



AZ – II – 1000 / 5303

Stand: 22.August 2013

Kommunikation mit Kunden Leitlinien, Rahmenbedingungen, Richtgrößen

Hinweis: Dieses Kommunikationskonzept kann natürlich nicht für alle Wechselfälle des Lebens Regelungen schaffen. Für außergewöhnliche Situationen sind entsprechende Absprachen mit der jeweils zuständigen Führungskraft zu treffen. Aussagen in Bezug auf in Vollzeit arbeitende Mitarbeiter/innen gelten für Teilzeitbeschäftigte analog entsprechend ihrer Arbeitszeit.

Kommunikation bezeichnet auf der menschlichen Alltagsebene ein gemeinschaftliches Handeln, in dem Gedanken, Ideen, Wissen, Erkenntnisse, Erlebnisse (mit-)geteilt werden und auch neu entstehen. Kommunikation in diesem Sinne basiert auf der Verwendung von Zeichen in Sprache, Gestik, Mimik, Schrift oder Bild.

Bei der Beschreibung sozialer Zusammenhänge kann Kommunikation als ein Prozess angesehen werden, in dem mehrere Menschen gemeinsam Probleme lösen.

Definition Kontakt

Als Kontakt im Sinne dieses Konzepts gilt die persönliche Vorsprache des Kunden bei einer Integrationsfachkraft mit dem Ziel der Erarbeitung bzw. Umsetzung und Nachhaltung des individuellen Integrationsplans nach Maßgabe des 4-Phasen-Modells der Integrationsarbeit.

Dokumentation

Jeder Kundenkontakt ist mit seinen wesentlichen Gesprächsinhalten in der VerBIS Kundenhistorie in einem halbautomatischen „Beratungsvermerk zur Standortbestimmung“ oder einem „Beratungsvermerk“ als „persönlicher Kontakt“ zu dokumentieren. Auswirkungen auf das Kunden- und Bewerberprofil inkl. des Profilings sind zu prüfen und entsprechend zu aktualisieren.

Zielstellungen

Das vorliegende Konzept gilt als Orientierung für die Anzahl von Kundenkontakten in der Beratungsarbeit. Damit werden die nachfolgenden Ziele verfolgt:

-  **Verbesserung der Dienstleistung gegenüber dem Kunden:** Die Einhaltung einer Mindestzahl qualifizierter Kundengespräche verbessert die Intensität der individuellen Kundenbetreuung und ermöglicht eine konsequente Umsetzung der gewählten Integrationsstrategie.
-  **Verbesserung der Zielerreichung im Aufgabengebiet Markt und Integration:** Im Hinblick auf das operative Gesamtergebnis des Jobcenters Berlin Lichtenberg ist die Sicherstellung einer kontinuierlichen Kundenbetreuung eine Schlüsselfunktion zur Steigerung der Zielerreichung.
-  **Steuerung der Integrationsarbeit:** Fach- und Führungskräfte erhalten Transparenz über Intensität und Schwerpunktsetzung in der Arbeit mit Kunden.
-  **Sicherstellung eines fachlich gebotenen Mindestmaßes an Gesprächen mit Kunden:** Die nachfolgenden Gesprächsrhythmen stellen als fachliche Orientierung die Ausgestaltung des Integrationsprozesses sicher.

Berechnungsgrundlagen

Die Festlegung der Kontaktdichte erfolgte unter Berücksichtigung der Personalkapazität. Es wurde von einer durchschnittlichen Anwesenheit der Vermittlungs- und Beratungsfachkräfte von 80% ausgegangen – länger abwesende Mitarbeiter/innen sind zudem schon von vornherein nicht in die Berechnung mit eingeflossen. In die Berechnungsgrundlage gingen arbeitslose und arbeitssuchende Kunden ein.

Die Kontaktdichte ist auf der Basis von 60% Beratungszeit berechnet worden.

➡ Bei der Berechnung der Mindestanzahl an Kundengesprächen in den Basis- Teams wurde 1 Stunde für die Gesprächsdauer zugrunde gelegt.

Damit wird einerseits der Komplexität der Kunden mit ihren vermittlungsrelevanten Handlungsbedarfen Rechnung getragen, andererseits wird so die zeitliche Kapazität für eine deutliche Datenqualitätssteigerung geschaffen.

Durch die Vermittlungs- und Beratungsfachkräfte ist jedoch der zeitliche Umfang **fallangemessen** zu bestimmen. Das heißt, die Dauer eines Kundengesprächs kann mal mit mehr als 1 Stunde - aber auch durchaus mal mit weniger als 1 Stunde – geplant werden.

➡ Fortführung der BJO als integrationswirksame Aktivteams. Der grundsätzliche Projektgedanke - Konzentration auf Kunden, die Marktnähe haben – bleibt bestehen. Berücksichtigung muss jedoch die bereits in 2012 eingetretene Profillagenentwicklung finden (Übernahme/Übergabe von relativ marktnahen Entwicklungsprofilen)

Bei der Berechnung der Mindestanzahl an Kundengesprächen in den integrationswirksamen Aktivteams wurde 0,75 Stunde für die Gesprächsdauer zugrunde gelegt.

Auch hier ist durch die Vermittlungs- und Beratungsfachkräfte der zeitliche Umfang **fallangemessen** zu bestimmen.

A) Kommunikation mit Kunden Ü25 - Basis

I) Einladungsturnus

a) Ü25-Kunden mit dem Status „Arbeitslos“

1. Ü25 Kunden 25-40 Jahre

- Kontakt alle 2 Monate

2. Ü 25 Kunden 41-55 Jahre

- Kontakt alle 3 Monate

3. Ü 25 Kunden 56 Jahre und älter

- Kontakt alle 4 Monate

b) Ü25-Kunden mit dem Status „Arbeitssuchend“

Arbeitssuchenden Kunden werden individuell nach Betreuungsbedarf und Maßnahmeteilnahme eingeladen.

Für alle „asu“ Kunden gilt: Kein „asu“ Kunde (Ausnahme Umschüler oder Kunden mit der Profillage „I“) soll ohne Kontakt in den letzten 6 Monaten sein.

Bei Kunden in Maßnahmen zur Aktivierung und beruflichen Eingliederung /Arbeitsgelegenheiten sowie bei Teilnehmern an Weiterbildungsmaßnahmen erfolgt die Kontaktdichte im Rahmen des Absolventenmanagements.

c) Ü25-Kunden mit dem Status „Z“ (Zuordnung nicht erforderlich)

- Kontakt alle 12 Monate

Kunden, die unter einen Tatbestand des § 10 SGB II fallen und bei denen maximal bis zum Ablauf von 6 Monaten keine Integrationsfortschritte erzielt werden, können die Betreuungsstufe „Z“ erhalten.

Dies gilt unabhängig vom Alter des erwerbsfähigen Hilfebedürftigen.

Je nach Grund der Nichtaktivierung liegt der Status arbeitslos, arbeitssuchend, nicht gesetzt bzw. ratsuchend vor. Eine Überprüfung der Profillage ist spätestens 6 Monate nach Zuordnung vorgesehen bzw. 3 Monate vor Ende der Elternzeit und es ist entsprechend eine WV zu setzen.

Da in einer Vielzahl der Fälle jedoch auch nach Ablauf von 6 Monaten die Tatbestände des § 10 SGB II weiterhin vorliegen, sollte gerade bei diesen Kunden je nach Einzelfall die Art des Kontaktes so gewählt werden, dass die Zeitressourcen der Arbeitsvermittler/innen möglichst effektiv genutzt werden.

d) Ü25-Kunden mit dem Status „I“ (Integriert, aber hilfebedürftig)

- Kontakt alle 12 Monate

In die Profillage „I: Integriert aber weiterhin hilfebedürftig“ werden Kunden übernommen, die entweder

- unter Ausschöpfung ihrer individuellen Möglichkeiten erwerbstätig oder
- in Vollzeit auf dem 1. Arbeitsmarkt sozialversicherungspflichtig beschäftigt bzw. selbständig tätig und

weiterhin hilfebedürftig sind, da der Bedarf durch das erzielte Einkommen nicht bzw. nicht vollständig gedeckt werden kann. Die Betreuung des Kunden richtet sich hier auf die weitere Reduzierung bzw. Beendigung der Hilfebedürftigkeit.

Zur Beurteilung der Ausschöpfung der „individuellen Möglichkeiten“ sind in erster Linie entsprechende amtsärztliche Gutachten oder Gutachten der Fachdienste zugrunde zu legen. Faktisch können jedoch auch Rahmenbedingungen wie Kinderbetreuungspflichten oder Pflegetätigkeiten die Möglichkeiten von Erwerbstätigkeit einschränken. In diesen Fällen kann die Profillage „I“ festgelegt werden, sofern eine Einschränkung der individuellen Möglichkeiten objektiv begründ- und belegbar ist (z.B. Auflage des Jugendamtes, dass Betreuungspflichten in einem bestimmten Umfang durch die Mutter/den Vater selbst wahrzunehmen sind). Generell ist von objektiver Begründbarkeit auszugehen, wenn die Voraussetzungen eines Ausnahmetatbestandes nach § 10 SGB II erfüllt sind, der Kunde aber dennoch einer Erwerbstätigkeit in dem für ihn realisierbaren zeitlichen Umfang nachgeht.

II) **Beratungsgespräche je Woche und Vollzeitkraft**

Es ist durch die Vermittlungs- und Beratungsfachkraft eigenständig zu organisieren, dass **25 Beratungsgespräche mit dem Kunden je Woche/Vollzeitkraft stattfinden**. In der Regel sind diese Kontakte durch persönliche Gespräche bei der IFK durchzuführen. Bei Nichterscheinen von Kunden (ausgefallene Termine) können **qualifizierte telefonische Beratungsgespräche** genutzt werden.

Hinweis:

(Da die Erfahrungen in der Vergangenheit gezeigt haben, dass ein nicht unerheblicher Teil der eingeladenen Kunden nicht erscheint, wird empfohlen, mehr als 25 je Woche/Vollzeitkraft einzuladen.)

B) Kommunikation mit Kunden Ü25 – BJO

I) Einladungsturnus

a) BJO-Kunden mit dem Status „Arbeitslos“

Kunden mit der Profillage Marktprofil	}	alle 4 Wochen
Kunden mit der Profillage Aktivierungsprofil		
Kunden mit der Profillage Förderprofil		

Kunden mit der Profillage Entwicklungsprofil alle 6 Wochen

b) BJO-Kunden mit dem Status „Arbeitssuchend“

Kunden mit dem Status „arbeitssuchend“ werden entsprechend den gültigen Konzepten zum Absolventenmanagement eingeladen.

II) Beratungsgespräche je Woche und Vollzeitkraft

Es ist durch die Vermittlungs- und Beratungsfachkraft eigenständig zu organisieren, dass **25 Beratungsgespräche mit dem Kunden je Woche/Vollzeitkraft stattfinden**. In der Regel sind diese Kontakte durch persönliche Gespräche bei der IFK durchzuführen. Bei Nichterscheinen von Kunden (ausgefallene Termine) können **qualifizierte telefonische Beratungsgespräche** genutzt werden.

Hinweis:

(Da die Erfahrungen in der Vergangenheit gezeigt haben, dass ein nicht unerheblicher Teil der eingeladenen Kunden nicht erscheint, wird empfohlen, mehr als 25 je Woche/Vollzeitkraft einzuladen.)

C) Kommunikation mit Kunden U25

Unabhängig von der Profillage gilt für alle Kunden mit dem Status „lo“ eine Kontaktdichte von 4 Wochen.

D) Kommunikation mit Kunden im FM

Das KKK gilt nicht für das FM im Jobcenter. Die Kontakte im FM sind individuell durch die FM orientiert an der Problemlage der Kunden festzulegen.

E) Kommunikation mit Kunden im Reha- Bereich

Für Kunden im Reha- Bereich wird ein gesondertes Kommunikationskonzept erstellt.

F) Kommunikation mit Kunden im Selbstständigen-Team

Für das Selbstständigen-Team ein eigenes Konzept, inkl. eines Kommunikationskonzeptes.