

Ergebnisse

Im Projekt sollen konkrete Maßnahmen und Empfehlungen entwickelt werden, wie Beschäftigte in der Interaktion mit Kund*innen, aber auch die Dienstleistungsunternehmen einen respektvollen Umgang mit ihrer Kundschaft etablieren können. Dabei geht es um die Gestaltung der Interaktion selbst (Wie gibt man Respekt, wie fordert man Respekt ein?) wie auch der betrieblichen Rahmenbedingungen.

Die Ergebnisse und Erfahrungen des Projektes sollen in praxisfähige und damit unmittelbar nutzbare Produkte überführt werden. Die im Projekt entwickelten Produkte sollen bereits während der Laufzeit des Projektes in die Einzelhandelsbranche und nach Projektende in andere Dienstleistungsbereiche transferiert werden:

- Wissenschaftliche Erkenntnisse zur Bedeutung von Respekt in Dienstleistungsbeziehungen
- Ein institutionalisiertes Weiterbildungsangebot zum Thema Respekt für Beschäftigte und Vorgesetzte
- Beratungsangebote für Unternehmen zur Schaffung respektvoller Interaktionsbedingungen
- Beratungsangebote für Beschäftigte zum Umgang mit belastenden Situationen
- Ein Tool für die Gefährdungsbeurteilung in Hinblick auf belastende Beziehungen zu den Kund*innen
- Spezifische Veranstaltungen zur Sensibilisierung von Unternehmen für das Thema Respekt

Mit der Veranstaltung „1. Deutscher Tag des Respekts in der Dienstleistung“ (Arbeitstitel) soll der Startschuss für weitergehende Aktivitäten in Wirtschaft und Gesellschaft gegeben werden.

Verbundpartner*innen



Bildung schafft Zukunft

Deutsche Angestellten-Akademie GmbH

DAA Westfalen (Konsortialführung)
Herforder Str. 74, 33602 Bielefeld

Kurt-Georg Ciesinger

+49 171 1796720

kurt-georg.ciesinger@daa.de



Technische Universität Dortmund

Fakultät Sozialwissenschaften
Sozialforschungsstelle

Dr. Edelgard Kutzner

edelgard.kutzner@tu-dortmund.de



Arbeit & Gesundheit e.V., Hamburg

Michael Gümbel

guembel@arbeitundgesundheit.de



Handelsverband Nordrhein-Westfalen

Westfalen-Münsterland e.V., Dortmund

RA Thomas Schäfer

t.schaefer@hv-wm.de



Service- und Dienstleistungen

B. Frieling Service- und Dienstleistungen

GmbH & Co. KG, Coesfeld

Rita Gehrman

gehrmann.rita@hagebau-frieling.de

Verbundprojekt

#RespectWork

Entwicklung gegenseitigen Respekts
in der Kundeninteraktion zur
Verbesserung von Arbeits- und
Dienstleistungsqualität

www.respectwork.de



Dieses Projekt wird im Rahmen des Programms „Zukunft der Arbeit“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds gefördert und vom Projektträger Karlsruhe (PTKA) betreut. Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Autor*innen.



Problem

In vielen Dienstleistungsberufen nimmt der direkte Umgang mit Kund*innen einen großen Teil der Arbeit ein. Beschäftigte berichten in den letzten Jahren dabei von einer zunehmenden Respektlosigkeit der Kund*innen, die in einem fordernden oder gar herausfordernden Verhalten mündet. Aber auch Kund*innen fühlen sich oftmals nicht respektvoll behandelt, wenn es etwa um die sorgfältige und umsichtige Behandlung ihrer Anliegen geht. Es entsteht ein Teufelskreis aus gegenseitigen Respektlosigkeiten, die sich bis zu aggressivem Verhalten aufschaukeln können. Dies ist für die Beschäftigten auf Dauer eine höchst belastende Situation – und hat für die Dienstleistungsunternehmen erhebliche negative Auswirkungen auf Produktivität und Qualität.

Das zugrundeliegende Phänomen des (mangelnden) gegenseitigen Respekts ist bislang in der Arbeits- und Dienstleistungsforschung noch nicht thematisiert worden. Sowohl für die Beratung von Beschäftigten als auch Betrieben fehlen bisher ausreichende, praxisgerechte Konzepte zur Bearbeitung dieser speziellen Thematik. Betriebliche Akteur*innen sehen sich hier häufig kaum in der Lage, den damit verbundenen Herausforderungen adäquat zu begegnen. Diese Forschungs- und Gestaltungslücke soll durch das Vorhaben geschlossen werden. Im Projekt soll am Beispiel des Einzelhandels das Thema „Respekt in der Dienstleistungsbeziehung“ untersucht werden. Der Einzelhandel ist mit ca. 300.000 Unternehmen, gut 480 Mrd. Euro Jahresumsatz, knapp 3 Mio. Beschäftigten und etwa 160.000 Auszubildenden der drittgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland.

Idee

Ziel des Projektes ist es, die Rahmenbedingungen der Dienstleistungsinteraktion wie auch das konkrete Verhalten von Dienstleistenden und ihrer Kundschaft so zu gestalten, dass gegenseitiger Respekt erzeugt bzw. gefördert wird. Es geht vor allem darum, Voraussetzungen für respektvolle Interaktion zu schaffen. Wissenschaftlich soll der Frage nachgegangen werden, wie sich Respekt (bzw. respektloser Umgang) entwickelt und wie die Beschäftigten, die Betriebe, auch die Branchenvertretungen und die Gesellschaft eine neue Einstellung zu Respekt in der Interaktion zwischen Kund*in und Dienstleister*in entwickeln können.

Vorgehen

Die einzelnen Arbeitsschritte werden durch ein interdisziplinäres Team (Sozialwissenschaft, Psychologie, Betriebswirtschaft, Arbeitswissenschaft) in enger Kooperation mit der Praxis bearbeitet. Zur Sicherstellung der Praxisfähigkeit der Analysen, Ergebnisse und Produkte wird bereits zu Projektbeginn ein Kreis aus interessierten Handelsunternehmen eingerichtet, der das Projekt konstruktiv und kritisch begleitet. Die Aufgaben des Kreises sind in der ersten Phase die Erweiterung des Analysefeldes, später der Test und die Evaluation der entwickelten Konzepte und Instrumente und in der Schlussphase des Projektes der Transfer.

Handlungsfelder

Verbesserung des Umgangs mit der Kundschaft

- Wie können Dienstleistungsversprechen der Betriebe z.B. in der Werbung gestaltet werden, die auch in der Wahrnehmung der Kundschaft ehrlich eingehalten werden können?
- Wie kann die Ansprache der Kundschaft gestaltet werden, dass diese sich vom Betrieb und den Beschäftigten ihrerseits respektvoll behandelt fühlt?

Qualifizierung der Beschäftigten, Führungskräfte und Interessenvertretungen

- Wie können Beschäftigte in Qualifizierungsmaßnahmen lernen, mit (schwierigen) Kund*innen umzugehen?
- Was können Vorgesetzte dazu beitragen, dass ihre Mitarbeiter*innen respektvoll behandelt werden?
- Was kann ein Betriebsrat dazu beitragen, dass Respekt in der Dienstleistungsarbeit gefördert wird?

Optimierung der betrieblichen Organisation

- Wie kann die Dienstleistungssituation so gestaltet werden, dass das Verhalten der Beschäftigten für die Kundschaft nachvollziehbar und verständlich ist?
- Wie kann Streit mit der Kundschaft geschlichtet werden, wie kann das Personal vor Übergriffen geschützt werden?
- Wie können die betrieblichen Rahmenbedingungen so entwickelt werden, dass sie zu einem respektvollen gegenseitigen Umgang beitragen?

Unterstützender Einsatz von Technik

- Wie kann die Interaktion zwischen Kundschaft und Verkaufspersonal mit neuen technischen Hilfsmitteln respektvoll gestaltet werden?

Im Ergebnis sollen praxisfähige und auf andere Branchen übertragbare Informations-, Bildungs- und Beratungsprodukte entwickelt werden, die eine respektvolle Interaktion auf verschiedenen Interventionsebenen unterstützen und so zu einer Verbesserung der Arbeits- und Dienstleistungsqualität beitragen.

1 Analyse
von Arbeitsstrukturen, Arbeitsbedingungen und Interaktionssituationen in Unternehmen des Einzelhandels

2 Entwicklung und Erprobung
von Konzepten zur respektvollen Interaktion zwischen Beschäftigten und Kund*innen

3 Transfer in Praxis und Wissenschaft
durch Informations-, Weiterbildungs- und Beratungsangebote, wissenschaftliche Beiträge