



# Kommunikation in Jobcentern Empfehlungen für Führungskräfte

Diese Handreichung bietet Ihnen praktische Tipps, wie Sie sprachliche Hürden in Jobcentern abbauen und die Kommunikation mit Kundinnen und Kunden mit unterschiedlichen Kompetenzen in der deutschen Sprache gestalten können.

Gleichzeitig lädt sie Sie und Ihre Mitarbeitenden ein, Ihren eigenen Kommunikationsstil in einem zunehmend transnationalen Arbeitsalltag zu reflektieren.

Sie als Führungskräfte und als Mitarbeitende in Jobcentern gestalten die Kommunikation mit Kundinnen und Kunden mit und ohne Migrationshintergrund, die sehr unterschiedliche Kompetenzen in der deutschen Sprache mitbringen.

- Sie sind Expertinnen und Experten der Arbeitsverwaltung und Ihre Kundinnen und Kunden – meistens – auf diesem Gebiet Laien.
- Sie sprechen und schreiben die Amtssprache Deutsch. Diese ist eine Fachsprache mit einem besonderen Vokabular (z.B. Abkürzungen) und komplexen grammatikalischen Strukturen, die in der Alltagssprache eher selten vorkommen.
- Was für Sie Arbeitsroutine ist, empfinden Ihre Kundinnen und Kunden oft als einmalig oder existenziell. Außerdem müssen Sie Entscheidungen treffen, die einige Kundinnen und Kunden als unfair oder ungerecht empfinden.
- Sie haben zunehmend Kundinnen und Kunden, die wenig oder kaum Deutsch beherrschen und einen anderen Kommunikationsstil mit anderen Konventionen haben.



## Könnten die folgenden praktischen Tipps Ihnen und Ihren Mitarbeitenden helfen?

Verschiedene Möglichkeiten, ihre Mitarbeitenden und die Kundinnen und Kunden zu unterstützen:

### → Sie können Dolmetscherdienste einrichten.

- Haben Sie bereits erkundet und dokumentiert, welche Sprachkenntnisse Ihre Mitarbeitende haben? Sind diese so eingesetzt, dass sie sinnvoll genutzt werden können? Könnten unter der Berücksichtigung der Buchstabenbereiche einige Mitarbeitenden besonders häufig mit Kundinnen und Kunden aus bestimmten Muttersprachen in Kontakt kommen?
- Können Sie sich mit sozialen Diensten vernetzen – z.B. der Caritas, Diakonie, Arbeiterwohlfahrt u.a. – die Dolmetscherdienste bereits anbieten?
- Gibt es in Ihrer Kommune Ehrenamtliche, die dolmetschen können? Z.B. in einem Deutsch-Ausländischen-Freundschafts-Verein?
- Die Übersetzenden müssen nicht immer physisch dabei sein. Können in Ihrer Verwaltung die Kommunikationstechnologien so genutzt werden, dass Übersetzende per Telefon bzw. Smartphone oder per Videokonferenz zugeschaltet werden?
- Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, eine Checkliste darüber zu erstellen, welche Dokumente hauptsächlich in welchen anderen Sprachen benötigt werden.



### → Sie können Formulare und andere relevante Dokumente in verständlicher Sprache in Ihrem Jobcenter verbindlich einsetzen.

- Haben Sie Kontakt zu den Jobcentern benachbarter Kommunen? Vielleicht haben diese schon Erfahrungen mit solchen Ansätzen und haben Interesse an einer Zusammenarbeit und fachlichem Austausch (von bereits übersetzten Dokumenten, von Erfahrungswerten etc.)? Das Jobcenter Frankfurt am Main bietet online Informationen zu Ausfüllhinweisen und das Merkblatt SGB II in verschiedenen Sprachen an.
- Gibt es Formulare, die ihre Mitarbeitenden selbst erstellen können? Welche Unterstützung bräuchten sie, um diese in verständlicher Sprache zu verfassen?
- Die Mitarbeitenden haben die unmittelbaren Erfahrungswerte, welche Verständnisschwierigkeiten bei welchen Formularen auftreten. Können Sie im Rahmen eines Projektes in Ihrem Haus einen Pool von Expertinnen und Experten bilden? Können Sie sich mit anderen Jobcentern vernetzen, um den Aufwand zu reduzieren?

**! Oftmals sagen klare Bilder mehr aus als viele Wörter und Sätze (z.B. Fotos von wichtigen Vorgängen im Verwaltungsablauf, kurze Videos, etc.).**

- ✓ Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, digitale Technologien, wie Online-Wörterbücher und Übersetzungsprogramme, Programme zur Überprüfung der Lesbarkeit von Schriftstücken, etc. zu nutzen. Können Sie diese Hilfen auch direkt über die Website ihrer Verwaltung zugänglich machen?
- ✓ Informieren Sie Ihre Mitarbeitenden über Publikationen mit praktischen Tipps vom IQ Netzwerk [www.iq-netzwerk.de](http://www.iq-netzwerk.de).
- ✓ Wäre es hilfreich, eine Weiterbildung über die Möglichkeiten digitaler Technologien und Telefonie für Ihr Haus zu konzipieren?
- ✓ Einige Bildungsträger bieten zu sprachsensibler Kommunikation Kurse an. Wäre es hilfreich, eine solche Weiterbildung für Ihre Mitarbeitenden zu organisieren?
- ✓ Folgen Sie dem Beispiel anderer Städte und Gemeinden, wie z.B. Graz, die mit dem Projekt „Verständliche Sprache“ dabei ist, die Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern neu zu gestalten.



**„Vor allem unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden darin, sich Zeit und Ruhe für eine kundenorientierte Kommunikation nehmen zu können. Dabei entlasten Sie Ihre Mitarbeitenden, so dass diese sich neben ihren umfangreichen Aufgaben die Zeit dafür nehmen können.“ Zitat einer JC-Mitarbeiterin**

## Impressum

**Herausgeber**  
beramí berufliche Integration e.V.  
Nibelungenplatz 3, 60318 Frankfurt  
[www.berami.de](http://www.berami.de)



**Autorinnen**  
Matilde Grünhage-Monetti, [matilde.monetti@unitybox.de](mailto:matilde.monetti@unitybox.de)  
Andrea Nispel, [info@andrea-nispel.de](mailto:info@andrea-nispel.de), [www.andrea-nispel.de](http://www.andrea-nispel.de)

**Gestaltung**  
Claudia Feger, Rosina Walter, beramí e.V.





# Kommunikation in Jobcentern Empfehlungen für Mitarbeitende



## Könnten Ihnen die folgenden praktischen Tipps helfen?

### → Wie können Sie die Beratung so entspannt wie möglich gestalten und Störungen reduzieren?

Je weniger Ihre Kundinnen und Kunden unter Stress stehen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit einer gelungenen Kommunikation. Ein freundliches Lächeln, eine entspannte Tonlage und aufmerksames Zuhören schaffen eine wohlwollende Gesprächsatmosphäre. Jeder Mensch hat einen eigenen Sprachstil. Ein paar Minuten Small Talk am Anfang helfen Ihnen, sich auf neue Kundinnen und Kunden einzustellen.



Warum könnten einige Kundinnen und Kunden nervös oder ängstlich sein? Vielleicht haben sie negative Erfahrungen mit Verwaltungen, Autoritäten und/oder in institutionellen Kontexten gemacht. Alleine die Erinnerung und das Umfeld (Amt) können Nervosität und Angst aufkommen lassen, was wiederum das Verstehen erschweren kann.

### → Wie können Sie sich auf den Kunden oder die Kundin einstimmen?

Bereiten Sie alle nötigen Unterlagen vor. Halten Sie Hilfsmittel wie Bilder, Papier und Bleistift bereit.

- Fangen Sie das Gespräch mit einfachen Fragen an,
- Fragen Sie, wie Ihr Gegenüber das eigene Deutsch einschätzt,
- Benutzen Sie **W-Fragen** (wer, was, wie, wo, wann) eher als „ja/nein“ Fragen,
- Bedenken Sie, dass das Verstehen nicht nur von Kenntnissen der Sprache, sondern auch von Kenntnissen der Verwaltung und von einer entspannten Atmosphäre abhängt.

### → Wie bereiten Sie Ihre Kundinnen und Kunden auf das Gespräch vor?

Erklären Sie ihnen **verständlich** und **genau, worüber** Sie sprechen werden, **warum** und **wie**. Erklären Sie die nötigen Schritte in einer logischen Reihenfolge.

### → Amtssprache ist Fachsprache: Abstrakte Formulierungen, Fachwörter, Abkürzungen und komplexe Sätze sind ihre Merkmale. Was Routine für Sie ist, ist eine Hürde für die meisten Kundinnen und Kunden. Fachwörter können nicht immer ersetzt, aber umschrieben werden. Benutzen Sie verständliche Formulierungen und einfache Sätze. Erklären Sie die Abkürzungen.

### → Wählen Sie Ihre Worte: Wörter lateinischen Ursprungs und internationale Wörter sind oft verständlicher (z. B. «Kontrakt» für «Vertrag»; «Dokument» anstatt «Unterlagen»). Benutzen Sie immer die gleichen Begriffe. Vermeiden Sie Worte, die mehrere Bedeutungen haben, z. B. Unterlagen.

### → Wie sprechen Sie verständlich?

- Benutzen Sie kurze einfache Sätze:
  - nach dem Muster: Subjekt + Verb + Objekt + etc. «Wer + macht + was + wann + wo» **z.B.** «Wir schicken Ihnen einen Brief mit der Entscheidung nach Hause»
  - nach dem Prinzip: 1 Gedanke = 1 Satz.
- Vermeiden Sie sogenannte Nominalisierungen wie «Die Beantragung des Wohngeldes...». Sagen Sie stattdessen: «Sie müssen das Wohngeld beantragen...»
- Sprechen Sie korrekt, deutlich und langsam (nicht lauter): Geben Sie Ihren Kundinnen und Kunden Zeit, den Inhalt zu verstehen, die Bedeutung zu verarbeiten und Antworten zu formulieren. Halten Sie entstehende Pausen entspannt aus.
- Vermeiden Sie Redewendungen der Umgangssprache wie z.B.: „Wir werden das Kind schon schaukeln“.
- Visualisieren Sie Ihre Informationen: Benutzen Sie Checklisten, zeigen Sie Formulare, Fotos, Diagramme / Illustrationen, Webseiten, etc. Lassen Sie die Kundinnen und Kunden Notizen machen.
- Bitten Sie Ihre Kundinnen und Kunden zu wiederholen, wenn Sie etwas nicht verstanden haben, oder es aufzuschreiben, eventuell auch in einer anderen gemeinsamen Sprache. Fassen Sie immer wieder zwischendurch kurz zusammen.
- Benutzen Sie digitale Technologien, wie zum Beispiel Online-Wörterbücher und Übersetzungsprogramme. Eine gute Methode, um die Übersetzung zu kontrollieren, ist es, sie in die Ausgangssprache zurückzuübersetzen. Wenn die Rückübersetzung sinnvoll ist, können Sie davon ausgehen, dass die Übersetzung in Ordnung ist.



Haben Sie mit Ihren Kundinnen und Kunden eine gemeinsame Sprache? Nutzen Sie alle Ihre sprachlichen Ressourcen, um Verständigung herzustellen.

### → Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Kundinnen und Kunden Sie verstanden haben?

- Stellen sie offene weiterführende Fragen (W-Fragen: wer, was, wie, wo, wann) z. B. «Was machen Sie als nächstes? «
- Bitten Sie sie, Ihnen zu erklären, was sie verstanden haben, wie z. B.: «Ich möchte sicher sein, dass ich es Ihnen gut erklärt habe. Was müssen Sie tun...?»
- **oder** «Wir haben über Einkommensnachweise gesprochen. Wie können Sie zeigen, wie viel Geld Sie im Monat haben?»
- Arbeiten Sie mit Checklisten, die die Kundinnen und Kunden mitnehmen können.



Vergessen Sie nicht: Ihre Bemühungen, das Gespräch wertschätzend und konstruktiv zu gestalten, werden auch auf non-verbaler Ebene wahrgenommen!

### → Schriftliche Kommunikation

- Texte sollen logisch aufgebaut und gut strukturiert sein, durch: Absätze und Überschriften  
Spiegelstriche
- Wichtige Informationen kommen am Anfang und können durch fett oder Unterstreichung hervorgehoben werden. Kursiv kann schwierig zu lesen sein.
- Schreiben Sie kurze Sätze und Absätze und lassen Sie viel Platz zwischen den Absätzen
- Denken Sie daran: Ein Gedanke, ein Satz!
- Benutzen Sie Visualisierungen.



Zum Schluss, denken Sie daran, dass Kommunikation auf Konventionen basiert, die kulturell geprägt sind. Unterschiede im Kommunikationsstil können zu Missverständnissen sowie falschen Interpretationen und Erwartungen führen.

### → Wie können Sie auf kulturelle Unterschiede reagieren?

Hier einige Empfehlungen:

- ✓ Die eigenen Reaktionen und die eigene kulturelle Prägung bewusst wahrnehmen.
- ✓ Die eigenen Interpretationen des Verhaltens der Kundinnen und Kunden in Frage stellen und weitere mögliche Interpretationen erwägen.
- ✓ Unterschiede in dem Kommunikationsstil Ihrer Kundinnen und Kunden bewusst wahrnehmen.
- ✓ Personen aus anderen Kulturen fragen, welche kulturellen Unterschiede sie in Deutschland wahrgenommen haben.
- ✓ Respekt für kulturelle Unterschiede zeigen.

