



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.

