

A

Die zu erreichenden Kennzahlen den Mitarbeitern **kommunizieren**

Interventionspunkte • • • **des Controllings**
Kernprozess der Berufsberatung

Kommunikation zwischen den Ebenen (TL/BL)

B

C

Transparenz über die Abläufe schaffen

Worum geht es?

Durch den politischen Auftrag der BA ist es notwendig, den Erfolg der (L)BB in irgendeiner Form messbar zu machen. Dabei muss eine ganzheitliche Betrachtung erfolgen, da es schlussendlich um den Nutzen für unsere Kunden geht.

Bisher wurde die (L)BB über die Einmündungsquote messbar gemacht und kontrolliert. Es stellt sich jedoch die Frage, ob tatsächlich das gemessen wird, was gemessen werden soll. Nur wie kann tatsächlich festgestellt werden, ob die Einmündungsquote eine sinnvolle Kennzahl ist?

Anwendung des Instruments/ Analyse

Im ersten Schritt haben wir uns mit Kennzahlen beschäftigt und was eine gute Kennzahl ausmacht. Anschließend haben wir anhand unserer Ergebnisse eine Bewertungsmatrix erstellt.

Um das Ergebnis besser einordnen zu können, wurde die Einmündungsquote außerdem mit dem Beratungsindex Jugendliche verglichen.

Nutzen für die BA

Gerade im Hinblick auf die Einführung der LBB sollte die Kundenzufriedenheit stärker in den Fokus rücken. Weiterhin kann durch eine verstärkte Kommunikation zwischen Controlling und den Berufsberatern für mehr Verständnis gesorgt werden. Sind die Ziele für alle klar definiert und kommuniziert, sowie die Gründe erkennbar, steht einer guten Zusammenarbeit nichts mehr im Weg.

Davon werden die Kunden ebenso profitieren, welche Grundlage für den Erfolg der (L)BB sind.

Interventionspunkte

A

Informationsveranstaltung

des Controllers für die (L)BB – Verständnis bei den Mitarbeitern schaffen

B

Performancedialog

zwischen TL, BL und Controlling – Druck auf den TL vermindern

C

C-TL-Meeting

als Austausch zwischen TL (L)BB und Controlling – Kommunikation und Transparenz schaffen

Bewertungsmatrix

Einmündungsquote

Beratungsindex

Kriterium	Gewichtung	Bewertung	Teilwert	Bewertung	Teilwert
Strategiebezug	25%	4	100	4	100
Komplexität	5%	3	15	4	20
Abdeckung	25%	2	50	5	125
Objektivität	20%	3	60	4	80
Qualität der Daten	15%	3	45	3	45
Beeinflussbarkeit	10%	1	10	3	30
	100%		<u>280</u> (56%)		<u>400</u> (80%)

- Bewertungsmatrix auf Grundlage der Literatur: Schäffer, U. & Weber J. WHU (Controlling & Management): *Mit den richtigen Kennzahlen steuern.*
- Aus drei Leitfragen wurden sechs Kategorien entwickelt; die Gewichtung wurde anhand der Betonung der Kriterien vorgenommen. Am prägnantesten waren der Strategiebezug und die Abdeckung des zu Messenden (-> 25%) und weniger häufig genannt wurde die Beeinflussbarkeit (-> 10%) sowie die Komplexität einer Kennzahl (-> 5%) welche obendrein mit Schwächen verbunden sind.
- Bewertung 1 bis max. 5 zur Berechnung des Teilwertes
- Vergleichskennzahl Beratungsindex auf Grundlage der Strategie 2020 (Qualität und Wirtschaftlichkeit betrachten)

Bewertungsvorgang

Einmündungsquote:

- Strategiebezug = 4 (benannt nicht weiter definiert)
- Komplexität = 3 (viele Daten z.B. Bewerberzahlen, Schulentlassene)
- Abdeckung = 2 (nur BBiG (Praktikum Studium etc. außer Acht))
- Objektivität = 3 (fehlende Definition (z.B. was ist ein Bewerber))
- Qualität = 3 (Fehlerquellen (Bewerberzahlen; Quoten über 100%))
- Beeinflussbarkeit = 1 (Kunden werden zu Bewerber)

Beratungsindex

- Strategiebezug = 4 (benannt, nicht klar definiert)
- Komplexität = 4 (drei Zeitpunkten)
- Abdeckung = 5 (Beratungsqualität ist vollumfänglich erfasst/definiert)
- Objektivität = 4 (Kundenobjektivität fragwürdig, Subjektive Meinungen)
- Qualität = 3 (Fehlerquellen aufgrund von Subjektivität der Kunden)
- Beeinflussbarkeit = 3 (Wirkung bei Kunden unbekannt; Qualität ist subjektiv)

- Gegenüberstellung: 280 von 500 Punkten für die Einmündungsquote (gute Kennzahl aber mit Potenzialen) und 400 von 500 Punkten für den Beratungsindex (100 Punkte fehlen, gute Kennzahl aber ebenfalls Potenzial)
- Beide Zahlen sind daseinsberechtigt; gemeinsame Betrachtung ist wichtig, Einmündungsquote allein ist keine gute Kennzahl zur Zielerreichung

Was noch gesagt werden muss:

Kommunikation untereinander fördern

Kundenorientierung

Technische Möglichkeiten und bereits bestehende Angebote nutzen

Transparenz ausbauen

Akzeptanz unter den Mitarbeitern schaffen

