

17. Wahlperiode

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Alexander Spies (PIRATEN)

vom 08. Mai 2013 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 10. Mai 2013) und **Antwort**

Der Kunde ist König? – „Kundenbefragungen“ in den Berliner Jobcentern

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Kleine Anfrage wie folgt:

Die Fragen betreffen Sachverhalte, die der Senat überwiegend nicht aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Daher hat der Senat die Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit zusätzlich um Auskunft gebeten.

1. Wann wurden seit 2005 in den Berliner Jobcentern Befragungen zur Zufriedenheit der Leistungsbezieher_innen mit der Arbeit und den Leistungen der Berliner Jobcenter durch die Bundesagentur für Arbeit (BA) durchgeführt?

Zu 1.: Analog dem Bereich SGB III der Bundesagentur für Arbeit (BA) werden Kundinnen- und Kundenbefragungen auch im Bereich SGB II als wichtiges und zuverlässiges Instrument zur Messung der Dienstleistungsqualität, der Kundinnen- und Kundenorientierung und -zufriedenheit genutzt. So wird in regelmäßigen Abständen die Meinung der Leistungsberechtigten (Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer) zu den Kernelementen des Service- und Dienstleistungsangebotes der Jobcenter sowie deren Prozessabläufe eingeholt.

Dies ermöglicht den Jobcentern, Stärken in der Arbeit und Zusammenarbeit zu erkennen und auszubauen, aber auch Schwachpunkte im prozessualen Wirken herauszuarbeiten und zu korrigieren. In diesem Zusammenhang ist es erforderlich, Beziehungen zu weiteren Elementen der Kundenorientierung (z.B. Kundinnen- und Kundenreaktionsmanagement, Expertengespräche, Mystery-Calling, etc.) herzustellen. Kundinnen- und Kundenorientierung und die damit verbundene Messung der Dienstleistungsqualität gehören bei vielen Unternehmen bzw. öffentlichen Dienstleistern zu einem Standardinstrument der Qualitätssicherung und des Controlling.

Befragungen von Kundinnen und Kunden der Berliner Jobcenter werden fortlaufend umgesetzt, ohne dass es spezielle Stichtage gibt. Neben den standardisierten Befragungen gibt es in den Berliner Jobcentern auch die Möglichkeit, eine Kundinnen- und Kundenreaktion direkt

vor Ort abzugeben, um Lob oder Kritik auszusprechen. Die Erhebungen führt das Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen durch, das Evaluationszentrum der BA.

2. Was sind die Ergebnisse der „Kundenbefragungen“ der BA und wie haben die Berliner Jobcenter im Bundesvergleich abgeschnitten?

Zu 2.: Die beigefügten Tabellen stellen die Ergebnisse der Kundinnen- und Kundenbefragung der Berliner Jobcenter dar. Sie fokussieren sich auf das erste und zweite Halbjahr 2012. Die Skala der von den Kundinnen und Kunden zu vergebenden Bewertungen entspricht den Schulnoten von 1 bis 6.

1. Halbjahr 2012 ▾

Jobcenter 2012	Vermittl./Beratung	Geldleistungen	Mitarbeiter	Rahmenbed.	Jobcenter_Gesamt
BA-Gesamt	2,7	2,7	2,6	2,3	2,8
Land: Berlin	2,7	2,7	2,7	2,4	2,9
Berlin Friedrichshain-Kreuzberg	2,6	2,6	2,6	2,3	2,8
Berlin Lichtenberg	2,6	2,5	2,6	2,4	2,7
Berlin Marzahn-Hellersdorf	2,7	2,5	2,7	2,2	2,8
Berlin Mitte	2,9	3,0	2,7	2,7	3,0
Charlottenburg-Wilmersdorf	2,7	2,8	2,7	2,5	2,9
Neukölln	2,7	2,9	2,8	2,4	3,0
Pankow	2,7	2,5	2,6	2,1	2,7
Reinickendorf	2,7	2,7	2,6	2,2	2,7
Spandau	2,8	2,8	2,8	2,4	3,1
Steglitz-Zehlendorf	2,8	2,8	2,9	2,5	3,0
Tempelhof-Schöneberg	2,7	2,7	2,8	2,3	3,1
Treptow-Köpenick	2,8	2,9	2,8	2,4	2,9

Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen (ZKM)
<mailto:service-haus.zkm@arbeitsagentur.de>

2. Halbjahr 2012 ▾

Jobcenter 2012	Vermittl./Beratung	Geldleistungen	Mitarbeiter	Rahmenbed.	Jobcenter_Gesamt
BA-Gesamt	2,7	2,6	2,6	2,2	2,7
Land: Berlin	2,7	2,7	2,7	2,3	2,9
Berlin Friedrichshain-Kreuzberg	2,6	2,6	2,6	2,3	2,8
Berlin Lichtenberg	2,8	2,5	2,7	2,3	2,8
Berlin Marzahn-Hellersdorf	2,7	2,5	2,7	2,3	2,8
Berlin Mitte	2,7	2,9	2,7	2,5	2,9
Charlottenburg-Wilmersdorf	2,6	2,8	2,6	2,5	2,9
Neukölln	2,8	2,9	2,9	2,4	3,0
Pankow	2,8	2,7	2,6	2,2	2,8
Reinickendorf	2,7	2,6	2,6	2,2	2,7
Spandau	2,8	2,6	2,7	2,2	3,0
Steglitz-Zehlendorf	2,8	2,8	2,8	2,4	3,1
Tempelhof-Schöneberg	2,7	2,5	2,7	2,2	2,9
Treptow-Köpenick	2,8	2,8	2,7	2,4	2,9

Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen (ZKM)
<mailto:service-haus.zkm@arbeitsagentur.de>

3. Wo und in welcher Form werden die Ergebnisse der „Kundenbefragungen“ der BA in den Berliner Jobcentern der Öffentlichkeit vollumfänglich zugänglich gemacht?

Zu 3.: Beim Kundinnen- und Kundenzufriedenheitsindex handelt es sich um Organisationskennzahlen, die zur internen Steuerung der Jobcenter erhoben werden. Eine Veröffentlichung erfolgt daher nicht.

4. Mit welcher Befragungsart (schriftlich/ telefonisch) werden die „Kundenbefragungen“ der BA durchgeführt, wie ist der Befragungsturnus, wie ist die Größe der Stichprobe, welche Themen werden abgefragt und wie ist die Art der Fragen (bitte Interviewleitfaden/-fragebogen beifügen/ verlinken)

- a. Zu welchem Zeitpunkt ihres Kontakts mit den Jobcentern werden die „Kund_innen“ befragt? Findet eine Wiederholungsbefragung statt?
- b. In welcher Art und Weise werden aus den Ergebnissen der Befragungen „Kundenzufriedenheitsindices“ ermittelt und wie werden einzelne Fragen bei der Ermittlung des Wertes ermittelt?
- c. Welche Institute/ Firmen führen die Umfragen im Auftrag der BA durch?

Zu 4.: Pro Halbjahr und Jobcenter werden 100 Kundinnen und Kunden befragt. Zur Erzielung aussagekräftiger Ergebnisse benötigt man je Jobcenter und Jahr 200 erfolgreiche Interviews. Die Befragung führt ein externer Dienstleister über Telefoninterviews durch. Dabei werden, je nach Antwortverhalten, über komplexe Hinter-

grundstrukturen bestimmte Fragen (Filterfragen) nur an Teilgruppen gestellt. Der Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterstab des externen Dienstleisters wurde von ZKM (Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen) auf die Erhebung eingestimmt und – bezogen auf Fragebogen und Umgang mit der jeweiligen Kundinnen und Kundengruppe – geschult.

Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit den Jobcentern wird entscheidend durch die Dienstleistungsqualität beeinflusst. Kundinnen- und Kundenzufriedenheit ist definiert als Ergebnis eines Soll/ Ist-Vergleiches. Die Sollkomponente bildet die Erwartungen der Kundinnen und Kunden an die Jobcenter und deren Dienstleistung ab, die Ist-Komponente reflektiert die Beurteilung der realen Situation durch die Leistungsberechtigten. Kundinnen- und Kundenorientierung wird als multiattributives Konstrukt verstanden. Das globale Urteil ergibt sich aus dem Ergebnis der Bewertung einer Vielzahl unterschiedlicher Aspekte (z.B.: Erfahrungen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kontakte, Meinungen Dritter, etc.). Kundinnen- und Kundenzufriedenheit ist eine Einstellung, die stark vom ersten Eindruck abhängt, sich im Zeitverlauf der Kontakte mit dem Jobcenter weiter herausbildet und zeitlich relativ stabil bleibt.

Die Dienstleistungsqualität der Jobcenter steht im Zentrum der Untersuchung. Um eine hohe Praxisrelevanz und somit eine hohe Akzeptanz der Befragung zu erreichen, wurde auf Indikatoren wie Organisation und Ablauf von Prozessen, Umgang mit den Kundinnen und Kunden und Qualität der Arbeit großer Wert gelegt.

Die Befragung erfolgt unter erhebungsökonomischen Gesichtspunkten mit Hilfe von geschlossenen Fragen (Rating-Skalen). Die gewählte 6er-Skalierung ermöglicht eine ausreichende Differenzierung und Einschätzung der Situation.

Alle ausgewählten Items bilden die wesentlichen Faktoren Arbeit und Zusammenarbeit an der Schnittstelle Kundin/ Kunde – Mitarbeiterin/ Mitarbeiter ab. Evaluiert wird die Kundinnen- und Kundenwahrnehmung in den folgenden Dimensionen:

- Vermittlung/ Beratung
- Geldleistungen
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Rahmenbedingungen
- Informationsangebot
- Gesamtzufriedenheit

Zusätzliche statistische Angaben (Alter, Geschlecht, Schulbildung) und Co-Variablen (Jobcenter-Typ, Trägernummer, RD, BL) ermöglichen bei der Auswertung eine Segmentierung der Zielgruppe. Hieraus lassen sich auf Gesamtebene strategische Ausrichtungen ableiten.

Der Schutz der Privatsphäre und personenbezogener Daten ist für ZKM bei der Projektumsetzung von höchster Wichtigkeit. Diesen Aspekten wird durch verschiedene Sicherungsmaßnahmen Rechnung getragen, die mit dem Datenschutz abgestimmt sind. Dies sind unter anderem:

- Trennung der Verfahrensschritte.
- Identifikation der Befragten anhand weniger Merkmale.
- Personenmäßig (ZKM-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des jeweiligen Projektes) eingeschränkter Zugriff auf die Daten (Rollenkonzept).
- Kennwortschutz der Erfassungs- und Auswertungstools.
- Keine Reanonymisierungsmöglichkeit (aus Ergebnissen ist kein Rückschluss auf die Person des Befragten möglich - Trennung von Teilnehmerdaten und Antworten).
- Der Auftraggeber erhält die Ergebnisse lediglich in aggregierter Form.
- Bei Freitextfeldern ist eine Kontrolle und ggf. Korrektur persönlicher Rückschlüsse sichergestellt.
- Bei Online und Printbefragungen enthält der Fragebogen folgenden Hinweis: „Bitte beachten Sie bei offenen Kommentaren, dass diese unter Umständen dazu geeignet sind, Ihre Anonymität oder die eines Anderen aufzuheben.“ Zusätzlich erfolgt eine stichprobenartige Sichtung und ggf. Anonymisierung/ Löschung durch ZKM. Bei Telefonbefragungen erfasst der Dienstleister die Angaben neutral. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Dienstleisters werden diesbezüglich regelmäßig qualifiziert. Zusätzlich erfolgt eine stichprobenartige Sichtung durch das ZKM.

Siehe hierzu auch die beigelegte Anlage.

5. In welcher Art und Weise fließen die Ergebnisse der Befragungen der BA zur „Kundenzufriedenheit“ in die Zielsteuerung im SGB II ein?

- a) Welche Werte sind für 2011, 2012 und 2013 für die einzelnen Berliner Jobcenter vereinbart worden (bitte nach Jobcentern und Jahren aufschlüsseln)?
- b) Inwiefern haben die einzelnen Berliner Jobcenter 2011, 2012 und 2013 diese Zielwerte erfüllt/nicht erfüllt (bitte nach Jobcentern und Jahren aufschlüsseln)?
- c) Welche Konsequenzen hatte eine etwaige Nichterreichung der Zielwerte in den 2011, 2012 und 2013 für die einzelnen Berliner Jobcenter (bitte nach Jahren und Jobcentern aufschlüsseln)?

Zu 5.: Die Kundinnen- und Kundenzufriedenheit ist keine grundlegende Kennzahl, die in die Zielsteuerung der Jobcenter einfließt. Sie dient vielmehr dazu, der Geschäftsführung und Trägerversammlung Transparenz zu verschaffen, wie die Kundinnen und Kunden die Arbeit und die Organisation der gemeinsamen Einrichtung wahrnehmen und bewerten. Mithilfe der Daten können die Verantwortlichen identifizieren, ob Prozessabläufe und

Rahmenbedingungen modifiziert werden müssen, um die Kundinnen- und Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Ferner ist der Kundinnen- und Kundenzufriedenheitsindex ein Indikator, um zu überprüfen, ob die eingeleiteten Maßnahmen greifen oder dynamisch nachgesteuert werden muss.

6. Welchen Einfluss hat Berlin als kommunaler SGB-II-Träger auf die Methodik der „Kundenbefragungen“ der BA in den Berliner Jobcentern?

Zu 6.: Das Land Berlin hat hierauf keinen direkten Einfluss, sondern erhält über die Trägerversammlungen Kenntnis über die Befragungen.

7. Hat das Land Berlin als kommunaler SGB II-Träger seit 2005 eigene Befragungen zur Zufriedenheit der Leistungsbezieher_innen mit der Arbeit und den Leistungen der Berliner Jobcenter durchgeführt?

a. Wenn ja, wann, mit welchem Ergebnis und wo sind die Ergebnisse veröffentlicht (bitte beifügen/verlinken)?

b. Wenn nein, warum nicht und ist vorgesehen, derartige Befragungen künftig durchzuführen?

Zu 7.: Nein. In einer parallelen, durch das Land Berlin durchgeführten Erhebung zur Kundinnen- und Kundenzufriedenheit in den Berliner Jobcentern wird durch die Fachverwaltung kein Mehrwert gesehen. Die Kundinnen- und Kundenzufriedenheit im Jobcenter bezieht sich zudem im deutlich überwiegenden Anteil auf den Verantwortungsbereich der Bundesagentur für Arbeit. Es ist daher gegenwärtig nicht vorgesehen, derartige Befragungen durchzuführen.

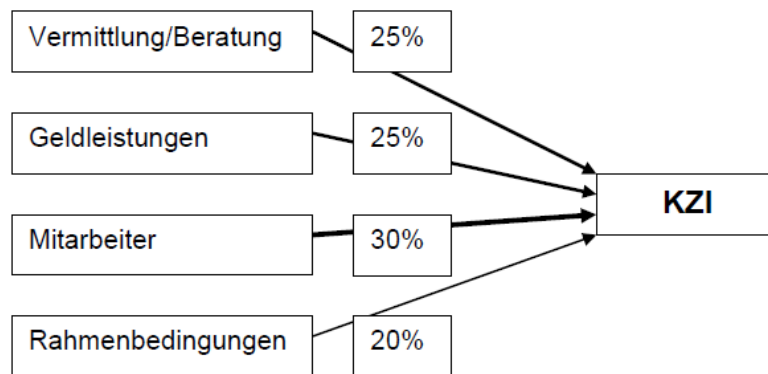
8. Sind dem Senat Befragungen zur Zufriedenheit der Leistungsbezieher_innen mit der Arbeit und den Leistungen der Berliner Jobcenter von unabhängigen Stellen bekannt? Wenn ja, um welche handelt es sich dabei, wie bewertet der Senat die Ergebnisse dieser Zufriedenheitsbefragungen durch unabhängige Stellen und welche Schlussfolgerungen zieht er daraus?

Zu 8.: Dem Senat sind keine unabhängigen Befragungen zur Zufriedenheit in den Berliner Jobcentern bekannt, die statistisch belastbar wären oder wissenschaftlichen Grundsätzen entsprechen.9. Inwiefern sind die Erkenntnisse der „Kundenbefragungen“ in den einzelnen Berliner Jobcentern in Maßnahmen der qualitativen Verbesserung der Leistungsgewährung eingemündet (bitte für jedes Jobcenter getrennt ausweisen)?

9. Inwiefern sind die Erkenntnisse der „Kundenbefragungen“ in den einzelnen Berliner Jobcentern in Maßnahmen der qualitativen Verbesserung der Leistungsgewährung eingemündet (bitte für jedes Jobcenter getrennt ausweisen)?

Zu 9.: Zu Controlling- und Steuerungszwecken wird ein Kundinnen- und Kundenzufriedenheitsindex (KZI) aus der gewichteten Summe der vier abschließenden Zufriedenheitsfragen Unterstützung, Leistung, Mitarbeiterin, Mitarbeiter und Rahmenbedingungen gebildet. Die Gewichtung der einzelnen Dimensionen entspricht der Kundinnen- und Kundenwahrnehmung. Die aktuelle Gewichtung sieht wie folgt aus:

Gewichtung der Themenbereiche im KZI (AN)



Es gibt keine zentrale standardisierte Auswertung darüber, welche Maßnahmen die einzelnen Berliner Jobcenter veranlasst haben, um gezielt Einfluss auf den Kundinnen- und Kundenzufriedenheitsindex zu nehmen. Jedes Jobcenter entscheidet selbst, welche Modifikationen in der Aufbau-, Ablauforganisation und den Rahmenbedingungen vorgenommen werden, um den Kundinnen- und Kundenbedürfnissen zu begegnen.

10. Welche Stellen waren an der Beantwortung dieser Kleinen Anfrage beteiligt?

Zu 10.: Das Referat II C der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen sowie die Regionaldirektion Berlin Brandenburg.

11. Haben Sie dem noch etwas hinzuzufügen?

Zu 11.: Nein.

Berlin, den 24. Juni 2013

In Vertretung

Barbara Loth
Senatsverwaltung für Arbeit,
Integration und Frauen

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 01. Jul. 2013)



Befragungsprojekt: Evaluation der Dienstleistungsqualität in den Jobcentern

Verfahren: Telefon-Befragung

Befragung von Arbeitnehmer-Kunden

im Auftrag von CF 1

Impressum

BA-Service-Haus
Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen (ZKM)
Nürnberg

Ansprechpartner
Patricia Lütke
Tel.: 0911 / 179-5653

Leitung ZKM
Dr. Klaus Kaden
Tel.: 0911 / 179-5657



Inhaltsverzeichnis

Inhalt

1.	Projektauftrag/Projektziel	4
2.	Auftraggeber	4
3.	Zielgruppe der Erhebung	4
4.	Dimension der Erhebung	4
5.	Zeitplanung	5
6.	Form und Methodik der Umsetzung	5
7.	Fragebereiche	5
8.	Auswertungskriterien	6
9.	Datenschutz und Datensicherheit	7
10.	Haushaltsmittel	8

1. Projektauftrag/Projektziel

Analog dem Bereich SGB III der BA werden Kundenbefragungen auch im Bereich SGB II als wichtiges und zuverlässiges Instrument zur Messung der Dienstleistungsqualität, der Kundenorientierung und -zufriedenheit genutzt.

So wird in regelmäßigen Abständen die Meinung der Kunden (Arbeitnehmer) zu den Kernelementen des Service- und Dienstleistungsangebotes der Jobcenter sowie deren Prozessabläufe eingeholt. Dies ermöglicht den Jobcentern, Stärken in der Arbeit und Zusammenarbeit zu erkennen und auszubauen, aber auch Schwachpunkte im prozessualen Wirken herauszuarbeiten und zu korrigieren. In diesem Zusammenhang ist es erforderlich, Beziehungen zu weiteren Elementen der Kundenorientierung (z.B. Kundenreaktionsmanagement, Expertengespräche, Mystery-Calling, etc.) herzustellen.

Kundenorientierung und die damit verbundene Messung der Dienstleistungsqualität gehören bei vielen Unternehmen bzw. öffentlichen Dienstleistern zu einem Standardinstrument der Qualitätssicherung und des Controlling.

2. Auftraggeber

Auftraggeber für die Erhebung ist die Zentrale der BA, CF1.

3. Zielgruppe der Erhebung

Befragt wird die Kundengruppe der Arbeitnehmer in den Jobcentern. Seit 2012 zählt neben Neu- und Wiederkunden, die Gruppe der Bestandskunden zur Zielgruppe der Evaluation. Daher befinden sich in der Datenziehung Kunden mit aktuellem Beratungstermin. Ausgeschlossen wird der Teil der Kundengruppe U25, der ausschließlich auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz ist.

Die Stichprobe wird aus dem aktuellen Datenbestand der Jobcenter (VerBIS) gezogen.

4. Dimension der Erhebung

Pro Halbjahr und Jobcenter werden 100 Kunden befragt. Zur Erzielung aussagekräftiger Ergebnisse benötigt man je Jobcenter und Jahr 200 erfolgreiche Interviews. Auf Ebene der gemeinsamen Einrichtungen entspricht dies einem Gesamtvolumen von rund 60.800 erfolgreichen Interviews.

5. Zeitplanung

Die Erhebung ist als turnusmäßige Befragung mit halbjährlicher Ergebnisveröffentlichung in KW 26 und KW 52 angelegt.

6. Form und Methodik der Umsetzung

Die Befragung führt ein externer Dienstleister über Telefoninterviews durch (CATI-Verfahren = Computer Assisted Telephone Interview). Das CATI-Verfahren ist ein „intelligentes“ Erhebungsinstrument, das den Interviewer durch den Fragebogen leitet. Dabei werden, je nach Antwortverhalten, über komplexe Hintergrundstrukturen bestimmte Fragen (Filterfragen) nur an Teilgruppen gestellt.

Der Mitarbeiterstab des externen Dienstleisters wurde von ZKM (Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen) auf die Erhebung eingestimmt und – bezogen auf Fragebogen und Umgang mit der jeweiligen Kundengruppe – geschult.

7. Fragebereiche

Die Zufriedenheit der Kunden mit den Jobcentern wird entscheidend durch die Dienstleistungsqualität beeinflusst.

Kundenzufriedenheit ist definiert als Ergebnis eines Soll/Ist-Vergleiches. Die Sollkomponente bildet die Erwartungen des Kunden an die Jobcenter und deren Dienstleistung ab, die Ist-Komponente reflektiert die Beurteilung der realen Situation durch den Kunden. Kundenorientierung wird als multiattributives Konstrukt verstanden. Das globale Urteil ergibt sich aus dem Ergebnis der Bewertung einer Vielzahl unterschiedlicher Aspekte (z.B.: Erfahrungen mit Mitarbeitern, Kontakte, Meinungen Dritter, etc.). Kundenzufriedenheit ist eine Einstellung, die stark vom ersten Eindruck abhängt, sich im Zeitverlauf der Kontakte mit dem Jobcenter weiter herausbildet und zeitlich relativ stabil bleibt.

Die Dienstleistungsqualität der Jobcenter steht im Zentrum der Untersuchung. Um eine hohe Praxisrelevanz und somit eine hohe Akzeptanz der Befragung zu erreichen, wurde auf Indikatoren wie Organisation und Ablauf von Prozessen, Umgang mit den Kunden und Qualität der Arbeit großer Wert gelegt.

Die Befragung erfolgt unter erhebungsökonomischen Gesichtspunkten mit Hilfe von geschlossenen Fragen (Rating-Skalen). Die gewählte 6er-Skalierung ermöglicht eine ausreichende Differenzierung und Einschätzung der Situation.

Alle ausgewählten Items bilden die wesentlichen Faktoren Arbeit und Zusammenarbeit an der Schnittstelle Kunde-Mitarbeiter ab. Evaluiert wird die Kundenwahrnehmung in den folgenden Dimensionen:

Vermittlung/Beratung
Geldleistungen
Mitarbeiter/innen
Rahmenbedingungen
Informationsangebot
Gesamtzufriedenheit

Zusätzliche statistische Angaben (Alter, Geschlecht, Schulbildung) und Co-Variablen (Jobcenter-Typ, Trägernummer, RD, BL) ermöglichen bei der Auswertung eine Segmentierung der Zielgruppe. Hieraus lassen sich auf Gesamtebene strategische Ausrichtungen ableiten.

8. Auswertungskriterien

Die Auswertung erfolgt auf Gesamt, RD, BL, Jobcenter-Typ und Jobcenter-Ebene.

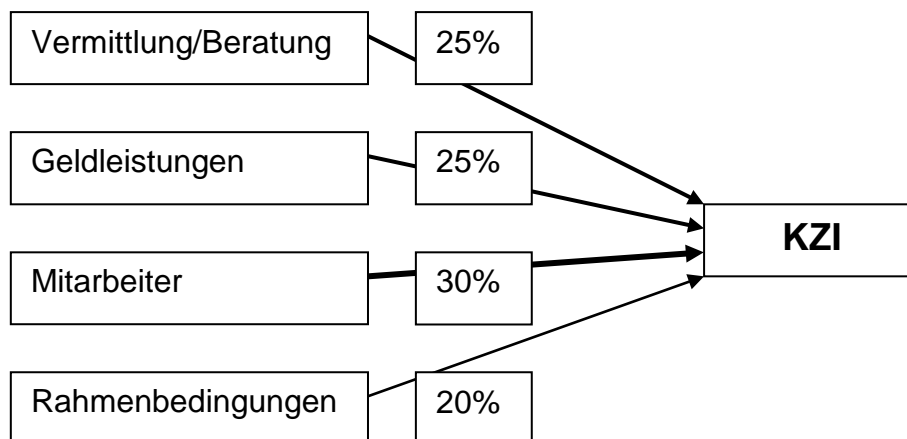
Ausgegeben wird der gleitende Jahreswert sowie der Halbjahreswert. Für die Beobachtung der Zufriedenheit mit der Dienstleistungsqualität ist es grundsätzlich empfehlenswert, den gleitenden Jahreswert heranzuziehen. Die Halbjahreswerte dienen lediglich als Erklärungshilfe, sollten extreme Veränderungen beobachtet werden.

Das Zentrum für Kunden- und Mitarbeiterbefragungen stellt die Ergebnisse auf dem Web-Server zur Verfügung. Dort sind auch Downloads der Auswertungsdateien möglich.

Des Weiteren befinden sich die Ergebnisse auch im Analysetool, zu dem man über den Web-Server gelangt. Es erlaubt eine differenzierte Darstellung der Einzelfragen für Quer- und Strukturvergleiche.

Zu Controlling- und Steuerungszwecken wird ein Kundenzufriedenheitsindex (KZI) aus der gewichteten Summe der vier abschließenden Zufriedenheitsfragen Unterstützung, Leistung, Mitarbeiter und Rahmenbedingungen gebildet. Die Gewichtung der einzelnen Dimensionen entspricht der Kundenwahrnehmung. Der KZI wird im SGBII - Cockpit des Bereiches Controlling abgebildet. Die aktuelle Gewichtung sieht wie folgt aus:

Gewichtung der Themenbereiche im KZI (AN)




Weitere Informationen und Wissenswertes rund um das Thema Befragungen (FAQs) erhalten Interessenten unter <http://zkm.web.dst.baintern.de/v81/faqs.php>.

9. Datenschutz und Datensicherheit

Der Schutz der Privatsphäre und personenbezogener Daten ist für ZKM bei der Projektumsetzung von höchster Wichtigkeit. Diesen Aspekten wird durch verschiedene Sicherungsmaßnahmen Rechnung getragen, die mit dem Datenschutz abgestimmt sind. Dies sind unter anderem:

- Trennung der Verfahrensschritte
 - Identifikation der Befragten anhand weniger Merkmale
 - personenmäßig (ZKM-Mitarbeiter des jeweiligen Projektes) eingeschränkter Zugriff auf die Daten (Rollenkonzept)
 - Kennwortschutz der Erfassungs- und Auswertungstools
 - keine Reanonymisierungsmöglichkeit (aus Ergebnissen ist kein Rückschluss auf die Person des Befragten möglich - Trennung von Teilnehmerdaten und Antworten)
 - Der Auftraggeber erhält die Ergebnisse lediglich in aggregierter Form.
 - Bei Freitextfeldern ist eine Kontrolle und ggf. Korrektur persönlicher Rückschlüsse sichergestellt.
 - Bei Online und Printbefragungen enthält der Fragebogen folgenden Hinweis: „Bitte beachten Sie bei offenen Kommentaren, dass diese unter Umständen dazu geeignet sind, Ihre Anonymität oder die eines Anderen aufzuheben.“ Zusätzlich erfolgt eine stichprobenartige Sichtung und ggf. Anonymisierung/Löschung durch ZKM.
- Bei Telefonbefragungen erfasst der Dienstleister die Angaben



neutral. Die Mitarbeiter des Dienstleisters werden diesbezüglich regelmäßig gebrieft und qualifiziert. Zusätzlich erfolgt eine stichprobenartige Sichtung durch das ZKM.

10. Haushaltsmittel

Für die Erhebung stehen die erforderlichen Haushaltsmittel zur Verfügung.