

# Referenzbericht Jobcenter Herten

## Kundenbefragung mit PROFIL

### » Fakten

- ▣ **Leitung**  
Gerd Schäfer, Regina Grossart
- ▣ **Leiter des Fachbereichs Wirtschaft und Arbeit**  
Peter Brautmeier
- ▣ **Kundenzahl**  
ca. 5360
- ▣ **Mitarbeiterzahl**  
78
- ▣ **Art der Befragung**  
Schriftliche Befragung der Kundschaft des Jobcenters Herten (Befragungsstand im Jobcenter und Postversand)
- ▣ **Stichprobengröße**  
223
- ▣ **Datenerhebungszeitraum**  
11.03. - 31.05.2013



**Peter Brautmeier & Regina Grossart**

### » Warum eine Kunden-Dialogkultur?

„Wer fragt, gewinnt!“ ist das Motto von Regina Grossart, stellvertretende Leiterin des Jobcenters Herten. „Nur mit Hilfe ehrlicher Rückmeldungen kann man sich verändern und verbessern. Dazu ist es wichtig, eine ungefilterte Meinung der Kunden zu hören.“ Auch Peter Brautmeier, Leiter des Fachbereichs Wirtschaft und Arbeit, betont: „Uns ist es wichtig, dass sich jeder Bürger, der das Jobcenter nutzt, als Kunde wertgeschätzt fühlt.“

Die Aufgabe des Jobcenters, Menschen wieder in Arbeit zu bringen, wird noch besser gelingen, wenn sich Kunden und Mitarbeiter auf Augenhöhe begegnen. In Jobcentern ist die Beziehung zwischen den Mitarbeitenden und ihrer Kundschaft nicht mit einem normalen Dienstleister zu vergleichen. „Schließlich kommen unsere Kunden nicht unbedingt freiwillig“, so Regina Grossart. „Genau aus diesem Grund ist es wichtig, die Leistungsempfänger als Kunden ernst zu nehmen und Ihnen die Möglichkeit zu geben, sich bei der Verbesserung unserer Leistungen einzubringen.“ Durch die Befragung der Kundschaft konnten nicht nur Sorgen und Ängste der Kundschaft aufgegriffen, sondern auch eine umfassende Situationsdiagnose durchgeführt werden.

Das erste gute Ergebnis zeigte sich bereits bei der Durchführung der Befragung. Die zuvor als eher schwierig angesehene Befragung über den Postweg wies einen überraschend guten Rücklauf von Fragebögen (22%) auf. Das Interesse der Kundschaft, sich aktiv zu beteiligen, wurde hierbei deutlich.

Die Ergebnisse zeigten neben den deutlich positiv bewerteten Beratungsleistungen ein klares Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Informationen. Ein Drittel der Kundschaft fühlt sich nicht ausreichend über ihre Pflichten informiert und gibt an, zu viele Informationen auf einmal bekommen zu haben. Zudem wurde gezeigt, dass oftmals nicht bewusst ist, dass Sanktionen auf Grundlage von Gesetzen ausgesprochen werden müssen.

„Hier müssen wir für eine Verbesserung des Erstgesprächs sorgen und die Informationen entzerren“, bekräftigt Regina Grossart.

Auf Grundlage der Ergebnisse werden unterschiedliche Veränderungen vorgenommen. Der deutliche Wunsch der Leistungsempfänger, als Kunde des Jobcenters wahrgenommen zu werden, wird hierbei im Mittelpunkt stehen.

„Für uns sind die Ergebnisse der Kundenbefragung Ansporn, die Fortbildung unserer Beschäftigten zu intensivieren und dabei besonders das Thema „Kundenorientierung“ in den Fokus zu nehmen“, so Peter Brautmeier.

### » Der Weg zum Ziel / Kundenbefragung

In einem gemeinsamen Workshoptag trugen zwei Mitarbeiterinnen vom PROSOZ Institut für Sozialforschung alle wichtigen Informationen, die sie von den Bereichsleitungen des Jobcenters sowie weiteren Führungskräften und Mitarbeitenden erhalten hatten, zusammen.

Im nächsten Schritt wurden diese Themen vom PROSOZ Institut für Sozialforschung zusammengefasst, professionell aufgearbeitet und ein passgenauer Fragebogen entwickelt. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass die individuellen Interessen und Gegebenheiten vor Ort im Fragebogen aufgegriffen werden und somit eine Fokussierung auf entscheidende Fragen erfolgt.

Nach der Freigabe wurde der Fragebogen einerseits über einen Stand im Empfangsbereich des Jobcenters verteilt und andererseits über den Postversand an eine zufällig gezogene Stichprobe versandt.

Die Kundschaft konnte den Fragebogen über einen Freiumschlag direkt an das PROSOZ Institut senden oder anonym in eine verschlossene Urne im Empfangsbereich werfen.

Das anonymisierte Rücksendeverfahren ermutigt, ehrlich zu antworten, da sich die Kundschaft vor Restriktionen geschützt fühlt. Die Datenerhebung wurde eng von der Projektleitung des PROSOZ Instituts begleitet, Fragen der Kundschaft konnten so an eine neutrale Person gestellt werden. Die Ergebnisse der Auswertung, inklusive priorisierter Handlungsempfehlungen, wurden in einem Workshop mit den Auftraggebern erläutert. In einer separaten Veranstaltung präsentierte das PROSOZ Institut die Ergebnisse den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und diskutierte sie öffentlich, um im Anschluss an beide Veranstaltungen die priorisierten Handlungsempfehlungen zu überarbeiten und den Bericht endgültig zu übergeben.

### » Nutzen einer datengestützten Dialogkultur

Eine systematische Dialogkultur spiegelt den Verantwortlichen die Mehrheitsmeinung der Kundschaft wider – ohne Schönfärberei. Jede Kundin und jeder Kunde, die gleichberechtigt gehört werden, fühlt sich ernst genommen. Ängsten und Befürchtungen kann ebenso Rechnung getragen werden wie Verbesserungsvorschlägen. Schritte zur weiteren Optimierung des Status Quo können auf Grundlage der Kundenmeinung abgeleitet werden. Durch das Aufgreifen der erfassten Aussagen erhalten entsprechende Maßnahmen eine hohe Akzeptanz bei der Kundschaft.

Solide Daten liefern Steuerungsansätze, die Planungssicherheit geben, Fehlinvestitionen vermeiden und Kosten sparen. Argumente, die auf soliden Daten basieren sind nicht mehr wegzudiskutieren.

### » Warum das PROSOZ Institut für Sozialforschung?

Das PROSOZ Institut für Sozialforschung ergänzt Befragungsergebnisse durch priorisierte Handlungsempfehlungen. Das Jobcenter nutzt diese Empfehlungen als Grundlage zur weiteren strategischen Planung. Durch eine enge Zusammenar-

beit waren die Verantwortlichen des Jobcenters zu keinem Zeitpunkt im Prozess alleine. Des Weiteren kann das Team des PROSOZ Instituts für Sozialforschung, neben seinen Fachkenntnissen in der Psychologie, durch die kommunale Anbindung der PROSOZ Herten GmbH langjährige Erfahrungen aus der kommunalen Praxis vorweisen.

Peter Brautmeier: „Mit dem PROSOZ Institut für Sozialforschung hatten wir einen Partner, dem man anmerkt, dass er das kommunale Geschäft kennt. Unsere Partner von PROSOZ sind Leute aus der Praxis, mit denen wir auf Augenhöhe zusammenarbeiten konnten. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir mit den Ergebnissen der Befragung die Qualität unserer Arbeit verbessern können.“

Die Dialogkultur wird direkt bei der Befragung bereits mit dem Auftraggeber umgesetzt. So wird ein wichtiges Steuerungsinstrument für Jobcenter geschaffen. Meinungen, Einschätzungen, Motivation und Zufriedenheit der Kundschaft werden abgebildet. Neben dem Blick auf das Stimmungsgefüge werden diese Daten genutzt, um strategische Entscheidungen zu untermauern sowie Verbesserungspotenziale zu erkennen. So wird eine Dialogkultur geschaffen, die das Jobcenter Herten zu einem attraktiven Arbeitsplatz und Dienstleister macht.

#### Key Benefits:

- ▣ Sicherheit
  - ◆ bei der Entscheidungsfindung
  - ◆ bei der Planung
  - ◆ bei der Argumentation
- ▣ Kostenreduktion durch Vermeidung von Fehlentscheidungen
- ▣ klare Strategie auf Grundlage solider Prioritätenlisten
- ▣ Imagegewinn

#### Kontakt:

PROSOZ Institut für Sozialforschung  
PROFIL  
Ewaldstr. 261  
45699 Herten

Tel.: (0 23 66) 1 88 - 118 // Fax: (0 23 66) 1 88 - 111  
E-Mail: [profil@prosoz.de](mailto:profil@prosoz.de) // [www.prosoz.de](http://www.prosoz.de)