

Digitaler Partner mit menschlicher Note

Die digitale Transformation ermöglicht es der Bundesagentur für Arbeit, wichtige Bürgerdienste zu verbessern, zu erweitern und individuell anzupassen.



Erfahrungen schaffen, die die Bürger suchen

Bei der deutschen Bundesagentur für Arbeit (BA) stehen die Menschen im Mittelpunkt. Jeden Tag gibt es 14.000 Beratungsgespräche, 55.000 Vermittlungsvorschläge, 95.000 Kundenanrufe und mehr als 15.000 Besuche in den Berufsinformationszentren. Die Agentur hilft den Menschen in Deutschland nicht nur dabei, den richtigen Arbeitsplatz oder die richtige Ausbildung zu finden, sondern hat sich auch das ehrgeizige Ziel gesetzt, die Menschen während ihres gesamten Berufslebens zu begleiten. Das bedeutet, dass sie ihnen von der Arbeitssuche und -vermittlung bis hin zur Kinderbetreuung, der Bewältigung von Zeiten der Arbeitslosigkeit und der Verfolgung von beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten zur Seite steht.

Um die Qualität ihrer Dienstleistungen zu verbessern und ihr Angebot zu erweitern, benötigte die Agentur eine starke, integrierte digitale Grundlage. Die Agentur war davon überzeugt, dass automatisierte Antworten auf Standardanfragen sowie eine 24/7-Online- und App-Verfügbarkeit die Sachbearbeiter entlasten würden, damit sie sich auf das konzentrieren können, was wirklich wichtig ist: die Unterstützung und Beratung von Menschen in allen Phasen ihrer beruflichen Laufbahn und die Entwicklung von BA-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu lebenslangen Karriere-Coaches in diesem Prozess.

Die Digitalisierung war für die Bundesagentur für Arbeit kein neues Konzept. Die Behörde hatte bereits in den vergangenen zwei Jahrzehnten ihre Prozesse umfassend digitalisiert. Die neuen digitalen Tools und Prozesse waren jedoch noch nicht weit verbreitet. Lange Warteschlangen und schwerfällige, papierbasierte Prozesse waren immer allgegenwärtig.

Durch die COVID-19-Pandemie (und den damit verbundenen Einschränkungen bei der Erbringung persönlicher Dienstleistungen) musste die Behörde ihre digitale Transformation beschleunigen. Es galt, ein sicheres, digitales Erlebnis zu schaffen, wenn sich im Leben Unsicherheit zeigt.

Insbesondere musste sie neue digitale Dienste einführen, um eine höhere Nachfrage der Dienstleistungen zu bewältigen. Gleichzeitig sah die Agentur die Möglichkeit, ihr Personal und ihre Kundschaft besser für die Zukunft der Arbeit zu rüsten und durch die Integration ihrer digitalen Organisation den Menschen ein besseres Erlebnis zu bieten. Die Agentur war der Ansicht, dass dadurch nicht nur die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neue Fähigkeiten erwerben könnten, sondern auch den Bürgern bequemere, nahtlose, leichter zugängliche, personalisierte und kundenfreundlichere Dienstleistungen geboten würden.

Wenn Technik auf menschlichen Einfallsreichtum trifft

Ein erkenntnisorientierter Ansatz für die digitale Transformation

Die Bundesagentur für Arbeit hat sich mit Accenture zusammengetan, um ein nahtloses, benutzerfreundliches Bürgererlebnis zu schaffen, das eine menschliche Note bewahrt – "Zusammen schaffen wir das."

Accenture war gut positioniert, um zu helfen. Accenture verfügt nicht nur über fundierte Kenntnisse in der digitalen Konzeption und Implementierung, sondern auch über eine langjährige Erfahrung in der Unterstützung anderer öffentlicher Einrichtungen bei der digitalen Transformation. Wichtig war zudem die kontinuierliche, vertrauensvolle Beratungsbeziehung von Accenture mit der Behörde. Durch die Arbeit an anderen strategischen und technologischen

Projekten hatte Accenture ein wertvolles Verständnis für das Geschäftsmodell und die Technologieplattform der Bundesagentur für Arbeit gewonnen.

Mitarbeitende von Accenture schlossen sich schnell mit Kollegen der Behörde und öffentlich-privaten Dienstleistern zusammen, um in enger Zusammenarbeit personalisierte Dienstleistungen über digitale Kanäle zu entwickeln und bereitzustellen. Umfassende und häufige Umfragen bei internen und externen Stakeholdern lieferten wichtige Erkenntnisse, die in die digitale Strategie und Roadmap einfließen. Externe Umfragen unter Kund:innen der Behörde - von denen sich viele in stressigen, COVID-19-bedingten Situationen befanden - halfen dem Berater-Team, sich auf die Lösungen

zu konzentrieren, die eine zukunftsfähige Arbeitnehmerschaft am besten unterstützen würden. Umfragen unter den internen Stakeholdern halfen dem Team nicht nur dabei, zu verstehen, wie die digitale Integration die Erfahrungen der Mitarbeiter verbessern und ihre Produktivität steigern könnte, sondern auch, die Zustimmung der Sachbearbeiter zu gewinnen und die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass sie die neuen Tools und Prozesse annehmen würden.

Mit diesen Erkenntnissen ausgestattet, entwickelte das Projektteam schnell benutzerfreundliche und leicht zugängliche mobile und App-basierte Funktionen. Dazu gehören vollautomatisierte interaktive Assistenten (Chatbots), basierend auf KI, die Kundenanfragen beantworten und sie mit

Hilfe natürlicher Sprache zu den entsprechenden Diensten weiterleiten. Das Team verbesserte auch die virtuelle Arbeitsmarktplattform der Agentur, die Profile von Arbeitssuchenden mit regelmäßig aktualisierten Datenbanken für berufliche Qualifikationen und lokalen und regionalen Arbeitsmarktdaten kombiniert.¹ Um die Akzeptanz der neuen Funktionen zu fördern, startete das Team eine umfassende Kommunikationskampagne für Sachbearbeiter und Antragsteller gleichermaßen. Diese Bemühungen trugen auch dazu bei, dass sich die Behörde als Partnerin für eine lebenslange Karriere präsentierte, die den Bürgern die Betreuung und Unterstützung bietet, die sie während ihres gesamten Arbeitslebens benötigen.



Einschlag mit Höchstgeschwindigkeit

Bessere Services, schnell geliefert

Die Bundesagentur für Arbeit hat zwar schon vor Jahrzehnten mit der Digitalisierung ihrer Dienste begonnen, doch in jüngster Zeit hat sich die Geschwindigkeit der Umsetzung und Einführung deutlich erhöht. Innerhalb von vier Wochen hat das Team einen neuen Chatbot entwickelt und in Betrieb genommen. Und in nur zwei Wochen brachte das Team eine mobile App auf den Markt, um dem schnellen Anstieg der Kurzarbeit zu Beginn der Pandemie zu begegnen.

Seit der Einführung der neuen digitalen Angebote konnte die Agentur einen Anstieg der Online-Arbeitslosenansprüche um 300.000 im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019 verzeichnen.² Über diesen Kanal werden inzwischen mehr als 52 % aller Anträge gestellt. Darüber hinaus können Bürger:innen und Sachbearbeiter:innen nun problemlos auf die benötigten Informationen und Formulare in einer integrierten digitalen Umgebung zugreifen und diese gemeinsam nutzen. Self-Service-Lösungen sind besonders wichtig, wie die 320.000 Nutzer-Chatbot-Konversationen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2021 zeigen.³

Ebenso einfach kommen Bürger:innen und Sachbearbeiterinnen nun an die benötigten

Informationen und Formulare und können diese in einer integrierten digitalen Umgebung gemeinsam nutzen. Lange Wartezeiten und ineffiziente manuelle Prozesse gehören der Vergangenheit an und werden durch automatisierte Self-Service-Lösungen ersetzt, die die Geschwindigkeit und die Qualität der Dienstleistungen für die Bürger verbessern. Die neue digitale Umgebung ermöglicht es der Behörde auch, insgesamt effizienter zu arbeiten. Im Jahr 2020, als COVID-19 die Ausgaben für die Unterstützung bedürftiger Menschen fast verdoppelte, sanken die Verwaltungskosten der Behörde sogar.

Der Erfolg – und die Schnelligkeit des Projekts – sind auf mehrere Faktoren zurückzuführen. Entscheidend war das Engagement der Agentur für die Verbesserung ihrer digitalen Dienstleistungen und die Entlastung der Sachbearbeiter, die mehr Beratungs- und "Karriere-Coaching"-Funktionen übernehmen sollten. Ebenso wichtig war die Zusammenarbeit zwischen der Kollegschaft der Behörde, den Fachleuten von Accenture und den Dienstleistungsanbietern der Behörde. Gemeinsam wurde die Vision des Programms umgesetzt und die Entwicklung der mobilen App reibungslos verwaltet, die schnelle Bereitstellung des Chatbots sichergestellt und das gesamte digitale Erlebnis bereitgestellt.

Die digitale Transformation der Bundesagentur für Arbeit geht weiter. Schon jetzt gibt es Pläne, die physischen und digitalen Angebote der Behörde zusammenzubringen, künstliche Intelligenz einzuführen, um weitere Innovationen voranzutreiben, und noch mehr personalisierte Erfahrungen zu ermöglichen. Die Grundlagen dafür sind geschaffen. Als Nächstes steht die vollständige Umgestaltung des digitalen Kerns an, die es der Behörde ermöglichen wird, effizienter zu arbeiten und die derzeitigen und künftigen Arbeitskräfte in Deutschland besser auszustatten.

... und der Chatbot? Er wird stetig verbessert und um Dienste für die Kinderbetreuung erweitert. Er unterstützt die Bürger:innen nun also nicht nur in Krisenzeiten, wenn es um Geld und Existenzängste geht, sondern er ist auch da, um den Eltern den Alltag mit einem neuen Lebensbürger zu erleichtern. Denn das ist seine Aufgabe: Die Bürger:innen in allen Lebenssituationen zu unterstützen.

¹ <https://www.accenture.com/de-de/case-studies/public-service/bundesagentur-fuer-arbeit>

² <https://www.linkedin.com/posts/activity-6767457036687945728-WZmE/>

³ <https://www.arbeitsagentur.de/presse/2021-23-deutscher-digitaltag-2021-die-ba-foerdert-digitale-teilhabe>