den Arbeitsuchenden, außerdem – so eine befragte Fachkraft – eröffne die Moderation einen weiteren Einblick in die Situation und das Verhalten von Arbeitsuchenden und damit ergänzende Perspektiven für die eigene Beratungs- und Vermittlungstätigkeit.

Dagegen äußerten sich einige Teilnehmende in den Interviews bezüglich des Informationsaustauschs innerhalb des Chats zurückhaltend: Sie hätten nur wenige Informationen erhalten, die für sie neu oder hilfreich waren. Allerdings dachten sie dabei an eine andere Art von Information als die befragten Moderatorinnen und Moderatoren: Während sich diese eher auf konkrete organisatorische Fragen bezogen, wie den Umgang mit einer Ortsabwesenheit oder der Verlängerung des Arbeitslosengeldes während der Corona-Pandemie, erläuterten einige Teilnehmende, sie seien mit der Stellensuche und den Bewerbungsverfahren bereits so vertraut, dass sie aus den Chat-Nachrichten nichts mehr gelernt hätten.

Ein befragter Teilnehmer fasste den Austausch innerhalb des Chats enttäuscht als „Einmaleins des Bewerbens“ zusammen. Insbesondere Teilnehmende, die in der Vergangenheit höhere Berufspositionen innehatten oder im Personalbereich gearbeitet hatten, empfanden viele Informationen als wenig hilfreich. Dennoch würden sie den Chat überwiegend weiterempfehlen und erneut teilnehmen, wenn sich die Gelegenheit biete. Sie hoben die grundsätzliche Möglichkeit hervor, aus den Einträgen von Anderen etwas lernen zu können. Auch hätten sie einzelne konkrete Informationen gewonnen, die sie ohne den Chat nicht gehabt hätten, wie den Hinweis auf eine aktuelle Jobmesse.

Den Umgang innerhalb des Chats beschrieben die Befragten als höflich, freundlich und wertschätzend. In den leitfadengestützten Interviews wurde lediglich eine konkrete Situation davon abweichend beurteilt, in der es zu einer Verstimmung zwischen Teilnehmenden kam. Die Teilnehmenden gaben nicht nur eigene Einschätzungen und Erfahrungen zur Stellensuche und zum Bewerbungsverfahren weiter, sie sprachen Mut zu,

wenn eine andere Person zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen war, gratulierten, wenn jemand eine neue Arbeitsstelle antreten konnte, und entkräfteten Selbstzweifel, wenn auf eine Bewerbung eine Absage folgte. Ein befragter Teilnehmer fasste die gegenseitige Bestärkung so zusammen:

„Da hatte ja keiner dem anderen etwas weggenommen und davon einen Vorteil gehabt, sie haben sich gegenseitig geholfen und das fand ich schön. Das zeigt ein Stück weit Menschlichkeit.“

Die Chat-Teilnahme fördert die Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten der Teilnehmenden

Als unmittelbare Folge der Unterstützung, die die Teilnehmenden in dem Chat erfahren, zeigen sich positive Effekte bei der Bewerbungsaktivität und bei Bewerbungsfähigkeiten, so die quantitative Analyse des kontrollierten Feldexperiments (vgl. Infobox 2). Zur Messung der Bewerbungsaktivität wurden Angaben zu verschiedenen Tätigkeiten herangezogen, wie die Stellensuche im Internet, Initiativbewerbungen oder das Einschalten privater Arbeitsvermittler sowie die Zahl der versandten Bewerbungen und erhaltenen Einladungen zu einem Vorstellungsgespräch. Um die Bewerbungsfähigkeit zu messen, wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Fähigkeiten in Bezug auf das Schreiben von Bewerbungen, ihr Verhalten in Bewerbungsgesprächen und ihr planvolles Herangehen an die Stellensuche, einzuschätzen. Konkret erhöhten die Arbeitsuchenden (Frauen wie Männer) während der Teilnahme am Chat (Testgruppe) ihre Bewerbungsaktivität und verbesserten ihre Bewerbungsfähigkeiten (mehr als die Vergleichsgruppe).

Es zeigen sich Unterschiede in der Entwicklung zwischen „aktiven“ und „stillen“ Teilnehmenden (stilisiert dargestellt in den beiden Grafiken der Abbildung A1 auf Seite 7). Während „stille Teilnehmende“ (gemessen an der Entwicklung der Vergleichsgruppe) vor allem ihre Bewerbungsaktivität steigerten, bauten „aktive Teilnehmende“ insbesondere ihre Bewerbungsfähigkeiten aus. Beide Gruppen unterscheiden sich in ihrem jeweiligen Ausgangs- und Endniveau. Bei Chat-Beginn wiesen die „aktiven Teilnehmenden“ eine deutlich höhere

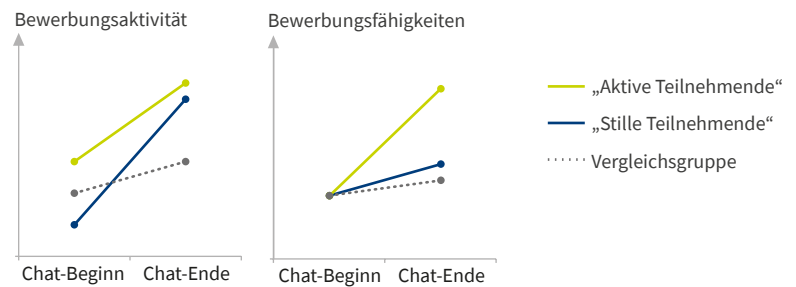
Bewerbungsaktivität als die „stillen Teilnehmenden“ auf. Letztere verringerten im Verlauf des Chats den Abstand zu ersteren. Allerdings überstiegen auch noch am Ende des Chats die Bewerbungsaktivitäten der „aktiven Teilnehmenden“ die der „stillen Teilnehmenden“. Bei den Bewerbungsfähigkeiten lagen „aktive“ und „stille“ Teilnehmende bei Chat-Beginn ungefähr gleichauf. Beide Gruppen steigerten während des Chat-Verlaufs (gemessen an der Entwicklung der Vergleichsgruppe) ihre Bewerbungsfähigkeiten, die „aktiven Teilnehmenden“ jedoch deutlich stärker als die „stillen Teilnehmenden“ (Förster 2021).

Arbeitsuchende schätzen eine individuelle Beratung und Vermittlung

Die im Rahmen der qualitativen Analyse befragten Chat-Teilnehmenden zeigten Motivation und Eigeninitiative im Bewerbungsprozess. Zwar nahmen die Befragten ihr Alter (50 Jahre oder älter) als Hindernis auf dem Arbeitsmarkt wahr, hielten aber dennoch am Wunsch nach einer Erwerbsarbeit fest und blieben beharrlich auf Stellensuche. Sie hatten ein erfülltes Berufsleben hinter sich, mit dem sie sich noch stark identifizierten und verbanden konkrete Vorstellungen mit einem neuen Job. Einige Teilnehmende waren zuversichtlich, wieder eine Erwerbsarbeit zu finden, auch ohne die Unterstützung der Arbeitsagentur. Andere verwiesen auf eine geringe Zahl offener Stellen in der Branche, in der sie suchen, insbesondere in der Zeit während der Corona-Pandemie. Allerdings gab es auch einzelne Anzeichen dafür, dass sich Personen aufgrund negativer Erfahrungen bei der Jobsuche desillusioniert vom Arbeitsmarkt zurückziehen und ihre Interessen von der Erwerbstätigkeit auf beispielsweise die Familie oder ein Ehrenamt verlagern.

DIGIPEG sahen die Teilnehmenden als Teil ihrer Beziehung zur Arbeitsagentur, die wiederum ein Teil ihrer Arbeitssuche war. Während einige Befragte ausschließlich Lob oder Tadel äußerten, mischten sich bei anderen die beiden Bewertungen über ihre Beziehung zur Arbeitsagentur. Auf der einen Seite beklagten Teilnehmende in den Interviews einen unpersönlichen Kontakt zur Arbeitsagentur. Dieser zeigte sich zum Beispiel darin, dass sie Stellenangebote erhielten, die nicht zu ihren be-

Stilisierte Entwicklung von Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten



Bewerbungsaktivität (Angaben der Teilnehmenden): Tätigkeiten wie Stellensuche im Internet, Initiativbewerbungen, das Einschalten privater Arbeitsvermittler sowie die Zahl der versandten Bewerbungen und erhaltenen Einladungen zu einem Vorstellungsgespräch.

Bewerbungsfähigkeiten (Selbsteinschätzung der Teilnehmenden): Fähigkeiten in Bezug auf das Schreiben von Bewerbungen, Verhalten in Bewerbungsgesprächen und planvolles Herangehen an die Stellensuche.

Weitere Information zur statistischen Auswertung der Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten siehe Förster (2021).

Quelle: DIGIPEG 2019/2020. Eigene Darstellung. © IAB

ruflichen Fähigkeiten und Vorstellungen passten, sie in Maßnahmen vermittelt wurden, die nicht ihrem Bedarf und ihrem Wunsch entsprachen, und sie von Vermittlungsfachkräften beraten wurden, die häufig wechselten. Einige sorgten sich wegen der Kontrolle und Sperrzeiten seitens der Arbeitsagentur. Auf der anderen Seite fühlten sich Teilnehmende von ihrer Vermittlungsfachkraft gut beraten, beschrieben den Kontakt als vertrauensvoll und wertschätzend und empfanden die arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen, die ihnen angeboten wurden, als hilfreich. Der Grundstein für diese Zufriedenheit war jeweils die persönliche Beziehung und das individuelle Eingehen der Vermittlungsfachkraft auf die arbeitssuchende Person.

Sowohl die Teilnehmenden als auch die Moderatorinnen und Moderatoren hoben in den geführten Interviews den innovativen Charakter des Projekts und den schnellen Austausch von Informationen hervor. Als permanent verfügbarer Kommunikationskanal stehe der Chat dafür, dass sich die Arbeitsagentur für die Arbeitssuchenden weiter öffnet und für sie da ist. Eine Moderatorin brachte dies folgendermaßen zum Ausdruck:

„Ich glaube, für viele Kunden ist es einfach so ein riesiges Ding, wo man hinmuss, die sind nie zu erreichen, reagieren nie, und so ein Chat zeigt ja schon, dass wir auch interessiert sind, einfach mit den Kunden zusammenzuarbeiten und wirklich konstruktiv denen dann zu helfen. Ich denke, das würde das Ansehen [der Arbeitsagentur] zumindest ein bisschen steigern.“



Dr. Holger Bähr

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Stabsstelle Forschungs-koordination im IAB.
holger.baehr@iab.de



Hanna Broder

ist Doktorandin an der Universität Ulm.
hanna.broder@uni-ulm.de



Dr. Martin Dietz

ist Leiter der Stabsstelle Forschungs-koordination im IAB.
martin.dietz@iab.de



Dr. Maximilian Förster

ist akademischer Mitarbeiter an der Universität Ulm.
maximilian.foerster@uni-ulm.de



Prof. Dr. Mathias Klier

ist Professor für betriebliches Informationsmanagement an der Universität Ulm.
mathias.klier@uni-ulm.de

Fazit

Das digitale Kommunikationsformat der Digitalen Peer-Gruppen-Beratung ist ein zusätzliches Instrument der Beratung und Vermittlung, das Arbeitssuchende auf ihrem Weg in eine Erwerbsarbeit unterstützt. Durch die Teilnahme verbessern Arbeitssuchende ihre Bewerbungsaktivität und Bewerbungsfähigkeiten (Selbsteinschätzung). Positive Effekte treten sowohl für „aktive“ als auch für „stille“ Teilnehmende auf. Unterstützend wirken die Chats durch die Weitergabe von Informationen und die gegenseitige Bestärkung der Teilnehmenden. Voraussetzung für positive Effekte ist ein reger Austausch innerhalb des Chats. Damit dieser gelingen kann und sich genügend Beteiligte aktiv im Chat einbringen, ist es ratsam, bei einer weiteren Umsetzung des Modellprojekts, eine Mindestanzahl an Teilnehmenden festzulegen. Darüber hinaus unterstützt eine gelockerte Anonymität den Austausch: Wissen die Beteiligten gegenseitig mehr über ihre beruflichen Hintergründe, können sie Aussagen während des Chat-Verlaufs besser nachvollziehen und nutzen. Ein Offenlegen der Namen ist hierfür nicht notwendig. Einerseits erleichtert eine möglichst homogene Zusammensetzung der Chat-Teilnehmenden den gegenseitigen Austausch. Allerdings ist es kaum möglich, Homogenität zuverlässig so zu bestimmen, dass sie auch von den Teilnehmenden als solche wahrgenommen wird. Andererseits kann eine heterogene Zusammensetzung der Chat-Gruppe dazu führen, dass die Teilnehmenden wichtige Informationen für die Arbeitssuche erhalten und Neues lernen. Insgesamt hat die Digitale Peer-Gruppen-Beratung das Potenzial, Arbeitssuchende zu bestärken und ihre persönliche Interaktion mit den Vermittlungsfachkräften von der reinen Informationsweitergabe zu entlasten. Damit kann sie dazu beitragen, eine individuelle Beratung und Vermittlung zu stärken.

Literatur

- Barak, Azy; Boniel-Nissim, Meyran; Suler, John (2008): Fostering Empowerment in Online Support Groups. In: Computers in Human Behavior, Jg. 24, H. 5, S. 1867–1883.
- Cutrona, Carolyn E.; Suhr, Julie A. (1992): Controllability of Stressful Events and Satisfaction with Spouse Support Behaviors. In: Communication Research, Jg. 19, H. 2, S. 154–174.
- Förster, Maximilian (2021): Same but Different – How Users Benefit in Online Peer Groups Depending on their User Role. In: Proceedings of the Twenty-Ninth European Conference on Information Systems (ECIS), Marrakesh, Morocco.
- George, Alexander L.; Bennett, Andrew (2005): Case Studies and Theory Development in the Social Sciences, Cambridge: MIT Press.
- Granovetter, Mark (1974): Getting a Job: A Study of Contacts and Careers, Cambridge: Harvard University Press.
- Hutter, Swen (2019): Quantitative Inhaltsanalyse. In: C. Wagemann; A. Goerres; M. Siewert (Hrsg.): Handbuch Methoden der Politikwissenschaft, Wiesbaden: Springer VS, S. 1–23.
- Klier, Julia; Klier, Mathias; Thiel, Lea; Agarwal, Ritu (2019): Power of Mobile Peer Groups: A Design-Oriented Approach to Address Youth Unemployment. In: Journal of Management Information Systems, Jg. 36, H. 1, S. 158–193.
- Klytta, C.; Wilz, Gabriele (2007): Selbstbestimmt aber professionell geleitet? Zur Effektivität und Definition von Selbsthilfegruppen. In: Das Gesundheitswesen, Jg. 69, H. 2, S. 88–97.
- Köhler, Sina-Mareen; Krüger, Heinz-Hermann; Pfaff, Nicole (Hrsg.) (2016): Handbuch Peerforschung, Opladen: Barbara Budrich.
- Strauss, Anselm L. (1994): Grundlagen qualitativer Sozialforschung: Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung, München: Fink.
- Wolbring, Tobias; Keuschnigg, Marc (2015): Feldexperimente in den Sozialwissenschaften. In: M. Keuschnigg; T. Wolbring (Hrsg.): Experimente in den Sozialwissenschaften, Soziale Welt: Sonderband 22, S. 222–250.

Impressum | IAB-Kurzbericht Nr. 9, 12.4.2022 | Herausgeber: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit, 90327 Nürnberg | Redaktion: Martina Dorsch | Grafik & Gestaltung: Nicola Brendel | Foto: Wolfram Murr, Fotofabrik Nürnberg, Jutta Palm-Nowak und privat | Druck: MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern | Rechte: Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de> | Bezug: IAB-Bestellservice, c/o wbv Media GmbH & Co. KG, Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld; Tel. 0911-179-9229 (es gelten die regulären Festnetzpreise, Mobilfunkpreise können abweichen); Fax: 0911-179-9227; E-Mail: iab-bestellservice@wbv.de | IAB im Internet: www.iab.de. Dort finden Sie unter anderem diesen Kurzbericht zum kostenlosen Download | Anfragen: iab.anfragen@iab.de oder Tel. 0911-179-5942 | ISSN 0942-167X | DOI 10.48720/IAB.KB.2209