

Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Fakultät für Angewandte
Sozialwissenschaften



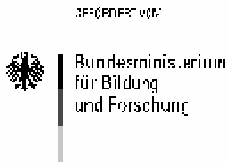
Forschungsschwerpunkt
SOZIAL • RAUM • MANAGEMENT

Öffnung des Wohnquartiers für das Alter

Entwicklung einer kommunikativen Informationsinfrastruktur zur Überbrückung struktureller Lücken im Sozialraum

Teilbericht: Handlungsleitfaden für die Umsetzung der Informationsinfrastruktur im Wohnquartier

Herbert Schubert
Sigrid Leitner
Beate Schönbrodt
Katja Veil
Marina Vukoman



Das diesem Bericht zugrundeliegende Forschungsvorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 17S02X10 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Das Projekt wurde von der Stadt Köln, Amt für Soziales und Senioren als Praxispartner unterstützt.

Projektleitung und -bearbeitung:

Prof. Dr. Dr. Herbert Schubert (Projektleitung)

Prof. Dr. Sigrid Leitner

Beate Schönbrodt M.A.

Dr. Katja Veil (Projektkoordination)

Dipl. Soz. Arb. Marina Vukoman

Fachhochschule Köln
Fakultät für Angewandte Sozialwissenschaften
Forschungsschwerpunkt Sozial • Raum • Management
Mainzer Straße 5
50678 Köln
<http://www.f01.fh-koeln.de/srm>
<http://www.sozial-raum-management.de>

Köln, Februar 2014

Arbeitspapier Nr. 48

Inhalt

1.	Funktion und Ziele der Informationsinfrastruktur (ÖFFNA)	3
1.1	Strategie 1: Informationsverbreitung	5
1.2	Strategie 2: konkrete Vermittlung	6
2.	Handlungsleitfaden für den Transfer der Informationsinfrastruktur im Wohnquartier	7
2.1	Bedarfsbestimmung und Sozialraumbeschreibung	8
2.2	Einrichtung einer Koordination	8
2.3	Einbindung von Beratungsstellen im Sozialraum	9
2.4	Auswahl und Gewinnung von Vermittlern	10
2.5	Einführung der Vermittler und Netzwerkarbeit	13
3.	Anhang: Arbeitshilfen	15
3.1	Musterfragebogen Sozialraumgenerator (Befragung)	15
3.2	Musteranschreiben Vermittler	17
3.3	Materialien Einführung	18
3.4	Muster Informationsmaterialien für die Vermittler	19
	Abbildungsverzeichnis	20

Abstract

Die Studie „Öffnung des Wohnquartiers für das Alter“ (ÖFFNA) entstand im Rahmen der Förderlinie „SILQUA-FH“ des BMBF-Programms „Forschung an Fachhochschulen“. Sie liefert einen Beitrag zum thematischen Bereich „Förderung der Lebensqualität / Infrastruktur / soziale Prävention“. Als soziale Innovation wurde ein gemeindenahes Infrastrukturmodell im Sozialraum des Wohnquartiers entwickelt und erprobt, das der Ressourcenstärkung und der Förderung der Lebensqualität älterer Menschen in der häuslichen Umgebung dient. Das geplante Vorhaben folgte dem Kernziel der Förderrunde 2010, innovative Lösungen für die Planung und Steuerung von wohnortnahen Hilfeangeboten auf der lokalen Ebene zu entwickeln.

Der Forschungsschwerpunkt Sozial • Raum • Management im Institut für angewandtes Management und Organisation in der Sozialen Arbeit der Fachhochschule Köln hat im Projekt „Öffnung des Wohnquartiers für das Alter“ mit der Abteilung für Senioren und Behinderte im Amt für Soziales und Senioren der Stadt Köln kooperiert. Es wurde die Idee einer „kommunikativen Informationsinfrastruktur“ im Sozialraum des Wohnviertels und Stadtteils entwickelt und mit Erkenntnissen zur Lebenssituation im Alter begründet. Im Blickpunkt stehen ältere Menschen, die in ihrer privaten Lebensführung zurückgezogen leben, wenig in lokale Beziehungsnetzwerke involviert sind und die von Informationen und Angeboten der Altenhilfeträger bisher nicht erreicht werden. Mit dem Infrastrukturmodell soll vermieden werden, dass solche Personen unerkannt in Notsituationen geraten, aber auch sichergestellt werden, dass sie kontinuierlich über Gelegenheiten zur erfolgreichen Bewältigung ihrer Lebenssituation informiert werden. Die infrastrukturelle Brückenverbindung zu Älteren dient nicht nur der Sicherung von Grundbedürfnissen nach Kontakt, Zugehörigkeit und Anerkennung, sondern auch der Förderung und Unterstützung endogener Selbsthilfepotenziale in dieser Bevölkerungsgruppe. Im Vordergrund dieser Überlegungen steht eine möglichst frühzeitige Auseinandersetzung mit dem Älterwerden, mit Altersperspektiven und mit der Übernahme von Verantwortung für die persönliche Zukunft. Das entwickelte Modell zeigt Perspektiven für die Sozialplanung auf, dass zwischen privater Lebensführung im Alter und öffentlicher Daseinsvorsorge der Altenhilfe wirkungsvoll vermittelt werden kann, indem zurückgezogen lebende ältere Menschen aus dem lokalen Umfeld unterstützt werden, sich umfassend zu informieren und Chancen zur Mitgestaltung von Angeboten und Beratungen gemäß ihren Bedürfnissen wahrzunehmen.

Danksagung

Das gesamte Forschungsteam sowie die Praxispartner bedanken sich bei den Akteuren, die maßgeblich an dem Gelingen des Projekts beteiligt waren:

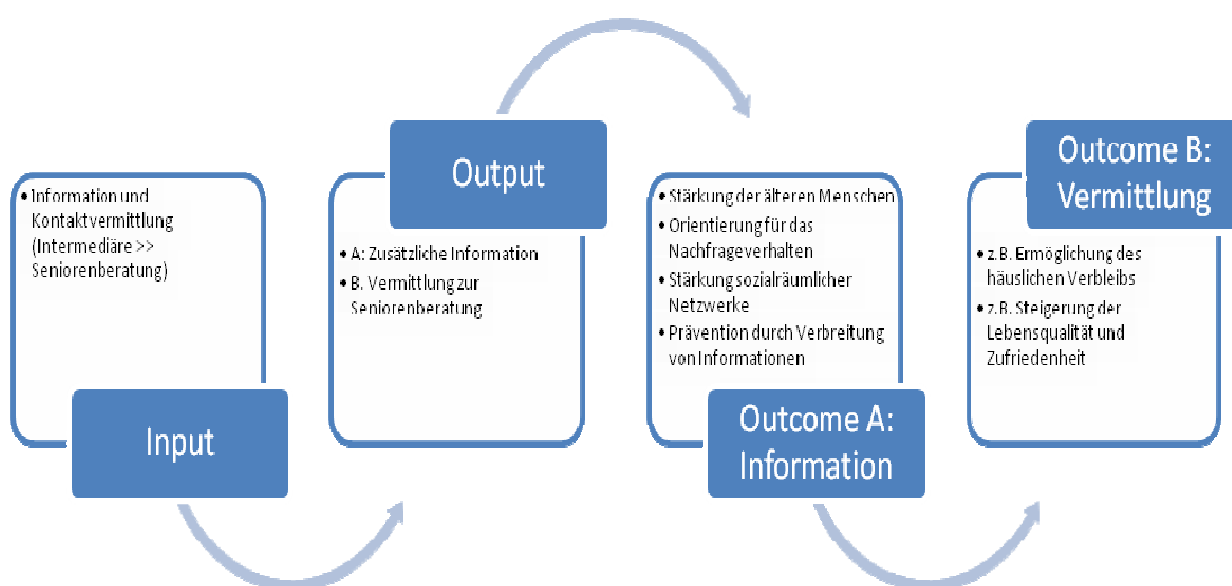
Wir bedanken uns bei den Vertreterinnen und Vertretern der Träger der Wohlfahrtsverbände, die Seniorenarbeit am Standort Köln Ehrenfeld leisten: Frau von der Linde (DRK Kreisverband Köln e.V.), Frau Schönewolf (Diakonie Köln und Region) sowie Herr Roggendorf (Caritasverband für die Stadt Köln e.V.). Außerdem geht der Dank an die engagierten Mitarbeiterinnen der Seniorenberatung Ehrenfeld: Frau Außem, Frau Gerads, Frau Goy-Peuler sowie Frau Scheiner.

Nicht zuletzt bedanken wir uns insbesondere bei den engagierten Akteuren, Geschäftsinhabern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die eine Projekterprobung in Köln Ehrenfeld möglich gemacht haben: Apotheke im Kaufland, Arztpraxis Dr. Demir, Arztpraxis Kallenberg, Bäckerei Merzenich, Friseur Velly, Kiosk Pamuk, Lenau-Apotheke, Moselstübchen, Wein- und Gemüsehandel Gharavi.

1. Funktion und Ziele der Informationsinfrastruktur (ÖFFNA)

Die im ÖFFNA-Projekt entwickelte Informationsinfrastruktur verfolgt als zentrales Ziel, bereits bestehende Potenziale im Sozialraum oder Wohnquartier zu nutzen, um ältere Menschen zu erreichen, die bisher nicht über die lokalen (Beratungs-) Angebote informiert sind. Das Informationsdefizit älterer Menschen führt dazu, dass dieser zurückgezogene Personenkreis nicht an den Angeboten partizipieren kann. Das sogenannte strukturelle Loch wird mit diesem Ansatz geschlossen. Dabei ist es unerheblich, ob bereits ein Unterstützungsbedarf besteht oder dieser erst später oder gar nicht eintritt (präventiver Ansatz).

Abbildung 3: Wirkungsmodell der ÖFFNA-Informationsinfrastruktur



Als Potenziale im Wohnquartier sind insbesondere Personen gemeint, die mit uninformierten älteren Menschen in einem alltäglichen Kontakt stehen: z.B. Geschäftsinhaber/innen, Verkäufer/innen, Ärztinnen und Ärzte und Apotheker/innen sowie weitere lokale Dienstleister. Sie fungieren als „Vermittler“.

Darüber hinaus können auch andere wichtige Infrastrukturen wie z.B. Migrantenorganisationen und Freizeiteinrichtungen in die Strategie eingebunden werden. Die Auswahl der Vermittler hängt dabei von der jeweiligen Situation im Wohnquartier ab und sollte vorab überprüft werden. Die identifizierten Personen vermitteln im besten Fall zwischen den älteren Menschen und den sozialen Angeboten der Altenhilfe. Geeignete Vermittler sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Läden oder Praxen *Gelegenheiten zu persönlichen Gesprächen* bieten. Im Rahmen von Gesprächen mit älteren Menschen werden an den ausgewählten Orten Informationen über die Seniorenberatung vermittelt. Der Anlass dazu ergibt sich aus Gesprächssituationen, in denen persönliche Probleme angesprochen werden. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gelegenheiten nehmen die Vermittlungsrolle ein und verweisen auf weiterführende Beratungsangebote, über die sie ein grundlegendes Hintergrundwissen haben. Daher können Rückfragen – in begrenztem Rahmen – beantwortet werden.

Im Zeitraum von September 2012 bis April 2013 wurde die ÖFFNA-Strategie erprobt. In der Erprobungsphase waren 9 Vermittler beteiligt, darunter 2 Arztpraxen, 2 Apotheken, ein Friseurgeschäft, eine Einzelhandelsgeschäft, eine Bäckereifiliale, eine Gaststätte und ein Kiosk. Im Rahmen von Gesprächen mit älteren Menschen wurden an diesen Orten Informationen über die Seniorenberatung vermittelt. Dabei wurde eine Informationskarte übergeben, die über die Ansprechpartner/innen der Seniorenberatung im Stadtteil informiert. Die kommentierte Übergabe der Informationen erfolgte durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Gelegenheiten, die zuvor über eine Einführung Kenntnisse über die Anbieter von Beratungsleistungen erlangt hatten.

Durch die Überreichung der Karte im persönlichen Gespräch entsteht eine persönliche Beziehung zwischen dem Vermittler und den angesprochenen älteren Menschen. Neben der reinen Information wird es auch als Signal wahrgenommen, dass in den ansonsten unverbindlichen Beziehungen zu den dienstleistenden und gewerblichen Akteuren im Stadtteil Unterstützungspotenziale stecken und dass sie ein Interesse zeigen, das über die Käuferrolle in einem Geschäft oder über die Patientenrolle in einer Praxis hinaus ins Persönliche weist. Es kann mit einem präventiven Effekt gerechnet werden, weil die Vermittler in einem Notfall eher angesprochen werden und dann den Weg zu Beratungsangeboten bedarfsbezogen öffnen können.

Durch die strukturierte Vermittlung und den wiederholten Kontakt mit den Fachkräften der Beratungsinstanzen werden die Vermittelnden einerseits für die Belange ihrer Kunden bzw. Patienten sensibilisiert und andererseits zu einer gelingenden Vermittlung motiviert. In der Erprobungsphase wurde Folgendes deutlich:

Erfolgsfaktoren der Informationsübergabe sind:

- eine respektvolle Kommunikation und die Zuwendung zu den Kunden und Patienten;
- die Balance zwischen professioneller Distanz und persönlicher Beziehung.

Barrieren bei der Informationsentgegennahme sind:

- eine Abwehrhaltung des älteren Menschen gegenüber dem Angebot von Hilfeleistungen;
- eine demenzielle Erkrankung;
- eine zu späte Ansprache, weil der Kontakt – z.B. wegen eines eingetretenen Notfalls – abgebrochen wurde.

Erfolgsfaktoren der Vermittlung sind:

- Vermittlung durch einen Arzt bzw. eine Ärztin;
- direkte Übergabe der persönlichen Kontaktdaten an die Seniorenberatung mit Einwilligung der betroffenen Person;
- aktive Kontaktaufnahme zu den Beratungsfällen durch die Seniorenberatung.

Außerdem mündeten die Gelegenheiten und die dort durchgeführten Überreichungen und Vermittlungen in zwei Strategien:

Informationsverbreitung in Gelegenheiten, in denen relativ unverbindlich Informationen zur Seniorenberatung weitergegeben werden (d.h. *Apotheken/ Einzelhandel/ Dienstleister/ Gastronomie, etc.*): Es geht hierbei vor allem um einen generellen präventiven Effekt, der durch die Information entsteht. Denn dadurch werden diejenigen älteren Menschen erreicht, die bisher keinen Zugang zu diesen Informationen hatten. Darüber hinaus gewinnen die Gelegenheiten den Charakter von Unterstützungspotenzialen im Sozialraum.

Konkrete Vermittlung in Gelegenheiten, in denen relativ verbindlich zur Seniorenberatung vermittelt wird (d.h. *Allgemeinarztpraxen*): Empfehlenswert erscheint eine direkte Kontaktaufnahme des Arztes bzw. der Ärztin zur Seniorenberatung – im expliziten Einverständnis mit der betroffenen Person. Die Hemmschwelle, sich aktiv bei der Seniorenberatung anmelden zu müssen, wird dadurch überwunden – stattdessen meldet sich die Seniorenberaterin bei der vermittelten Person.

1.1 Strategie 1: Informationsverbreitung

Diese Strategie wird auf Gelegenheiten zu persönlichen Gesprächen fokussiert. Das Potenzial zur Vermittlung von Informationen ist mittel bis hoch ausgeprägt. Ein Bezug zur Altenhilfe besteht nicht, so dass keine fachlich qualifizierte Information erwartet werden kann. Eine hohe Besucherfrequenz erhöht die Informationsverbreitung, ist aber kein Auswahlkriterium für diesen Typ.

Gelegenheiten können z.B. sein:

- Bäckerei
- Friseur
- Gastronomie
- Kiosk

Strategie (Input)

Im Rahmen von Gesprächen mit älteren Menschen werden bei Bedarf Informationen über Beratungsangebote vermittelt (vgl. Informationsmedium). Der Anlass dazu ergibt sich aus Gesprächssituationen, in denen persönliche Probleme angesprochen werden. Die Mitarbeitenden verweisen dann auf weiterführende Beratungsangebote, über die sie grundlegendes Hintergrundwissen (vgl. Einführung) haben. Daher können Rückfragen – in begrenztem Rahmen – beantwortet werden. Für die Umsetzung der Strategie ist die Bereitschaft der Geschäftsführung zur Auslage bzw. Bereitstellung von Informationen sowie Zeitressourcen zur Verfügung zu stellen, notwendig. Die Informationsverbreitung erfolgt durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Gelegenheiten, die über Einführungen Kenntnis über die Anbieter von Beratungsleistungen erlangt haben.

Erwartete Ergebnisse (Output)

Ältere Menschen, die im Sozialraum kommunizieren, erhalten *kommentierte Informationen* (Informationsmedium). Durch die Information wird der Zugang zu Beratungsmöglichkeiten verbessert und damit

eine selbstbestimmte Lebensführung grundsätzlich unterstützt. Im Vergleich zur unkommentierten Weitergabe von Informationen, können die Angebote auf einem allgemeinen Niveau erklärt und Unklarheiten oder Missverständnisse reduziert werden. Barrieren zum Altenhilfesystem können durch die persönliche Kommunikation mit einer vertrauten Person abgebaut und damit der Zugang erleichtert werden.

1.2 Strategie 2: konkrete Vermittlung

Infrastrukturen mit einem hohen Vermittlungspotenzial und Bezug zur Altenhilfe können Informationen im persönlichen Gespräch vermitteln. Ein Bezug zur Altenhilfe bedeutet hier allgemein gefasst, dass die Gelegenheit bereits zur Versorgung älterer Menschen mit Hilfebedarf beiträgt. In diesen Gelegenheiten können die fachlich fokussierten Leistungen erweitert werden und eine Vermittlung zu weiterführenden Angeboten erfolgen (z.B. Arzt leitet zur Wohnraumberatung weiter).

Gelegenheiten mit Bezug zum Altenhilfesystem, die in der Haushaltsbefragung als wichtige Kontaktpunkte im Sozialraum genannt wurden sind:

- Arztpraxis
- Apotheke in begrenztem Rahmen
- Grundsätzlich: Angebote mit altenhilfeprofessionellen Hintergrund

Strategie (Input)

Im Rahmen der Versorgung älterer Menschen werden bei Bedarf Informationen über weiterführende Beratungsangebote spezifisch vermittelt. Der jeweilige Bedarf ergibt sich in der jeweiligen Gesprächssituation. Die Mitarbeiter verweisen auf weiterführende Beratungsangebote. Rückfragen werden qualifiziert beantwortet und spezifische Angebote empfohlen. Eventuell kann eine direkte Vermittlung auch im Rahmen eines Beratungsgesprächs in der Gelegenheit erfolgen (z.B. Anruf bei Beratungen für ältere Menschen). Bei der spezifischen Vermittlung in vertraulichen Gesprächen ist bei der Kommunikation im öffentlich zugänglichen Raum die Wahrung der Privatsphäre zu beachten (z.B. Apotheke). Für die Umsetzung der Strategie ist wie bei der allgemeinen Vermittlung die Bereitschaft der Geschäftsführung notwendig, Informationen bereit und Zeitressourcen zur Verfügung zu stellen. Die Vermittlung von Informationen erfolgt durch die Mitarbeitenden in den Gelegenheiten, die persönliche Gespräche mit den älteren Menschen führen.

Erwartete Ergebnisse (Output)

Ältere Menschen, die im Sozialraum kommunizieren, erhalten wie bei der Informationsverbreitung *kommentierte Informationen* (Informationsbroschüre). Fachlich spezifische Leistungen für ältere Menschen werden mit weiterführenden Leistungen verbunden. Im Vergleich zur allgemeinen Information erfolgt die Weitergabe von Informationen spezifisch, d.h. fachlich qualifiziert und verbindlich. Die Versorgung älterer Menschen wird von den Vermittlern integriert betrachtet und bisherige Leistungen ergänzt.

2. Handlungsleitfaden für den Transfer der Informationsinfrastruktur im Wohnquartier

Der Aufbau dieser Informationsinfrastruktur erfordert neben dem personellen Einsatz und der Netzwerkbildung im Sozialraum vor allem eine strukturierte Vorgehensweise. Die gewonnenen Ergebnisse und Erfahrungen aus der Erprobungsphase wurden zum Anlass genommen, einen Leitfaden für die Implementierung des ÖFFNA-Modells in anderen Städten und Wohnquartieren zu erstellen. Wie bereits erwähnt, müssen die Gegebenheiten im Wohnquartier individuell berücksichtigt werden, um eine passende Umsetzung des Modells zu initiieren.

Folgende Vorgehensweise wird in diesem Handlungsleitfaden vorgestellt:



Abbildung 2-1: Vorgehensweise für die Infrastrukturentwicklung

2.1 Bedarfsbestimmung und Sozialraumbeschreibung

Vor der Strategieumsetzung muss ein Überblick über geeignete Wohnquartiere, Sozialräume oder Stadtteile, in denen das ÖFFNA Modell implementiert werden soll, gewonnen werden, indem entsprechende Daten gesammelt und analysiert werden.

Es wird empfohlen, die Informationsinfrastruktur auf benachteiligte Sozialräume zu konzentrieren, da hier Menschen mit besonderem Unterstützungsbedarf überproportional vertreten sind.

Handlungsempfehlungen:

- Datensammlung zur **Sozialstruktur älterer Menschen**
- Überblick über **Angebotsstrukturen und Infrastrukturausstattung**
- Erstellung einer Liste von geeigneten **Kooperationspartnern** und Unterstützern, die für die Strategieentwicklung hilfreich sein können

2.2 Einrichtung einer Koordination

Die Koordination arbeitet mit den Trägern der Beratungsstellen zusammen und vermittelt zwischen den Beteiligten. Dabei wird ein Austausch mit den Trägern der Beratungsangebote gewährleistet, zu denen die älteren Menschen vermittelt werden sollen. Die Koordination ist für den Aufbau der Informationsinfrastruktur und die Auswahl der geeigneten Vermittler zuständig. Empfohlen wird, dass die Koordination die Erstansprache der Vermittler übernimmt. Diese Person sollte nach der Einschätzung von Experten eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter der Kommune sein.

Die Koordination versorgt die Vermittler der „Allgemeinen Vermittlung“ periodisch mit aktualisierten Informationsmedien und steht als Ansprechpartner zur Verfügung. Die Koordination bereitet die Einführungen vor und begleitet die Seniorenberaterinnen bei der Durchführung. Weiterhin werden von der Koordination die Qualitätssicherung, die Verwaltung der Finanzen sowie die Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. Die Aktualisierung und Erweiterung der Infrastruktur, d.h. das Finden neuer Vermittler und ihre Einführung sollte im Abstand von jeweils 3 Jahren erfolgen.

Handlungsempfehlungen

- ✓ Beauftragung einer Koordination der Informationsinfrastruktur in den ausgewählten Sozialräumen

Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt

In der Erprobungsphase wurde die Koordination vom Forschungsschwerpunkt Sozial • Raum • Management der Fachhochschule Köln durchgeführt. Zum Erfolg trug bei, dass die Koordination die Erstansprache der Vermittler leistete. Dies bedeutete eine Entlastung der Seniorenberatungen, außerdem konnten so eventuell bestehende Abwehrhaltungen gegenüber Trägern der Altenhilfe abgebaut werden und die Trägerneutralität des Angebots der Seniorenberatung in den Vordergrund gestellt werden.

Aufgabe der Koordination	Zeitlicher Aufwand pro Sozialraum
Auswahl Vermittler <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung Informationsmaterial • Vorauswahl der Vermittler • Kontaktaufnahme mit Vermittlern 	ca. 90 h (alle 3 Jahre), d.h. 30h/Jahr im Durchschnitt
Einführung der Vermittler <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung des Schulungskonzepts • Vorbereitung Gruppenveranstaltung 	ca. 90 h (alle 3 Jahre), d.h. 30h/Jahr im Durchschnitt
Koordination im Sozialraum	Ca. 10 h pro Jahr

2.3 Einbindung von Beratungsstellen im Sozialraum

Für die Informationsinfrastruktur müssen im Sozialraum geeignete Kooperationspartner gewonnen werden. Dies betrifft vor allem die Frage, an wen vermittelt werden soll bzw. über was informiert werden soll. In Köln stellt die Seniorenberatung einen zentralen Wegweiser für ältere Menschen dar. In anderen Kommunen müssen geeignete Beratungsstellen und Anlaufpunkte je nach der Ressourcenausstattung der Kommune bzw. des Sozialraums gefunden und eine Zusammenarbeit initiiert werden. Die Beratungsangebote stellen einen direkten, personenbezogenen Kontakt zu den Vermittlern her; dafür müssen zeitliche Ressourcen bereitgestellt werden. Die zeitlichen Ressourcen entscheiden darüber, wie viele Vermittler in welcher Intensität in die lokale Infrastruktur eingebunden werden können.

Handlungsempfehlungen

- ✓ **Definition des Informationsziels**
Identifikation und Auswahl von geeigneten Beratungs- und Informationsangeboten, zu denen vermittelt werden soll.
- ✓ **Kooperationsvereinbarungen mit Leistungserbringern**
Vereinbarungen über die Einbindung der Beratungsangebote (insbesondere die zeitlichen Ressourcen) auf der Leitungsebene der Leistungserbringer
- ✓ **Einbindung der Mitarbeitenden im Sozialraum**
Frühzeitige Kommunikation über den Aufbau der Informationsinfrastruktur auf der Arbeitsebene (d.h. Beraterinnen und Berater)
- ✓ **Information von weiteren lokalen Akteuren**
Information von weiteren Akteuren, die weiterhin hilfreich sein können, z.B. Vorstellung des Projekts an „runden Tischen“.

Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt

Mit der Durchführung der Erprobungsphase wurden verschiedene Wohlfahrtsverbände beauftragt. Im Stadtbezirk Ehrenfeld bieten der Caritasverband, das Deutsche Rote Kreuz und die Diakonie gemeinnützige GmbH Köln und Region die Beratung an. In Gesprächen mit der Leitungsebene wurde der entstehende Arbeitsaufwand eingeschätzt und eine entsprechende Freigabe von zeitlichen Ressourcen vereinbart. Als Hemmnis stellte sich eine zu späte Einbindung der Seniorenberatungen dar. Dies führte anfangs zu einer geringen Identifikation mit dem Projekt und Bedenken gegenüber dem zusätzlich entstehenden Arbeitsaufwand. In der Erprobungsphase wurden einer Seniorenberaterin 3 Vermittler zugeordnet, d.h. es konnten 9 Vermittler eingebunden werden.

Folgender Zeitaufwand kann dabei angenommen werden (vgl. Einführung der Vermittler und Netzwerkarbeit)

Zeitlicher Aufwand	Spezifische Vermittlung	Allgemeine Vermittlung
Einführungen für Vermittler	60 Min. je Einführung im Einzelgespräch	180 Minuten je Einführung als Gruppenveranstaltung
Durchschnittlicher Aufwand für Einführungen pro Jahr	Eine Einführung alle 3 Jahre 20 Min. je Vermittler als Mittelwert pro Jahr	keiner
Durchschnittlicher Aufwand für Rücksprachen pro Jahr	30 Min. je Vermittler für Rücksprachen	keiner

2.4 Auswahl und Gewinnung von Vermittlern

Für die Umsetzung der Strategie ist in den Gelegenheiten die Bereitschaft der Geschäftsführungen notwendig, den älteren Kundinnen und Kunden Informationen zur Verfügung zu stellen. Die Vermittlung von Informationen erfolgt durch die Mitarbeitenden in den Gelegenheiten der Geschäfte und Praxen, die im Rahmen einer inhaltlichen Einführung mit der Informations- und Vermittlungsaufgabe vertraut gemacht werden. So erhalten sie differenzierte Kenntnisse über die Angebote von Beratungsleistungen im Sozialraum. Die Vermittler sollen insbesondere die identifizierte Zielgruppe der zurückgezogen lebenden älteren Menschen erreichen und persönliche Signale des Bedarfs wahrnehmen (zum Beispiel: im Gespräch gemachte Andeutungen, zunehmende Vernachlässigung des Äußeren). Wichtige Infrastrukturen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie im alltäglichen Leben von Bedeutung sind. Diese wurden durch die Besuchs- sowie Gesprächsfrequenz, unabhängig mit welchen Personen, innerhalb der Infrastrukturen festgestellt.

Die Haushaltsbefragung hat ergeben, dass ältere Menschen, die wenige Informationen über soziale Dienstleistungen besitzen, über ein geringes Einkommen verfügen und eher wenig in Form von Mitgliedschaften in Vereinen und in der Übernahme ehrenamtlicher Tätigkeiten partizipieren. Weiterhin sind in dieser Gruppe der männliche Anteil sowie der Anteil von Personen mit ausländischer Nationalität sehr hoch.

Daher sollten die Infrastrukturen so gewählt werden,

- dass alle *älteren Menschen unabhängig vom ökonomischen Kapital* erreicht werden können. Dazu ist es notwendig, auch die Gelegenheiten in die Strategie einzubeziehen, deren Kundschaft zu dieser Zielgruppe gehören.
- dass eine *geschlechtsspezifische Ansprache* stattfinden kann. Daher sollten Gelegenheiten, die gezielt Frauen oder Männer zu ihrer Kundschaft zählen, mit in den Blick genommen werden.
- dass für *ältere Menschen mit Migrationshintergrund* eine adäquate Ansprache stattfinden kann. Zu diesen Gelegenheiten zählen beispielsweise Migrantenorganisationen, Moscheen und Ärzte aus den Herkunftsländern sowie Geschäfte mit landestypischem Sortiment.

Handlungsempfehlungen

Das Ziel sollte eine Priorisierung von Gelegenheiten mit hohem Potenzial für die Vermittlung sein, ohne Verzicht auf eine möglichst vielfältige „Informationslandschaft“ (d.h. Differenzierung nach konkreter Vermittlung und Informationsverbreitung). Eine Minderung des Zeitaufwands ist durch die Bündelung der Einführung und Netzwerkarbeit für die "Informationsverbreiter" möglich. (vgl. Einführung der Vermittler und Netzwerkarbeit).

✓ **Vorauswahl der Vermittler**

- *Abschätzung einer realistischen Zahl von Vermittlern*, die eingebunden und betreut werden können (vgl. Einbindung von Beratungsstellen im Sozialraum)
- *Vorauswahl von spezifischen Vermittlern*: Recherche aller Hausarztpraxen
- *Vorauswahl von allgemeinen Vermittlern*: Recherche aller Apotheken, Ausfüllen des Sozialraumgenerators durch ältere Menschen im Sozialraum (vgl. Anlage: Auswahl und Gewinnung von Vermittlern)

✓ **Kontaktaufnahme und Kooperationsvereinbarung**

- Erstellung eines Anschreibens und selbsterklärenden Informationssets für die Vermittler (Aufgaben/Leistungen/Ansprechpartner der Seniorenberatungen)

✓ **Konkrete Vermittlung**

- Zusendung Schreiben und Informationsmaterialien
- Persönliche oder telefonische Ansprache (Eignung/ Teilnahmebereitschaft)
- Zuordnung der teilnahmebereiten Vermittler zu Beratungsstellen. Vereinbarung eines persönlichen Einführungstermins (weiter Einführung der Vermittler und Netzwerkarbeit)
- Im Hinblick auf die Akquisition der Vermittlergruppen, wie beispielsweise Ärzte, sollten Fortbildungsveranstaltungen und Anreizstrukturen entwickelt werden (z.B. Kooperation mit der Kassenärztlichen Vereinigung)

✓ **Informationsverbreitung**

- Zusendung der Schreiben und Informationsmaterialien
- Hinweis auf einen zentralen Einführungstermin für alle Vermittler

Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt

Folgendes Vorgehen zur Identifikation von geeigneten Vermittlern wurde im Rahmen des Forschungsprojekts durchgeführt.

1) Sozialraumgenerator

Durch die Verwendung des „Sozialraumgenerators“ (siehe Anhang 8.3) wurden in der Haushaltsbefragung Infrastrukturen ermittelt, die für die Entwicklung der Informationsinfrastruktur von Bedeutung sind. Die Ermittlung ist beispielsweise in Form von Passantenbefragungen möglich.

2) Beobachtungen im Sozialraum und Kundengespräche

Die Gelegenheiten, die in der Recherchephase ermittelt worden sind, werden im Anschluss daran im Rahmen einer teilnehmenden Beobachtung und im Rahmen von Kundengesprächen vor Ort nach ihrem Potenzial für die Informationsübergabe bewertet.

3) Anschreiben und Gespräche mit Inhabern bzw. Geschäftsführern

Um eine abschließende Einschätzung über geeignete Gelegenheiten für die Informationsinfrastruktur zu ermöglichen, ist eine Inhaberbefragung sinnvoll. Zur Zeitersparnis sollten Gespräche nur mit Inhabern bzw. Geschäftsführern in den Gelegenheiten mit mittlerem und hohem Vermittlungspotenzial durchgeführt werden (Vorauswahl). Die Gespräche erfolgen nach der Zusendung eines informativen Anschreibens (siehe Anhang 8.3). In diesem Rahmen kann auch die Teilnahme an der Strategie vereinbart werden. Im Allgemeinen korrespondiert die Eignung eines Vermittlers zur Informationsverbreitung bzw. konkreten Vermittlung stark mit seiner Bereitschaft teilzunehmen und dem subjektiv empfundenen Bedarf von Vermittlungen zu Beratungsangeboten.

Geeignete Vermittlertypen sind generell:

Konkrete Vermittlung	Informationsverbreitung
Gelegenheiten mit einer tragfähigen persönlichen Kundenbeziehung und Bezug zum Gesundheitssystem und/oder zur Altenhilfe	Gelegenheiten mit einer tragfähigen persönlichen Kundenbeziehung und Interesse an der Vermittlungstätigkeit
<ul style="list-style-type: none"> - Hausarztpraxen - Gesundheitszentren 	<ul style="list-style-type: none"> - Apotheken - Friseure - Gastronomie - Bäckereien - Einzelhandelsgeschäfte

2.5 Einführung der Vermittler und Netzwerkarbeit

Ziel ist es, die Vermittler dazu anzuregen, Beratungsbedarf bei älteren Menschen zu erkennen und eine Vermittlung zu geeigneten Beratungsleistungen zu ermöglichen. Dafür ist es neben der reinen Sachinformation notwendig, persönliche Kontakte zu den Anbietern von Beratungsleistungen aufzubauen. In einer „Einführung“ werden anhand von Praxisbeispielen aus dem Tätigkeitsfeld der Beratungsangebote (typische Fragen und Probleme, Unterstützungsmöglichkeiten etc.) berichtet und mögliche Vermittlungswege besprochen. Die Einführung der Vermittler wurde im ÖFFNA-Projekt durch die Seniorenberaterin durchgeführt, die Vermittlern persönlich zugeordnet wurde.

a) Einzelgespräch "Konkrete Vermittlung"

Die Einzeleinführung wird von einem Mitarbeiter bzw. einer Mitarbeiterin einer eingebundenen Beratungsstelle in einem persönlichen Gespräch mit dem ausgewählten Vermittler durchgeführt. Diese Person ist die dauerhafte Ansprechpartnerin für den Vermittler, z.B. für Rückfragen. Die Einführungen dauern im Allgemeinen 30 Minuten, je nach Vermittler sind weitere Mitarbeiter dabei anwesend. Das Kennenlernen zwischen Seniorenberater/innen und den Mitarbeiter/innen der Gelegenheiten in einer „Einführung“ soll der Beratungsstelle „ein Gesicht geben“ und das Vertrauen in die Dienstleistung der Seniorenberatungen stärken. Das ist eine Grundvoraussetzung für eine gelingende Netzwerkarbeit und für die Vermittlung von älteren Menschen. Für die weitere Netzwerkerhaltung werden die Gelegenheiten weiterhin kontinuierlich betreut. Dazu zählt beispielsweise die regelmäßige Kontaktaufnahme in Form eines kurzen Besuchs und die Verteilung neuer Informationskarten.

b) Gruppenveranstaltung „Einführung Informationsverbreitung“

Die Einführung für die „Informationsverbreitung“ findet als ca. 2-stündige Gruppenveranstaltung jährlich statt. Diese wird von allen Beratungsstellen und der Koordination gemeinsam vorbereitet und durchgeführt. Dadurch kann der zeitliche Aufwand gegenüber den einzeln bei den Vermittlern durchgeführten Einführungen deutlich reduziert werden. Bei besonderem Interesse kann ggfs. zusätzlich noch eine persönliche Einführung stattfinden.

Handlungsempfehlungen

✓ Informationsmaterialien (vgl. Materialien Einführung)

Erstellung eines selbsterklärenden Informationssets für die Vermittler (Aufgaben/Leistungen/Ansprechpartner der Beratungsstellen/Durchführung von Vermittlungsgesprächen/Vorstellung persönlicher Ansprechpartner).

✓ Kontaktaufnahme und Vorinformation

Versenden der Informationsmaterialien und eines Anschreibens an die ausgewählten Vermittler der "spezifischen Vermittlung" (durch die Koordination)

Versenden der Informationsmaterialien und eines Anschreibens an die ausgewählten Vermittler der "allgemeinen Vermittlung" (durch die Koordination)

✓ Einführungen (vgl. Materialien Einführung)

Konkrete Vermittler

Durchführung von Einzeleinführungen. (Terminvereinbarung und Organisation durch die Beraterinnen)

Allgemeine Vermittler

Jährliche Gruppenveranstaltung (Terminvereinbarung und Organisation durch die Koordination)

✓ **Netzwerkarbeit**

Konkrete Vermittler

Regelmäßige Kontaktpflege (z.B. halbjährlich) in möglichst vielen Allgemeinarztpraxen im Sozialraum.

Allgemeine Vermittler

Kontaktpflege (anlassbezogen) nur nach Anfrage (vgl. Auswahl der Gelegenheiten), insbesondere in Apotheken.

Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt

Im Rahmen des Projektes fanden 9 Einzeleinführungen nach dem Modell der „konkreten Vermittlung“ statt. Die Einführung, also das persönliche Kennenlernen einer Seniorenberaterin, wurde von allen Vermittlern als angemessen und informativ bewertet. Diese bewusst nicht als Schulung bezeichneten Treffen boten den Ausgangspunkt für eine zielgerichtete Information von älteren Kundinnen und Kunden bzw. Patientinnen und Patienten im Alltagskontakt. Nach der einmaligen Einführung ist eine Wiederholung des Kontakts sinnvoll. In der Erprobungsphase wurde mindestens eine weitere Kontaktaufnahme durch die Seniorenberaterin angeboten und in den meisten Fällen auch angenommen. Hierbei konnten Verständnisfragen sowie Missverständnisse geklärt werden. Außerdem wurde durch die Kontaktpflege die persönliche Motivation der vermittelnden Gelegenheiten gestärkt. Bei Vermittlern mit einer sehr geringen Anzahl von Anlässen zur Vermittlung ist die Kontaktaufnahme weniger wichtig, sie kann sogar als Druck empfunden werden. Hingegen wurden die regelmäßigen Kontaktaufnahmen bei Ärzten und Apotheken positiv bewertet. Diese sollten nach den Angaben der Vermittler zwischen zwei und viermal im Jahr stattfinden. Ein kurzes Gespräch oder Telefonat ist dafür ausreichend.

Von manchen Seniorenberatungen wurden auch weitere aktuelle Informationsmaterialien (z.B. die Zeitschrift "Kölner Leben") angeboten, was einen positiv empfundenen Anlass zur regelmäßigen Kontaktaufnahme darstellen kann. Ein Vermittler hatte Bedarf an einem gebundenen "Informationsset", das neben der Informationskarte auch an konkreten Fällen beschreibt, wann eine Vermittlung zur Seniorenberatung sinnvoll ist und wie diese arbeitet. Ein anderer Vermittler regte an, einen Newsletter für das Vorhaben einzurichten, damit der Kontakt nicht abbricht und ein stetiger Informationsfluss gewährleistet wird.

Teilweise wurden die Rückfragen telefonisch durchgeführt und wenn kein Bedarf bestand, auf eine zweite Rückmeldung im Erprobungszeitraum verzichtet. In anderen Fällen bestand ein ausgeprägter Rücksprachebedarf, außerdem wurden auch weitergehende Informationen bei den Vermittlern hinterlegt. Das kontinuierliche Versorgen mit aktualisierten Informationen für ältere Menschen bietet insgesamt einen guten und positiv bewerteten Anlass für die wiederholte Kontaktaufnahme.

3. Anhang: Arbeitshilfen

3.1 Musterfragebogen Sozialraumgenerator (Befragung)

- Bei der Befragung ist insbesondere auf eine Auswahl der Befragten zu achten, in der vor allem die nicht-Informierten vertreten sind (u.a. männlich, mit Migrationshintergrund, geringes Einkommen)
- Die Befragung kann im Rahmen von Gruppentreffen im Sozialraum erfolgen, oder auch postalisch, bzw. als mündliche Passantenbefragung.

Zu Fragen des Älterwerdens im Stadtteil werden Beratungen angeboten, z.B. zu Gesundheitsfragen, zur Unterstützung im Haushalt oder zur Finanzierung von Hilfen.

Kennen Sie Beratungsangebote zu Fragen des Älterwerdens?

1 Kenne ich nicht

2 Kenne ich

99 k. A

Welche Angebote kennen Sie? (Namen der Angebote)

Welche Läden, Angebote oder Einrichtungen nutzen Sie in ihrer Wohnumgebung mehrmals im Jahr?

Bitte nennen Sie die Namen und/oder die Straße der fünf Wichtigsten.

1 (Name/Straße): _____

2 (Name/Straße): _____

3 (Name/Straße): _____

4 (Name/Straße): _____

5 (Name/Straße): _____

Unterhalten Sie sich dort mit einem Mitarbeiter/einer Mitarbeiterin über persönliche Angelegenheiten?

1 :eher ja 2: eher nein

1 (wie oben): _____ 1 2

2 (wie oben): _____ 1 2

3 (wie oben): _____ 1 2

4 (wie oben): _____ 1 2

5 (Name): _____ 1 2

Könnten Sie sich vorstellen, dort über Beratungsangebote für ältere Menschen informiert zu werden? (Beispielsweise durch die Mitarbeiter/innen oder Broschüren)

1 :eher ja 2: eher nein

1 (Name): _____ 1 2

2 (Name): _____ 1 2

3 (Name): _____ 1 2

4 (Name): _____ 1 2

5 (Name): _____ 1 2

Wenn Sie sich von der Stadt/Gemeinde (...) weitere Angebote für ältere Menschen hier im Stadtteil wünschen dürften, welche wären das?

Alter

In welchem Jahr sind Sie geboren?

19

99 k. A.

Migrationshintergrund

Welche Staatsangehörigkeit haben Sie? Mehrfachantworten möglich.

99 k. A.

In welchem Land sind Sie geboren?

99 k. A.

Finanzsituation

Wie hoch ist ihr durchschnittliches verfügbares monatliches Einkommen in etwa? (bei gemeinsamen Einkommen: pro Person im Haushalt gerechnet)

99 k. A.

3.2 Musteranschreiben Vermittler

Anrede;

Mit dem Projekt „ÖFFNA - Öffnung des Wohnquartiers für das Alter -“ soll die Information über bestehende Angebote verbessert werden. Damit soll sichergestellt werden, dass ältere Menschen kontinuierlich Informationen und Angebote erhalten, wie sie dauerhaft und selbstbestimmt ihre Lebenssituation erfolgreich bewältigen können.

Die Beratungen [...] helfen, dass ältere Menschen trotz Einschränkungen durch Alter, Krankheit oder Behinderung solange wie möglich in Ihrer eigenen Wohnung leben können.

Die Beratung [...] bietet:

- **Informationen,**
- **Beratung in allen Lebenslagen,**
- **Hilfen bei Behördenangelegenheiten,**
- **Vermittlung ambulanter Hilfen und vieles mehr.**

Im letzten Jahr haben wir eine Befragung [oder ähnliches] von älteren Menschen in [...] durchgeführt. Ihr Angebot wurde dabei als einer der wichtigsten Kontaktpunkte für ältere Menschen genannt.

Im Rahmen von Gesprächen mit älteren Menschen können an solchen ausgewählten Orten (Geschäfte, Arztpraxen, Apotheken etc.) Informationen über die Beratung [...] vermittelt werden, indem die „Informationskarte“ in kommentierter Form überreicht wird. Der Anlass dazu ergibt sich aus Gesprächssituationen, in denen von älteren Kundinnen und Kunden (bzw. Patientinnen und Patienten) persönliche Probleme angesprochen werden.

Wir wären ihnen sehr dankbar, wenn auch Sie uns in diesem Vorhaben unterstützen würden [...]

Bei Einzeleinführungen [...] und einen Termin mit unseren Mitarbeiterinnen zur weiteren Besprechung der Informationsvermittlung vereinbaren würden.

Sie können uns telefonisch und per email erreichen, wir werden uns bei ihnen in Bälde ebenfalls melden.

Bei Gruppeneinführungen: [...] wenn sie Interesse haben mehr über das Projekt ÖFFNA und die Seniorenberatungen zu erfahren, laden wir sie herzlich zu einer gemeinsamen Einführungsveranstaltung ein.

Ort:

Termin:

Bitte melden Sie ihrer Teilnahme mit der beigefügten Antwortkarte bis zum (...) an.

Bei Rückfragen können sie mich telefonisch und per email erreichen.

Grußformel

3.3 Materialien Einführung

Inhalte der Einführung (Dauer ca. 30 Minuten)

1. *Vorstellung der Informationsinfrastruktur*

2. *Vorstellung des Beratungsangebots*
 - Aufgabe und Leistungen
 - Typische Themen
 - Typische Fälle (Information/Beratung/Begleitung)

3. *Information durch Vermittler*
 - ÖFFNA Vermittlungsstrategie
 - Besprechung von konkreten möglichen Fällen der Vermittlung
 - Ansprechen von Problemen/Sensibilisierung

4. *Vereinbarung Rücksprachen*

3.4 Muster Informationsmaterialien für die Vermittler

Das Ziel des Projekts ist es, Informationen über kommunale Beratung für ältere Menschen (*hier: Seniorenberatung Stadt Köln*) auch an bisher schwer erreichbare Personen zu übermitteln. Beratungsangebote helfen, dass ältere Menschen trotz Einschränkungen durch Alter, Krankheit oder Behinderung solange wie möglich in Ihrer eigenen Wohnung leben können.

Die Beratung für Senioren bietet:

- Informationen,
- Beratung in allen Lebenslagen,
- Hilfen bei Behördenangelegenheiten,
- Vermittlung ambulanter Hilfen und vieles mehr.

[bei Bedarf anpassen]

Im Rahmen von Gesprächen mit älteren Menschen werden an ausgewählten Orten (Geschäfte, Arztpraxen, Apotheken etc.) Informationen über die vermittelt, indem die „Informationskarte“ von [...] in kommentierter Form überreicht wird. Der Anlass dazu ergibt sich aus Gesprächssituationen, in denen von älteren Kundinnen und Kunden *[bzw. Patientinnen und Patienten]* persönliche Probleme angesprochen werden. Die Mitarbeiter/innen in den Läden und Einrichtungen nehmen die Rolle von Vermittlern ein und verweisen auf weiterführende Beratungsangebote, über die sie ein systematisches Hintergrundwissen haben.

Ihr Ansprechpartner und Koordination

--

Ihre Ansprechpartnerinnen der Beratung für Senioren

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Vorgehensweise für die Infrastrukturentwicklung

7