Gewalt durch Kunden –

Ansatzpunkte zur Verbesserung der Bewältigungskompetenz der Mitarbeiter

Referenten:
Ferdinand Balke
Prof. Dr. Silke Surma

Agenda

- Was ist überhaupt „kritisches“ Kundenverhalten?
- Analysemethoden
- Was können Unternehmen tun? Ansatzpunkte?

Gewalt am Arbeitsplatz – Quelle: BAUA (2018)

Gewalt durch Dritte ist gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Die Täter sind **Außenstehende** (z. B. Patienten, Kunden, Klienten, Pflegebefohlene), keine Kollegen.
- Schädigung des Opfers **wird vom Täter beabsichtigt oder** bei Verfolgung anderer Ziele **in Kauf genommen oder der Täter ist unzureichend steuerungsfähig** (zum Beispiel unter Drogeneinfluss).
- Gefährdung der Sicherheit und Gesundheit des Beschäftigten durch schwere **Beleidigung, Bedrohung, körperliche Verletzung.**

STUDIE ZEIGT, WER BESONDERS BETROFFEN IST

Zunehmende Gewalt gegen Mitarbeiter des Öffentlichen Dienstes

VON NJEMA DRAMMEH
Redakteurin | KOMMUNAL
17. FEBRUAR 2020

Mitarbeiter des Öffentlichen Dienstes werden immer wieder beleidigt, bedroht oder angegriffen. Eine Studie zeigt nun, wer besonders betroffen ist.

Archiv > Deutsches Ärzteblatt > 35-36/2018 > Gewalt gegen Ärzte: Gewappnet für den Ernstfall

POLITIK

Gewalt gegen Ärzte: Gewappnet für den Ernstfall

Dtsch Arztebl 2018; 115(35-36): A-1524 / B-1284 / C-1276

Schmitt-Sausen, Nora

Artikel | Briefe & Kommentare | Statistik

Verbale Gewalt, Drohungen, gar Übergriffe sind Alltag in Praxen geworden. Ärzte und Mitarbeiter kann es jeden Tag treffen. Doch sie können sich vorbereiten.

n-tv

16.09.2016 07:19

Immer mehr Angriffe auf Mitarbeiter

Bahn rüstet gegen "Durchgeknallte" auf

Statt 500 sollen künftig 4200 Sicherheitskräfte eingesetzt werden.
dpa

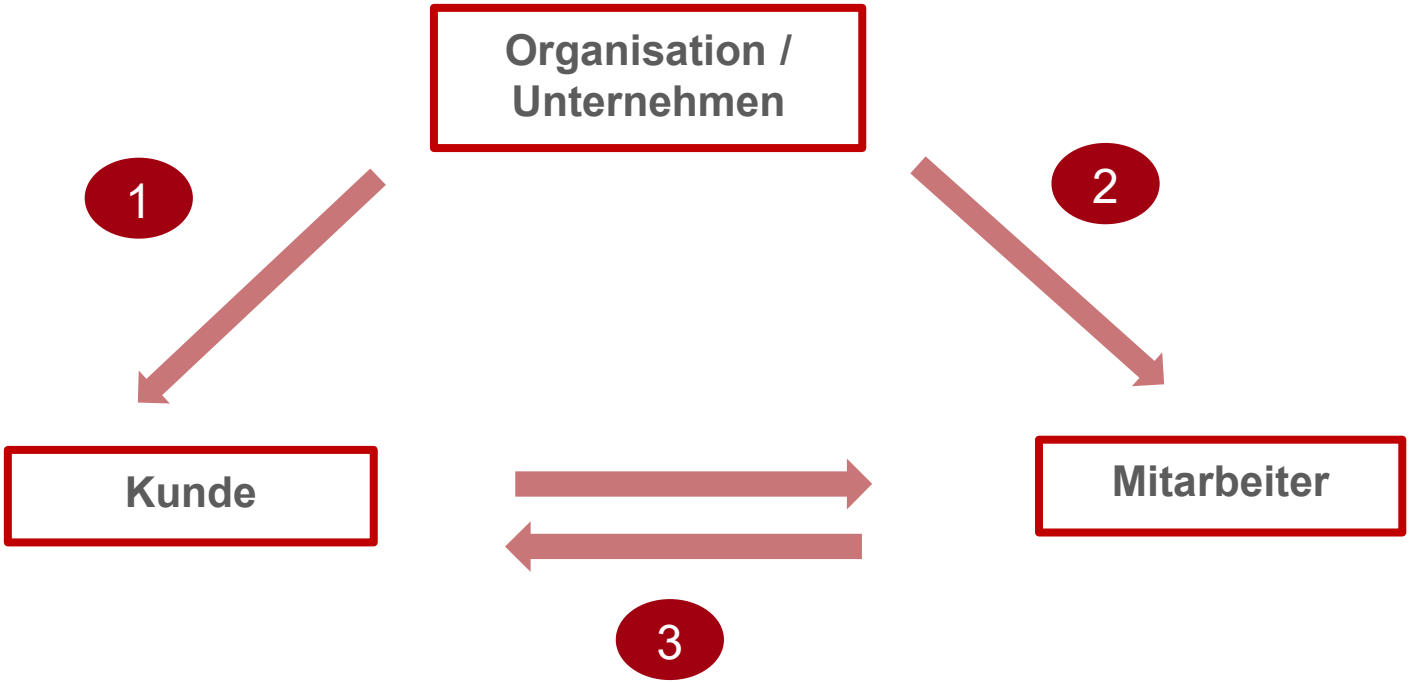
Was können Unternehmen tun…. ?

Critical customer management

critical customer management

= **Dienstleistungsmanagement-Ansatz**, der die Erhaltung und Förderung der Gesundheit von Dienstleistungsmitarbeitern zum Ziel hat.

Akteure und Spannungsfelder im Dienstleistungsdreieck



Präventionsmaßnahmen

1

Verhütung von Aggressionsstaus bei den Kunden durc

- Kundenfreundlichkeit dem Dienstleistungsrahmen entsprechend
- Realistische Leistungsangebote
- Transparenz (Abläufe, Informationen, Beteiligte, Erwartungshaltung, etc.)
- Gestaltung der Wartezeiten
- Gestaltung der Umgebung (Klima, Belüftung)
- Ansprechpartner
- aber auch „eindeutiges Statement“

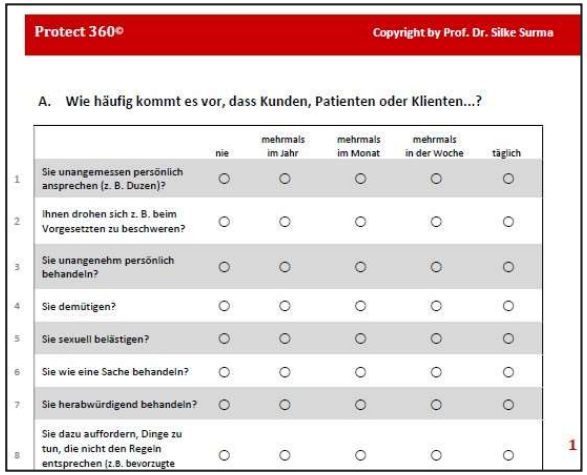
Analyse

>> kann z. B. auch im Rahmen der psychologischen Gefährdungsbeurteilung erfolgen!

2

Analysemethoden:

- Fragebogen (Screening)
- Workshops + Experteninterviews



Protect 360© Copyright by Prof. Dr. Silke Surma

A. Wie häufig kommt es vor, dass Kunden, Patienten oder Klienten...?

		nie	mehrmals im Jahr	mehrmals im Monat	mehrmals in der Woche	täglich
1	Sie unangemessen persönlich ansprechen (z. B. Duzen)?	○	○	○	○	○
2	Ihnen drohen sich z. B. beim Vorgesetzten zu beschweren?	○	○	○	○	○
3	Sie unangenehm persönlich behandeln?	○	○	○	○	○
4	Sie demütigen?	○	○	○	○	○
5	Sie sexuell belästigen?	○	○	○	○	○
6	Sie wie eine Sache behandeln?	○	○	○	○	○
7	Sie herabwürdigend behandeln?	○	○	○	○	○
8	Sie dazu auffordern, Dinge zu tun, die nicht den Regeln entsprechen (z.B. bevorzugte	○	○	○	○	○

1

Stress- und Emotionsregulation

3

Protect © -

Stress- und Emotionsbewältigung beim Umgang mit schwierigen Kunden

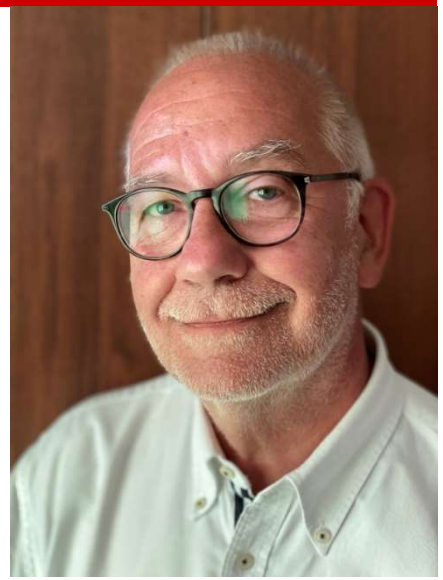
Zielsetzung:

- Verbesserung der Emotionsregulationskompetenz (Wut, Ärger, Angst) in und nach kritischen Situationen mit Kunden

3

Der SAVER – Ansatz (F. Balke - KIM Training)

>> Servicetraining und Deeskalation alles in einem Ansatz



Service	Wir sind kompetent und gut vorbereitet	Wir überzeugen im 1. Eindruck	Wir sind präsent und freundlich	Wir sind aufmerksam, aktiv und offen für Alle(s)	Wir bewahren bei Unregelmäßigkeiten Ruhe und handeln sicher, souverän und sachlich	Wir sind loyal zum Unternehmen und unterstützen uns gegenseitig
Austausch	Sprache ist unser Instrument zur Deeskalation	Situation beschreiben, nicht bewerten	Nicht von oben herab	Aktiv zuhören	Auf Distanzzonen achten	Keine Drohungen aussprechen - Optionen aufzeigen
Verhalten	Wir sind selbstbewusst	sachlich	lösungsorientiert	gradlinig	höflich	korrekt
Eigensicherung	Unsere eigene Sicherheit hat immer oberste Priorität	Wir achten auf alle Reaktionen in unserem Umfeld	Unser Gefahrenradar ist immer aktiv	In nicht-kalkulierbaren Situationen unternehmen wir keine Alleingänge. Wir fordern Unterstützung an und warten auf Verstärkung	In eskalierenden Situationen geht Eigensicherung und Sicherung Unbeteiligter dem Schutz von Sachwerten vor	In Konfliktsituationen zwischen zwei Parteien wahre ich Neutralität und ergreife nicht Partei
Rechtslage	Jedermannsrecht	Hausordnung	Hausrecht Hausfriedensbruch	Notwehr / Nothilfe	Erschleichung von Leistung	Beleidigung

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Institut für
Arbeitspsychologie & Organisationsgestaltung
Prof. Dr. Silke Surma
Am Derkmannsstück 43
58239 Schwerte

mobil: 0176 511 74 588
E-Mail: surmasilke@gmail.com

http://www.bgm-surma.de

balke training
Werkstr. 1
58135 Hagen

Tel.: 02331-42047
Fax: 02331-902565
E-Mail: info@kunde-im-mittelpunkt.de

http://kunde-im-mittelpunkt.de

Quellenverzeichnis

Die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (2018). Gewalt am Arbeitsplatz. Abgerufen am 08.09.2018 unter https://www.baua.de/DE/Themen/Arbeitsgestaltung-im-Betrieb/Gefaehrdungsbeurteilung/ Expertenwissen/Sonstige-Gefaehrdungen/Gewalt/Gewalt_dossier.html?pos=1

Arnold, J. & Manz, R. (2007). Analyse und Prävention gewalttätiger Übergriffe im Kundenverkehr. In: Metz, R. (Hrg.). Psychologie der Arbeitssicherheit und Gesundheit. Arbeitsschutz, Gesundheit und Wirtschaftlichkeit. Kröning, Asanger, S. 391– 394.

Inqa. (2008) Gewaltfreier Arbeitsplatz. Handlungsempfehlung zur Implementierung einer Unternehmenspolicy. http://www.inqa.de/SharedDocs/PDFs/DE/Publikationen/gewaltfreier-arbeitsplatz.pdf;jsessionid=D6FE2FAC416CBB9BA9CB6F31E32DE283?__blob=publicationFile

Dormann, C. & Zapf, D. (2004). Customer-Related Social Stressors and Burnout. Journal of Occupational Health Psychology, 9, (1), 61-82.

Holtgrewe, U. & Voswinkel, St. (2002). Kundenorientierung zwischen Mythos, Organisationsrationalität und Eigensinn der Beschäftigten, in: Dieter Sauer (Hg.): DIENST – LEISTUNG(S) – ARBEIT – Leistung und Kundenorientierung in tertiären Organisationen. Reihe ISF-München-Forschungsberichte. München, 99–118.

OSHA (2007). Expertenbefragung zu neu auftretenden psychosozialen Risiken für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit. Factsheet 74 der Europäischen Agentur für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz. http://osha.europa.eu/publications/factsheets

Semmer, N. & Jakobshagen, N. (2003). Selbstwert und Wertschätzung als Themen der arbeitspsychologischen Stressforschung. In K.-C. Hamborg & H. Holling (Eds.), Innovative Personal- und Organisationsentwicklung (pp. 131-142). Göttingen: Hogrefe.

Semmer, N. & Jakobshagen, N. (2009). Wer schätzt eigentlich wen? Kunden als Quelle der Wertschätzung am Arbeitsplatz. Wirtschaftspsychologie, (1), 11-19.

Surma, S. (2015).„Wenn der Fahrgast persönlich wird“. Beitrag in intakt, Magazin der Eisenbahn und Verkehrsgewerkschaft (EVG), Ausgabe 2, März 2015

Surma, S. (2012). Selbstwertbelastungen durch kritische Kundenkontakte. Journal Psychologie des Alltagshandelns / Psychology of Everyday Activity, Vol. 5 / No. 1, 38 - 52.

Surma, S. (2011). Selbstwertmanagement: Psychische Belastung im Umgang mit schwierigen Kunden. Gabler: Wiesbaden

Voswinkel, S. (2001). Anerkennung und Reputation: Die Dramaturgie industrieller Beziehungen; mit einer Fallstudie zum Bündnis für Arbeit. Konstanz: UVK-Verl.-Ges. (Univ., Habil.-Schr.--Duisburg, 1999.).

Voswinkel, S. (2005). Welche Kundenorientierung?: Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit (Vol. 59). Berlin:ed. sigma.