

Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit der Unterstützungskonferenz im Kontext älterer Menschen und deren pflegende Angehörige Strategien zur Vermittlung einer innovativen Methode

Isabella Altenhofer, BA
Maria Lich, BA

Masterthese

Eingereicht zur Erlangung des Grades
Master of Arts in Social Sciences
an der Fachhochschule St. Pölten

Im April 2017

Erstbegutachter_innen: FH-Prof. Mag. Dr. Johannes Pflegerl und Mag.^a (FH) Sabine
Sommer

Zweitbegutachter_in: FH-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Andrea Nagy

Abstract

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit der Unterstützungskonferenz im Kontext älterer Menschen und deren pflegende Angehörige

Strategien zur Vermittlung einer innovativen Methode

Masterthese, eingereicht an der Fachhochschule St.Pölten im April 2017

Die vorliegende Masterthese befasst sich mit der Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit der Unterstützungskonferenz im Kontext von älteren Menschen und deren pflegenden Angehörigen. Dabei wurde durch eine empirische Herangehensweise erforscht, wie sich die Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit gestalten muss, damit diese Methode bei den angesprochenen Zielgruppen als Möglichkeit zur Organisation der Betreuung und Pflege von Angehörigen angenommen wird. Isabella Altenhofer beschäftigt sich mit der Bekanntmachung der Methode in Sinne von Öffentlichkeitsarbeit und stellt fest, dass strukturelle Bedingungen, wie die Schaffung einer Organisation, die Bildung von Partner_innenschaften, die Planung einer Öffentlichkeitsarbeits-Strategie, die Festlegung der Zielgruppen und der damit verbundenen Botschaften, vor der wirklichen Bekanntmachung der Methode abgeklärt werden müssen, damit Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich sein kann und die Unterstützungskonferenz als Möglichkeit der Organisation der Zukunft angesehen wird. Maria Lich erforscht die Vermittlungsarbeit und hält als zentrale Erkenntnisse den Bedarf einer Zuweisung, die Schulung von Zuweiser_innen, die Zusammenarbeit mit anderen Professionen, der Verwendung der Leichten Sprache und das Vermitteln des besonderen Nutzens der Methode an interessierte Familien, als wesentliche Aspekte der Vermittlungsarbeit fest.

Die beiden Autorinnen haben ihre Erkenntnisse in zwei Konzepten für die Öffentlichkeits- und für die Vermittlungsarbeit zusammengefasst.

Abstract

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Public relation and mediation of the Family Group Conference for the elderly and their family caregivers

Strategies for communicating an innovative method

Master thesis, submitted at University of Applied Science St. Pölten in April 2017

This research paper investigates how to introduce FGC to the elderly and their family caregivers. An empirical method was used to develop mediation and public relation strategies in order to convince the relevant target groups to consider FGC as a useful method for organising care.

Isabella Altenhofer concentrated her research on public relation strategies and came to the conclusion that a certain structural framework has to be implemented prior to addressing the public. This structural framework includes creating a responsible organisation, forming partnerships and defining the target audience as well as the respective communication method.

Maria Lich focused her research on developing an effective mediation strategy. Her key findings include the necessity of creating a referral system supplemented by the training of referring actors, the demand for forming collaborations with related professionals as well as the importance of using plain language and communicating the special benefits of FGC to interested families.

The authors have developed two respective concepts for a public relation and a mediation strategy to sustainably introduce FGC to the general public.

an unsere Familien, insbesondere unsere Eltern und Schwestern,
an unsere Partner,
an unsere Freund_innen und Kolleg_innen,
an alle Wegbegleiter_innen und Unterstützer_innen

wir bedanken uns!

Isa dankt Maria und

Maria dankt Isa!

#yogo – Mit dir war es besser

1	Einleitung	8
2	Unterstützungskonferenz für ältere Menschen – Ausgangslage	10
3	Methodik	13
3.1	Erhebungen	13
3.1.1	Einzelinterviews.....	13
3.1.2	Gruppendiskussionen.....	14
3.2	Auswertung	16
3.2.1	Qualitative Inhaltsanalyse	16
3.2.2	Artefaktanalyse.....	17
4	Diskussion der Namensgebung der Methode	19
5	Öffentlichkeitsarbeit.....	21
5.1	Öffentlichkeit.....	22
5.1.1	Diskursive Öffentlichkeit.....	22
5.1.2	Systemtheoretische Öffentlichkeit.....	23
5.2	Öffentlichkeitsarbeit.....	23
5.2.1	Soziale Arbeit und Öffentlichkeitsarbeit	24
5.2.2	Funktion von Öffentlichkeitsarbeit	26
5.2.3	Ziele von Öffentlichkeitsarbeit	28
5.2.4	Zielgruppe von Öffentlichkeitsarbeit.....	28
5.2.5	Materialien von Öffentlichkeitsarbeit	30
5.2.6	Orte der Öffentlichkeitsarbeit	31
5.2.7	Voraussetzung für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit	31
5.3	Ergebnisse der empirischen Datenerhebung.....	32
5.3.1	Zielgruppe(n)	33
5.3.2	Bewusstseinswandel – Prävention.....	34
5.3.3	Strategie	37
5.3.4	Alleinstellungsmerkmal.....	42
5.3.5	Materialien von Öffentlichkeitsarbeit	48
5.3.6	Orte der Vernetzung/Öffentlichkeitsarbeit	50
5.3.7	Verortung der Öffentlichkeitsarbeit.....	53
5.4	Konzept für Öffentlichkeitsarbeit	54
5.4.1	Aufbau einer Organisationsstruktur.....	54
5.4.2	Formulierung der Ziele	55
5.4.3	Definition der Zielgruppe	56
5.4.4	Botschaften	56
5.4.5	Strategie	57
5.4.6	Vernetzung	57
5.4.7	Auswahl der Öffentlichkeitsarbeit-Medienformate	58
5.5	Conclusio.....	60
6	Vermittlungsarbeit.....	63
6.1	Von Kommunikation zur Vermittlungsarbeit.....	63
6.1.1	Kommunikationstheorien.....	64

6.1.2	Das Gespräch und die Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit	65
6.1.3	Beratung in der Sozialen Arbeit	66
6.1.4	Vermittlungsarbeit in der Sozialen Arbeit	68
6.2	Die Zielgruppe ältere Menschen und deren pflegende Angehörige	69
6.2.1	Soziale Arbeit mit älteren Menschen und deren Angehörigen	69
6.2.2	Beratung von älteren Menschen und deren Angehörigen – Vermittlungsarbeit	71
6.3	Darstellung der empirischen Ergebnisse	73
6.3.1	Die Zuweisung	73
6.3.2	Der Kontext einer Zuweisung	77
6.3.3	Die Vermittlungsarbeit im Kontext älterer Menschen und deren pflegende Angehörige	80
6.3.4	Die Rolle der Koordinator_innen in der Vermittlungsarbeit	88
6.3.5	Die Rolle der Zuweiser_innen in dem methodischen Ablauf	89
6.3.6	Die Materialien der Vermittlungsarbeit	91
6.4	Das Konzept zur Vermittlungsarbeit	93
6.4.1	Die Zuweisung – Setting und Zuweiser_innen	93
6.4.2	Die Vermittlungsarbeit in der Beratung	94
6.4.3	Weitere Aufgaben des_der Zuweisers_in in der Unterstützungskonferenz	98
6.4.4	Training von Zuweiser_innen	99
6.4.5	Notwendige Unterlagen/Dokumente	99
6.5	Conclusio	101
7	Fazit – Zusammenfassung und Ausblick	103
8	Literatur	106
9	Datenverzeichnis	113
10	Anhang	115
	Eidesstattliche Erklärungen	126

1 Einleitung

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Österreich steht vor einer Herausforderung. Die Statistik Austria hat im Jahr 2016 eine Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Österreich veröffentlicht. Diese zeigt, dass die Anzahl der über 65-jährigen im Laufe der nächsten Jahre konstant zunehmen wird, während die Anzahl der unter 20-jährigen und der 20 bis 65-jährigen weiter abnehmen wird (vgl. Statistik Austria 2016). Angesichts dieser Vorhersage steht Österreich vor einem demografischen Wandel, der sich dahingehend äußert, dass die Gesamtbevölkerung zunimmt und immer älter wird. Gleichzeitig wird die pflegende Generation (zwischen 20 und 65 Jahren), wie in der Statistik erkennbar, weniger. Eine empirische Studie von Pochobradsky et al. (2005) zeigt, dass das durchschnittliche Alter der pflegenden Angehörigen bei Frauen 58 Jahre und bei Männern 61 Jahre beträgt (vgl. Pochobradsky et al. 2005:12). Gleichzeitig handelt es sich bei den pflegenden Personen hauptsächlich um engere Familienangehörige (vgl. ebd.:14). Zudem wird die Aufgabe der Pflege meist von weiblichen Einzelpersonen übernommen (vgl. ebd.:11ff), wodurch einige Belastungen für die pflegenden Angehörigen entstehen. Diese Umstände führen auf längere Sicht zu einer zentralen Herausforderung: Wer kümmert sich, um die immer älter werdende Bevölkerung? Wie wird sich die Pflege älterer Angehöriger verändern? Und wie können die meist weiblichen Hauptpflegepersonen entlastet werden?

Aus diesen bedeutsamen Fragestellungen hat sich unser Masterprojekt "Unterstützungskonferenz im Kontext der Betreuung älterer Familienangehöriger" entwickelt. Dieses Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, die Anwendbarkeit der Methode der Unterstützungskonferenz auf den Kontext der Unterstützung von pflegenden Angehörigen älterer Menschen zu erforschen und so eine innovative Antwort auf die beschriebene Herausforderung zu geben. Während der Projektarbeit hat sich allerdings gezeigt, dass eine erfolgreiche Implementierung dieser Idee, eine funktionierende Öffentlichkeitsarbeit und Vermittlungsarbeit benötigt, um die definierte Zielgruppe der älteren Menschen und deren pflegenden Angehörigen zu erreichen. Im Folgenden haben wir uns diese beiden Themengebiete aufgeteilt und folgende Fragestellungen für die jeweiligen Schwerpunkte formuliert:

1. Was braucht es an Öffentlichkeitsarbeit, damit die Unterstützungskonferenz für die Zielgruppe der pflegenden Angehörigen von älteren Menschen interessant und als Möglichkeit der Unterstützung angesehen wird?
2. Was braucht es an Informations- und Vermittlungsarbeit, damit die Unterstützungskonferenz für die Zielgruppe der pflegenden Angehörigen von älteren Menschen interessant und als Möglichkeit der Unterstützung angesehen wird?

Dabei muss beachtet werden, dass wir aufgrund unserer Professionalisierung als Sozialarbeiterinnen, die Fragestellungen speziell mit diesem Hintergrund betrachtet und diskutiert haben. Aus diesem Grund haben wir uns an den Theorien der Sozialen Arbeit orientiert.

Nach einem allgemeinen Überblick über die Ausgangslage unseres Projekts und der Beschreibung der Unterstützungskonferenz, wird zunächst die Methodik der empirischen Datensammlung und -auswertung erläutert und anschließend wird die Namensgebung der Methode, welche sowohl die Öffentlichkeitsarbeit als auch die Vermittlungsarbeit betrifft, diskutiert. Darauf folgt die genauere Auseinandersetzung mit den zwei Themenschwerpunkten. Im Kapitel 5 beschäftigt sich Isabella Altenhofer mit der Öffentlichkeitsarbeit, im Kapitel 6 diskutiert Maria Lich die Vermittlungsarbeit. Abschließend werden die zentralen Erkenntnisse unserer Forschung in einem gemeinsamen Fazit zusammengefasst, unsere Empfehlungen ausgesprochen und offen gebliebene Fragen dargestellt.

2 Unterstützungskonferenz für ältere Menschen – Ausgangslage

Isabella Altenhofer, Maria Lich

In diesem Kapitel möchten wir die Methode der Unterstützungskonferenz kurz erläutern, zentrale Begriffe erklären und die bereits im Rahmen unseres Projektes getätigte Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit vorstellen.

Die Methode der Unterstützungskonferenz, im englischen Family Group Conference genannt, stammt aus Neuseeland und wurde dort von der indigenen Bevölkerung, den Maoris, praktiziert. Diese haben ein anderes Familienverständnis als in westlich-orientierten Gesellschaften - der Begriff Familie ist größer gefasst und Kindererziehung betrifft nicht nur die biologischen Eltern sondern den ganzen Stamm (vgl. Früchtel 2012:10). Lösungen für Probleme in der Familie werden gemeinsam gesucht und Entscheidungen gemeinsam getroffen. Die Methode der Unterstützungskonferenz übernimmt diese Vorstellungen und untermauert sie mit Theorien des Empowerments und der Lebensweltorientierung (vgl. Früchtel 2002:5f; Budde / Früchtel 2009:38).

Die Unterstützungskonferenz wird üblicherweise, auch in Österreich, im Kinder- und Jugendhilfebereich angewandt. Dabei vermittelt ein_e Sozialarbeiter_in die Familie an eine_n Unterstützungskonferenz-Koordinator_in, welche_r mit der Familie diese Konferenz vorbereitet. Es wird gemeinsam entschieden, wer an der Konferenz teilnehmen soll, sowohl Familienmitglieder, Nachbarn oder andere wichtige Bezugspersonen des sozialen Netzwerks als auch professioneller Helfer_innen (vgl. Budde / Früchtel 2008:6). Gemeinsam wird auch entschieden wann und wo die Unterstützungskonferenz stattfinden soll. Der Tag der Unterstützungskonferenz wird in drei Phasen unterteilt: die Informationsphase, die Family-Only-Time, Family-Only-Phase oder Familieninterne Phase und die Entscheidungsphase oder Planpräsentation (vgl. Früchtel 2002:6). Die Informationsphase wird von der_dem Koordinator_in moderiert und alle Anwesenden werden über den aktuellen Stand sowie über Unterstützungsmöglichkeiten informiert (vgl. Budde / Früchtel 2008:8f). In der Family-Only-Phase ziehen sich alle Expert_innen zurück, auch die_der Koordinator_in, und die Familie sucht gemeinsam nach Lösungen und stellt einen Plan auf – wer, wann, wie helfen kann (vgl. ebd.:9). Dieser wird dann in der letzten Phase, der Planpräsentation, den Expert_innen präsentiert und von der_dem zuständigen Sozialarbeiter_in abgenommen (vgl. ebd.:11). Bei Bedarf kann auch eine Folgekonferenz organisiert werden.

Die Methode wird im Deutschen auch oft Familienrat genannt. Wir werden die Namensgebung der Methode, auch den Namen für die Methode im Kontext zur Unterstützung pflegender Angehöriger von älteren Menschen, noch im nächsten Kapitel diskutieren.

Ein weiterer wichtiger Begriff, der allerdings an dieser Stelle geklärt werden sollte, ist der, der Familie. Wie oben schon angesprochen, ist der Begriff bei den Maoris weitergefasst und auch zur Konferenz selber werden nicht nur Familienmitglieder sondern auch Freund_innen, Nachbar_innen oder andere wichtige Bezugspersonen eingeladen. Im Englischen wird hierbei oft von der „extended family“ oder dem „extended network“ gesprochen (vgl. Burns / Früchtel 2014:1155; Metze et al. 2015:166). Wenn wir im Folgenden also den Begriff der Familie verwenden, so ist die erweiterte Familie inklusive Nachbar_innen, Freund_innen usw. gemeint.

Des Weiteren erscheint uns auch der Begriff der Sorge bzw. besorgten Person wichtig zu erklären. Bei Fällen der Kinder- und Jugendhilfe handelt es sich hierbei meist um eine_n Sozialarbeiter_in, welche die Unterstützungskonferenz in Auftrag gibt und gleichzeitig die Sorgeformulierung verfasst, in der beschrieben wird, warum die Kinder- und Jugendhilfe überhaupt tätig geworden ist (vgl. Budde / Früchtel 2008:7). In unserem Fall ist die besorgte Person nicht unbedingt ein_e Sozialarbeiter_in. So bittet üblicherweise eine Person - die hauptpflegende Person oder ein besorgtes Familienmitglied - um Hilfe und erteilt den Auftrag, eine Unterstützungskonferenz zu organisieren. Wir werden den Begriff der besorgten Person bzw. des_der Auftraggebers_in noch öfter in dieser Arbeit verwenden.

Am Ende dieses Kapitels möchten wir nun noch gerne erläutern, welche Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit wir selbst im Rahmen unseres Sondierungsprojektes betrieben haben.

Im Zuge unseres Projektes haben wir sechs Fälle begleitet, beobachtet und erforscht. Auf die Methodik dazu wird im nächsten Kapitel noch kurz eingegangen. Diese sechs Fälle wurden sowohl durch Öffentlichkeits- als auch Vermittlungsarbeit auf unser Projekt aufmerksam. Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit haben wir Artikel in verschiedenen Zeitungen veröffentlicht, ein Interview mit einem Radiosender geführt und Netzwerkarbeit in Form von Gruppendiskussionen mit verschiedenen Expert_innen im Bereich Alter und Pflege betrieben. Ein Flyer wurde eigens für das Projekt gestaltet, welcher auch verschiedenen Expert_innen mitgegeben und an öffentlichen Plätzen ausgelegt wurde. Die Öffentlichkeitsarbeit hat Wellen geschlagen und einige Familien haben Kontakt mit der Projektleitung aufgenommen. Allerdings wurden in allen Fällen noch weitere Klärungsgespräche benötigt, in welchen die Methode nochmals genauer beschrieben wurde und geklärt wurde, ob die Methode für

jene Fälle auch sinnvoll ist. Klärungsgespräche, in denen Vermittlungsarbeit stattgefunden hat. Aber nicht nur in diesen Gesprächen wurde vermittelt, sondern auch durch eigene persönliche Kontakte oder das Recruitieren von Hausärzt_innen als Vermittler_innen. Des Weiteren wurden uns ein Fall durch eine behördliche Zuweisung durch die Abteilung Soziales einer Bezirkshauptmannschaft und ein Fall durch eine Mitarbeiterin einer Organisation im Bereich Pflege und Alter zugewiesen.

Im folgenden Kapitel werden wir nun die Methodik unserer Erhebungen genauer vorstellen, bevor wir dann unsere Fragestellungen in Bezug auf die Öffentlichkeits- und die Vermittlungsarbeit diskutieren.

3 Methodik

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Die vorliegende Arbeit basiert auf Datenmaterial, welches im Zuge des Masterprojekts von der Projektgruppe im Laufe der letzten zwei Jahren erhoben wurde. Zur Erhebung und Analyse dieses Datenmaterials wurden qualitative Methoden verwendet, welche in diesem Kapitel nun näher erläutert werden, um die Diskussionen der empirischen Ergebnisse in der Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit für die Leser_innen nachvollziehbar darzustellen. Qualitative Verfahren zur Erhebung und Analyse sind in der Sozialarbeitswissenschaft von großer Bedeutung und bezeichnen eine wichtige Herangehensweise zur Generierung von Theorien. Das Ziel qualitativer Forschung soll sein, die verschiedenen Lebenswelten der Gesprächspartner_innen aus einer Innen-Perspektive heraus darzustellen und zu verstehen (vgl. Flick et al. 2012:14). Um dies zu ermöglichen eignen sich qualitative Methoden, da diese laut Lamnek (2010) auf sechs wichtigen Prinzipien basieren: Offenheit, Kommunikation, Prozesshaftigkeit, Reflexivität, Explikation und Flexibilität (vgl. Lamnek 2010:19ff).

3.1 Erhebungen

Im Zuge dieser Masterthese wurden, wie schon im 2.Kapitel beschrieben wurde, zum einen sechs Fälle von Forscher_innen aus unserer Projektgruppe begleitet, welche bei diversen Gesprächen als Beobachter_innen teilgenommen und auch explizit Interviews und Befragungen mit Teilnehmer_innen, Koordinator_innen und Zuweiser_innen durchgeführt haben. Zum anderen wurden auch speziell Personen zu Interviews und/oder Gruppendiskussionen eingeladen, damit spezifische Fragen gestellt werden konnten, welche für unsere Projektgruppe von Bedeutung waren.¹ In den nachfolgenden Abschnitten werden nun die für unsere Masterthese relevanten Erhebungen und Erhebungsmethoden kurz dargestellt und erklärt.

3.1.1 Einzelinterviews

Wie schon erwähnt, haben wir diverse Einzelinterviews mit für die Projektgruppe relevanten Personen durchgeführt. Die durchgeführten Interviews können als

¹ Das verwendete Datenmaterial kann im Datenverzeichnis zur genaueren Betrachtung eingesehen werden.

leitfadengestützte, fokussierte Interviews bezeichnet werden. Diese Art des Interview-Führens unterscheidet sich dadurch von narrativen Interviews, da vor dem Gespräch durch den die Forscher_in der Gesprächsgegenstand festgelegt wird (vgl. Hopf 2012:353).

„Ausgangspunkt des fokussierten Interviews ist die Tatsache, dass die zu Befragenden eine spezifische, konkrete, keineswegs experimentell konstruierte, sondern ungestellte Situation erfahren und erlebt haben.“ (Lamnek 2010:337)

In unserem Fall bedeutet dies, dass all unsere Gesprächspartner_innen Erfahrungen im Bereich der Pflege und Betreuung von älteren Menschen haben, sei es als pflegende oder zu pflegende Personen, als Mitarbeiter_innen einer Organisation, die in diesem Bereich tätig ist, als Finanzierer_innen von sozialen Diensten, welche unter anderem auch Angebote in diesem Kontext zu Verfügung stellen oder seien es Personen, welche mit der Methode der Unterstützungskonferenz vertraut sind (z.B.: Koordinator_innen). Fokussierte Interviews nehmen sich zum Ziel die subjektiven Erfahrungen der befragten Personen zu erkennen und zu analysieren (vgl. ebd.). Als Unterstützung für diese Form des Interviews dienten vorformulierte Leitfäden, an denen sich die Forscher_innen der Projektgruppe orientieren konnten, welche jedoch nicht strikt eingehalten wurden (vgl. ebd.:339).

Zusätzlich zu den persönlich geführten Interviews (Forscher_in – Interviewpartner_in) wurden auch zwei Interviews, welche für die Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit wichtige Informationen boten, über E-Mail durchgeführt. Es handelte sich hier um die Interviews mit zwei Mitarbeiterinnen der britischen Organisation DayBreak. Aufgrund der Distanz und fehlenden zeitlichen Ressourcen, wurden Fragebögen an die Mitarbeiterinnen geschickt und die Antworten wurden wieder an uns retour gesendet und ausgewertet.

3.1.2 Gruppendiskussionen

Wichtige Quellen unserer empirischen Forschung machten, neben den Interviews, auch diverse Gruppendiskussionen mit unterschiedlichen Fokuspunkten aus. Für die Generierung der Ergebnisse unserer Masterthese wurden demnach sieben Gruppendiskussionen ausgewertet und analysiert. „Die **Gruppendiskussion** ist ein Gespräch mehrerer Teilnehmer zu einem Thema, das der Diskussionsleiter benennt, und dient dazu, Informationen zu sammeln.“ (Lamnek 2010:372; Herv.i.O.).

Die Teilnehmer_innen wurden je nach Fokussetzung zu unseren Gruppendiskussionen eingeladen. Bei sechs Gruppendiskussionen handelte es sich um „ermittelnde Gruppendiskussionen“ (Lamnek 1998:29), welche die Einstellungen und subjektiven

Meinungen der geladenen Diskussionsteilnehmer_innen ermitteln soll (vgl. Lamnek 2010:376). So boten Gruppendiskussionen für unsere Projektgruppe eine Möglichkeit der Exploration (vgl. Lamnek 1998:61f), um herauszufinden wie und ob die Methode der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen durchgeführt werden kann, welche Bedingungen es von relevanten Personen (Stakeholder_innen, ältere Menschen, pflegende Angehörige) gibt, um die Methode anzunehmen und wie die Methode in der Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit dargestellt und vermittelt werden soll. Die Durchführung der sechs Gruppendiskussionen verfolgte nach einem zuvor generierten Leitfaden, welcher je nach Gruppenzusammensetzung hergestellt wurde. Aufgrund der Eigendynamik von Gruppen ist jedoch die genaue Einhaltung des Diskussionsleitfadens nicht möglich und somit muss der_die Moderator_in flexible regieren und gegensteuern können (vgl. Lamnek 1998:120). Der Ablauf einer Gruppendiskussion verläuft grundsätzlich nach einem ähnlichen, linearem Schema, so wird nach einem anfänglichen Grundreiz die Gruppe zum Diskutieren angeregt und bei Bedarf werden von dem_der Moderator_in noch weitere Fragen gestellt, die zu einer Diskussion zwischen den Teilnehmer_innen führen sollen (vgl. Lamnek 2010:377).

Bei einer der sieben Gruppendiskussionen wurde auf eine andere Methode des Gruppengesprächs zurückgegriffen und zwar die Methode der Dynamic Facilitation. Mithilfe der Dynamic Facilitation können komplexe Fragestellungen diskutiert werden und kreative Lösungen gefunden werden.

„Bei Dynamic Facilitation gibt es keinerlei sequenzielle Struktur, also keine Schritte, die aufeinander folgen. Man beginnt mit einem Thema, doch der Moderator achtet nicht darauf, dass die Gruppe bei diesem Thema bleibt und oder einem anders gearteten roten Faden folgt.“ (Bonsen 2007:92)

Das Ziel der Dynamic Facilitation sollte es nun sein, dass alle Themen angesprochen werden dürfen und Ideen diskutiert werden dürfen, auch wenn diese im Moment nicht zum besprochenen Thema passen. Hier wird die Kreativität der Gruppe gefordert, welche keineswegs durch die Moderation gestört werden sollte. In unserem Fall eignete sich diese Methode vor allem zu Beginn der Forschung, um möglichst differenzierte Blickweisen zur Methode der Unterstützungskonferenz von unterschiedlichen Expert_innen zum Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen zu erhalten. Auch wenn der Rede- und Kreativitätsfluss der Gruppe nicht durch die Moderation unterbrochen werden sollte, so werden die Aussagen und Ideen auf vier Plakaten notiert und gesammelt. Diese vier Plakate sollen vier unterschiedliche Kategorien darstellen: Herausforderungen/Fragen, Lösungen/Ideen, Bedenken/Einwände und Informationen/Sichtweisen (ebd.). Durch die Verwendung

dieser Methode entsteht ein dynamischer Gesprächsprozess, wodurch viele Informationen und Themen angesprochen werden können.

3.2 Auswertung

Nach der Darstellung unserer Methoden zur Erhebung vom, von uns verwendeten, Datenmaterials wird im folgenden Abschnitt nun auf die Auswertung dieser Daten eingegangen. Zusätzlich zu den Interviews und Gruppendiskussionen haben wir auch in unserer Recherche Materialien zur Bekanntmachung und Vermittlung der Methode berücksichtigt. Die Analyse dieser Materialien wird deshalb auch aus Gründen der Nachvollziehbarkeit und Transparenz näher erläutert.

3.2.1 Qualitative Inhaltsanalyse

Die zuvor genannten qualitativen Interviews und Gruppendiskussionen wurden, als die unterschiedlichen Schwerpunkte der Masterthese bekannt wurden, nach Mayring (2010) analysiert. „Das Ziel von Inhaltsanalysen ist die systematische Bearbeitung von Material aus Kommunikationen.“ (Mayring 1995:209). Wie bereits erläutert wurde, handelt es sich bei qualitativen Interviews und Gruppendiskussionen, um Kommunikationen zwischen den beteiligten Personen. Mithilfe der Transkription wurden diese Kommunikationen zu verschriftlichten Texten, welche für die Auswertung notwendig waren, da dies Wiederholungen erlaubte und die Analyse anhand unterschiedlicher Forschungsfragen möglich machte (vgl. Deppermann 2008:40).

„Der Grundgedanke dieses Vorgehens besteht darin, die Systematik der qualitativen Inhaltsanalyse ohne vorschnelle Quantifizierung beizubehalten, aber auch ohne den Weg zu Quantifizierung zu verbauen.“ (Mayring 1995:210)

Mit einer qualitativen Inhaltsanalyse wurde demnach versucht unser erhobenes, umfangreiches Datenmaterial systematisch zu interpretieren, anhand von einem von uns entwickeltem Categoriesystem, welches je nach Forschungsinteresse speziell generiert wurde (vgl. Mayring 1995:213; Mayring 2010:48). Die jeweiligen Kategorien können in unserer Darstellung der Ergebnisse eingesehen werden.² Die Kategorien wurden anhand von diversen durchgeführten Schritten herausgefiltert. Diese Schritte umfassen eine Paraphrasierung, wodurch für den Forschungsschwerpunkt nicht relevante Textteile herausgestrichen wurden, anschließend wurde eine Generalisierung auf das Abstraktionsniveau durchgeführt, wodurch Paraphrasen mit

² Kapitel 5.3. zur Darstellung der Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit und Kapitel 6.3 zur Darstellung der Ergebnisse der Vermittlungsarbeit.

ähnlichen Inhalten auf das gleiche Abstraktionsniveau gebracht werden (vgl. Mayring 2010:69). Wurden diese Schritte durchgeführt, folgen zwei Phasen der Reduktion (vgl. Mayring 1995:211). Da es sich in unserem Fall, um große Materialmengen handelte, haben wir teilweise einige dieser Schritte zusammengefasst, was auch in der Literatur empfohlen wird (vgl. Mayring 2010:69).

3.2.2 Artefaktanalyse

Im Zuge der Forschung für diese Masterthese wurden unterschiedliche Informationsmaterialien wie Flyer, Broschüren, Folder und Homepages von nationalen und internationalen Organisationen, welche die Methode der Unterstützungskonferenz in unterschiedlichen Kontexten durchführen, analysiert. Diese Materialien ermöglichen es, dass Teile der Gesellschaft angesprochen werden und Informationen an interessierte Personen weitergegeben werden können. Im Fokus der Analyse stand einerseits die Gestaltung der Informationsmaterialien, andererseits wurden auch der Informationsgehalt und die Bedeutung der vermittelten Informationen betrachtet und genau deshalb spielen diese Materialien eine bedeutende Rolle in der Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit. Das gesammelte Informationsmaterial, das auch unseren Folder-Entwurf, welcher im Anhang gefunden werden kann, beeinflusst hat wurde mithilfe einer Artefaktanalyse nach Lueger (2009) analysiert.

Als Artefakte gelten laut Lueger (2009) Objekte wie Bilder, Fotos, Protokolle, Texte, Folder, Flyer und andere Gegenstände welche menschliches Handeln materialisieren (vgl. Lueger 2009:92). In unserem Fall wurden die vorher genannten Objekte zur Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit der Methode Unterstützungskonferenz geschaffen. Diese Materialien können deshalb auch als materialisierte Produkte menschlichen Handelns wahrgenommen werden (ebd.), da sie einerseits durch Menschen geschaffen worden sind und andererseits auch menschliche Aktivitäten verkörpern (ebd.:98). Das heißt Artefakte verkörpern menschliches Handeln durch die Ideen, Gestaltung, Textproduktion, Schriftgröße, Layout, Farben und durch die Methode der Unterstützungskonferenz, welche von Menschen durchgeführt wird. „Die interpretative Analyse geht davon aus, dass Artefakte in ihrer spezifischen Gestalt bzw. Ausdrucksweise sowohl manifeste als auch latente Informationen beinhalten.“ (Froschauer 2009:331). Zur Analyse eignet sich die Betrachtung des Artefakts in einem Team, um gemeinsam über das Artefakt zu diskutieren und somit umfassende Interpretationen zu ermöglichen (vgl. ebd.: 332). Weiteres empfiehlt Lueger (2009) fünf Schritte zur Analyse: Analyse des Forschungskontexts, deskriptive Analyse,

Kontextanalyse der Alltagsbedeutung des Artefakts, strukturelle Analyse und vergleichende Analyse (vgl. ebd.:105ff).

4 Diskussion der Namensgebung der Methode

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Wie bereits in der Darstellung der Ausgangslage (Kapitel 2) erwähnt wurde, gibt es für die Methode Unterstützungskonferenz unterschiedliche Bezeichnungen. Im deutschsprachigen Raum ist vor allem die Bezeichnung „Familienrat“ üblich und im englischsprachigen Raum wird die Methode „family group conference“ (FGC) genannt. Im Zuge unserer Forschung wurde die Namensgebung der Methode vielfach diskutiert. Da die Bezeichnung der Methode – auch für den Kontext der Unterstützung für pflegender Angehöriger von älteren Menschen – sowohl für die Öffentlichkeits- als auch für die Vermittlungsarbeit von großer Bedeutung sind, werden wir die Ergebnisse unserer Forschung an dieser Stelle gemeinsam diskutieren.

Da, wie schon zuvor besprochen, die Methode einen stark partizipatorischen Grundsatz verfolgt (vgl. Müller / Kriener 2008:47), zählen zu den potentiellen Teilnehmer_innen nicht nur Familienmitglieder, sondern auch Freund_innen, Nachbar_innen, Bekannte und andere relevante Personen aus dem sozialen Netzwerk. Dies ist unter anderem ein Grund für unsere Diskussion über die Namensgebung der Methode.

In einer Gesprächsrunde zwischen den Forscher_innen unseres Projektes wurden deshalb die unterschiedlichen Begrifflichkeiten ausgiebig besprochen. So wurde vor allem der Familienbegriff vielfach abgelehnt, da dieser einschränkend wahrgenommen wird und Personen aus dem sozialen Umfeld der zu pflegenden Person implizit exkludiert.

„Ich würd auf jeden Fall die Familie außen vor lassen in dem Fall, weil ganz oft in der Pflege Nachbarn und Freunde, Bekannte auch Unterstützung leisten oder halt Mobile Dienste die da eigentlich genauso mit rein gehören würden wenn es um Planerstellung geht.“ (G4 Z410-412)

Weiteres wurde die Bezeichnung Familienrat auch mit einem Ältestenrat in Verbindung gebracht und somit als veraltet und unpassend befunden (G5 Z916-917).

Auch wenn der Begriff viel diskutiert wurde, so kam es z.B.: in Deutschland zu einer Einigung der Koordinator_innen während einem Netzwerktreffen, dass die Bezeichnung des Familienrats eingehalten wird, da auch in der deutschsprachigen Literatur von Familienrat gesprochen wird und somit als Bezeichnung der Methode – um auch Verwechslungen zu entgehen – weitergeführt wird (vgl. I3 S1).

In einer anderen Diskussion mit pflegenden Angehörigen wurde über die Begriffe Unterstützung, Betreuung, Pflege und Hilfe gesprochen.

„Also ich persönlich - für mich persönlich von diesen vier Begriffen wäre schon der Begriff Betreuung der zugänglichste. Vor allem a weil i glaub, dass der die anderen mit einschließt. [...] weil unter Pflege, da stell ich mir in erster Linie eine Krankenpflege vor. Unterstützung [...] is dann eher vielleicht im Bereich von [...] Einkaufen gehen und so weiter. Hilfe is, wenn i wen hob, den i zum Beispiel beim Fortgehen äh mit am Wagerl fahre oder so [...] aber Betreuung würde für mich alles [be]einschließen.“ (G2 Z19-26)

Die Begriffe werden mit einer Entwicklung des Alterns (oder Betreuung) verbunden, welche mit Hilfe oder Unterstützung beginnt und bei Pflege, als der letzter Schritt, endet (vgl. G2 Z34; G4 Z452-454). Aus diesem Grund ist auch die Verwendung der Bezeichnung Pflegerat/Pflegekonferenz nicht geeignet, da in einer Unterstützungskonferenz nicht nur über die Pflege gesprochen werden kann (und die Aufteilung der Pflegetätigkeiten), sondern diese auch für die Organisation und Planung von Betreuungs- und Unterstützungstätigkeiten durchgeführt werden kann. Zusätzlich könnten durch eine Unterstützungskonferenz Pläne für zukünftige Situationen erstellt werden (z.B.: was wäre wenn die Großmutter stürzt und eine umfassende Betreuung notwendig wäre?), welche keine Pflege beinhalten.

Im Kontext unseres Projekts haben wir uns deshalb auf den Begriff der Unterstützungskonferenz geeinigt, wobei auch dieser geteilte Meinungen hervorbringt. So wurde dieser teilweise als zu hochschwierig und auch als negativ behaftet bezeichnet (vgl. G4 Z474; G5 Z889-891). Gleichzeitig wurde jedoch der Begriff Konferenz mit einer Zukunftsperspektive und einer Langwierigkeit in Verbindung gebracht, wodurch die Verbindlichkeit des erstellten Plans und die Abgrenzung zu familieninternen, informellen Gesprächen dargestellt wird (vgl. G4 Z465-466).

Eine weitere spannende Anmerkung wurde am Ende unserer Forschung von einem Teilnehmer aus einer Gruppendiskussion angesprochen. Er empfahl die Verwendung einer prägnanten Abkürzung (vgl. G7), wie dies auch im englischsprachigen Raum durchgeführt wird. Mit der Bezeichnung der Methode als „FGC“ kann den Diskussionen rund um den Familienbegriff entgangen werden und gleichzeitig ist die Abkürzung angelehnt an die offizielle Bezeichnung der Methode („family group conference“), wodurch hier keine Verwirrungen entstehen können. Ein weiteres Beispiel dazu wäre KiPKE - Beratung von Kindern mit psychisch kranken Eltern - eine einprägende Abkürzung des Angebots von der Organisation Caritas, die innerhalb kürzester Zeit angenommen wurde (vgl. Caritas St. Pölten 2015). In unserer Auseinandersetzung mit dem Begriff und der Namensgebung der Methode haben wir uns jedoch noch auf keine geeignete Abkürzung einigen können.

5 Öffentlichkeitsarbeit

Isabella Altenhofer

Dieser Teil unserer Masterthese befasst sich mit dem Thema Öffentlichkeitsarbeit und der Frage, wie die Methode der Unterstützungskonferenz bestmöglich der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden kann. Aus unserer eigenen Erfahrung, die wir während des Projekts und der damit verbundenen Suche nach möglichen Teilnehmer_innen einer Unterstützungskonferenz gemacht haben, kristallisierte sich immer mehr heraus, dass die Öffentlichkeitsarbeit eine bedeutende Rolle spielt, um Interessent_innen zu finden und somit ein Konzept für das weitere Vorgehen hinsichtlich der Bekanntmachung der Methode notwendig ist. Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt sich jedoch nicht nur mit dem Bekanntmachen von Themen und/oder Informationen, sondern bekommt außerdem die Aufgabe, eine bewusste Auseinandersetzung und in weiterer Folge eine bewusste Kommunikation über gesellschaftlich relevante Themen zu ermöglichen. Gleichzeitig wird durch Öffentlichkeitsarbeit eine breite Masse der Gesellschaft in den öffentlichen Dialog inkludiert. In unserem Fall bedeutet dies, dass die Methode Unterstützungskonferenz zum einen mithilfe von Öffentlichkeitsarbeit bekannt gemacht werden kann und zum anderen eine öffentliche Auseinandersetzung mit den Themen Alter, Pflege und der Gestaltung der Zukunft ermöglicht wird. Dieser Teil der Masterthese wird sich deshalb, wie auch bereits in der Einleitung dargestellt wurde, mit der Frage auseinandersetzen, welche Öffentlichkeitsarbeit es braucht, um die Methode für die Zielgruppe der pflegenden Angehörigen von älteren Menschen interessant zu machen und mit der Frage was es braucht, damit die Unterstützungskonferenz für die Zielgruppen als Möglichkeit der Unterstützung angesehen wird. Zusätzlich dazu wird die Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit in internationalen Organisationen näher beleuchtet und es wird darauf eingegangen welche Medienformate, Anreize und Informationen es braucht, um die Aufmerksamkeit von potentiellen Teilnehmer_innen zu gewinnen.

Ausgehend von diesen Fragen wird sich dieser Abschnitt der Masterthese zuerst mit dem theoretischen Zugang zu Öffentlichkeit befassen, um anschließend näher auf Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit einzugehen. Daraufhin werden unterschiedliche Aspekte von Öffentlichkeitsarbeit beleuchtet, wie die Funktionen, Ziele, Zielgruppen, Materialien, Orte und schlussendlich die Voraussetzungen für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit. Basierend auf diesem theoretischen Input, werden

anschließend die Ergebnisse der empirischen Forschung dargestellt und ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit im Projekt-Kontext dargestellt.

5.1 Öffentlichkeit

Themen öffentlich zu kommunizieren und darzustellen, ermöglicht einen Dialog mit der Gesellschaft herzustellen (vgl. Puhl 2003:9) und soll dazu beitragen, dass alle Menschen einen gleichwertigen Zugang zu Informationen haben, sich versammeln, darüber sprechen und sich im Zuge dessen eine öffentliche Meinung bilden können (vgl. Richter 2001:1301). Das Interesse von Öffentlichkeit und der Bildung einer öffentlichen Meinung kann sich auf verschiedene Bereiche fokussieren, so können z.B. literarische und künstlerische Bereiche angesprochen werden, oder aber auch politische und gesellschaftliche Bereiche fokussiert werden (vgl. ebd.). Ausschlaggebend ist hierfür, dass Öffentlichkeit meist im Zusammenhang mit einer Versammlung von Menschen gesehen wird. Durch moderne Massenmedien wie das Internet und dabei insbesondere die sozialen Netzwerke verändert sich jedoch diese Versammlungsöffentlichkeit und wird zunehmend weggedrängt bzw. findet diese Versammlung nun in einem virtuellen Raum statt (vgl. ebd.). Um sich mit dem Phänomen der Öffentlichkeit auseinanderzusetzen, werden nun zwei theoretische Positionen zu dem Thema dargestellt, welche in Folge relevant für die Öffentlichkeitsarbeit im Zuge der Masterthese sind. Zum einen wird die diskursive Öffentlichkeit von Jürgen Habermas dargestellt und zum anderen kurz auf die systemtheoretische Öffentlichkeit von Niklas Luhmann eingegangen.

5.1.1 Diskursive Öffentlichkeit

Der deutsche Sozialtheoretiker und Philosoph Jürgen Habermas hat sich vielfach mit den Themen Öffentlichkeit und Kommunikation auseinandergesetzt. So schreibt er in seiner Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Habermas 1962) über die Bedeutung von Öffentlichkeit, und wie sich das Verständnis von Öffentlichkeit in den letzten Jahrhunderten verändert hat.

Um diese Veränderung zu illustrieren, muss zu Beginn ein kurzer historischer Umriss dargestellt werden. In Zeiten des Mittelalters hatte Öffentlichkeit vor allem die Funktion die Herrschenden zu repräsentieren (vgl. Puhl 2003:15). Ähnlich wie auf einer Theaterbühne stand die Herrschaftsschicht (König_innen, Adelige, Kirche, ...) im Rampenlicht während das Volk die Kulisse bildete (vgl. ebd.). Die Herrschenden wurden außerdem als Abbild einer göttlichen Macht angesehen und somit zur

„repräsentativen Öffentlichkeit“ (Habermas 1990:58ff). Im Laufe des 18. Jahrhunderts kam es jedoch zur Ablösung dieses Bildes. Einerseits wurden feudale Systeme durch die Bildung von Nationalstaaten abgeschafft (vgl. Richter 2001:1301) andererseits kam es durch den zunehmenden Tauschverkehr zur Bildung ausgedehnter Handelsnetze (vgl. Puhl 2003:16). Diese Netze benötigten präzise Informationssysteme, weswegen es zur Entwicklung von Nachrichtenzentralen kam und Boten zwischen verschiedenen Knotenpunkten kursierten (vgl. ebd.). Informationsvermittlung wurde ein wichtiges Konsumgut, indem immer mehr Bücher, Zeitungen und Zeitschriften gedruckt wurden, und mehr Privatpersonen Zugriff zu Informationen hatten. Auch die Entwicklung elektronischer Medien in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ermöglichte einen immer leichter werdenden Zugang zu Informationen. Als Folge dessen kam es zu einer Veränderung vom Verständnis von Öffentlichkeit. Öffentlichkeit wird nun in zwei Bereiche aufgeteilt: formelle Öffentlichkeit und informelle Öffentlichkeit. Erstere umfasst die massenmedial verbreitete öffentliche Meinung, und letztere umfasst die sogenannte nicht-öffentliche Meinung der schweigenden Mehrheit (vgl. Puhl 2003:18).

5.1.2 Systemtheoretische Öffentlichkeit

Als Gegensatz zum diskursiven Verständnis von Öffentlichkeit entwickelte der deutsche Soziologe Niklas Luhmann das sogenannte „Spiegelmodell“, das davon ausgeht, dass Öffentlichkeit zur Reflexion des Beobachteten anregt und gleichzeitig die Gesellschaft widerspiegelt (vgl. Luhmann 1996:187f; Luhmann 2002:286). Durch Massenmedien werden ständig Theorien, Informationen und Meldungen wiedergegeben, welche eine Beschreibung der Realität erschaffen, die wiederum einen Einfluss darauf hat, wie wir die Gesellschaft wahrnehmen und beobachten (vgl. Luhmann 1996:188; Puhl 2003:30f; Richter 2001:1303).

5.2 Öffentlichkeitsarbeit

Nach diesem kurzen theoretischen Input über das Verständnis von Öffentlichkeit wird sich dieses Kapitel mit Öffentlichkeitsarbeit befassen. Dabei ist es zunächst wichtig zu verstehen, was Öffentlichkeitsarbeit ist und warum Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit benötigt wird. Da mit einer Öffentlichkeit ein Kommunikationsmedium und Kommunikationsforum geschaffen wird, das verschiedene Themen und eine breite Personengruppe ansprechen kann, ist Öffentlichkeitsarbeit besonders wichtig. Denn sie wird zur strategischen Vermittlung und zur Entwicklung von Plänen und Vorgehensweisen benötigt, wodurch diese Themen und Inhalte der Öffentlichkeit

zugänglich gemacht werden. „Öffentlichkeitsarbeit ist das Management der Kommunikation zwischen einer Organisation und ihren Zielgruppen (Teilöffentlichkeiten).“ (Signitzer 1993:59).

In den nachfolgenden Kapiteln wird nun auf die Rolle der Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit eingegangen und auf die spezifischen Funktionen und Ziele von Öffentlichkeitsarbeit Bezug genommen. Dabei wird immer ein Verweis zum Pilotprojekt stattfinden.

5.2.1 Soziale Arbeit und Öffentlichkeitsarbeit

„Öffentlichkeitsarbeit bedeutet im sozialen Bereich die Initiierung eines bewussten, langfristig und systematisch geplanten Kommunikationsprozesses zwischen den Adressatengruppen [...]. Öffentlichkeitsarbeit (bedeutungsidentisch mit Public Relations – PR) will einen möglichst großen Teil der Gesellschaft erreichen, sie informieren und beteiligen, bestimmte Tatsachen und Meinungen verbreiten, gewisse Tendenzen, Informationen oder auch Kontroversen in die öffentliche Kommunikation einbringen, um für das Verständnis sozialer Belange zu werben, das notwendige Vertrauen in sozialarbeiterisches Tun aufzubauen und zu pflegen und eventuell Einstellungsänderungen zu bewirken.“ (Puhl / Thorun 2011:621f)

Öffentlichkeitsarbeit ist somit in der Sozialen Arbeit von großer Bedeutung, da sie Kommunikation ermöglicht, Information verbreitet und Themen anspricht. Es werden deshalb auch hohe Ansprüche an die Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit gestellt, weil viele Aufgaben diesen Bereich betreffen. So bietet Öffentlichkeitsarbeit die Möglichkeit eines Informationstransfers, zwischen den verschiedenen Adressat_innengruppen (Klient_innen, Sozialarbeiter_innen, Organisationen, Einrichtungen, Träger), und bietet gleichzeitig auch eine Vermittlung von wichtigen, für die einzelnen Adressat_innen relevanten Themen (z.B.: Rechtslage, Hilfeangebote) (vgl. ebd.:622). Außerdem hat Öffentlichkeitsarbeit auch eine gewisse Legitimationsaufgabe, da dadurch Soziale Arbeit öffentlich präsent ist und Transparenz im öffentlichen Diskurs schafft (vgl. ebd.). Zusätzlich ermöglicht Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit, dass in der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit für sozial brisante Themen erzeugt wird und in weiterer Folge auch ein gewisser Handlungsdruck entsteht (vgl. ebd.). All diese Aufgaben zeigen somit, dass Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit einen hohen Stellenwert hat.

Die Möglichkeiten für Öffentlichkeitsarbeit sind in der Sozialen Arbeit sehr vielfältig. Viele Einrichtungen haben, meist eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit-Abteilungen, welche über unterschiedliche Zugänge zu Kommunikation verfügen (vgl. Puhl 2003:48). Durch die Vernetzung innerhalb der Organisation, mit anderen Einrichtungen und anderen Professionen verfügt die Soziale Arbeit über ein großes Netz an Kommunikationspartner_innen, wodurch Themen und Informationen leichter verbreitet

werden können. Ein weiterer Aspekt und Vorteil für Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit kann aus einer wichtigen Grundhaltung von Sozialarbeiter_innen gegenüber ihren Klient_innen entnommen werden. Ein lebensweltorientierter Zugang zur Zusammenarbeit mit Klient_innen ermöglicht den Akteur_innen von Öffentlichkeitsarbeit, dass die Inhalte, die thematisiert werden sollen, an den Lebenswelten der Klient_innen und Nutzer_innen von Sozialer Arbeit orientiert sind. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Themen einen breiten Anklang innerhalb der Gesellschaft finden können, da sie nicht völlig entfernt von den Lebenswelten der potentiellen Empfänger_innen sind (vgl. ebd.:48f).

Wie bereits näher erläutert, kann mit Öffentlichkeitsarbeit auch Aufmerksamkeit erzeugt werden. So können dadurch gesellschaftliche Umbruchprozesse, welche Auswirkungen auf die Lebensbedingungen der Mitglieder einer Gesellschaft haben (vgl. Bader 2005:7), thematisiert werden und zum Handeln appellieren (vgl. ebd.). So kann der anstehende demografische Wandel, der zu einer immer älter werdenden Bevölkerungsgruppe führen wird, angesprochen werden. Öffentlichkeitsarbeit von Seiten der Sozialen Arbeit kann einerseits die Bevölkerung aufrufen, sich bewusst mit diesem Wandel auseinanderzusetzen und andererseits auf politischer Ebene eine Aushandlung von Lösungen anstoßen (vgl. ebd.).

Dazu ist auch wichtig, dass die Soziale Arbeit Gebrauch von allen ihr zugänglichen Medien macht. Sowohl das Internet, die Presse, Zeitschriften, Radio, Fernsehen usw. gehören zu Mitteln der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Puhl / Thorun 2011:622). Außerdem muss die Soziale Arbeit aktiv Öffentlichkeitsarbeit betreiben, so dass Themen, wie der demografische Wandel, schon frühzeitig thematisiert werden, und die Auseinandersetzung nicht erst reaktiv stattfindet (vgl. Zembaty 1993:95).

Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit muss sich aber auch einigen Herausforderungen stellen. Die sozialarbeiterisch relevanten Themen befassen sich meist mit persönlichen und individuellen Herausforderungen für die Klient_innen der Sozialen Arbeit. Als Sozialarbeiter_innen sind viele dazu verpflichtet die Beziehung zu den Klient_innen vertrauenswürdig zu behandeln, was bedeutet, dass die Themen und Inhalte, die besprochen werden aus datenschutzrechtlichen Gründen geheim gehalten werden müssen (vgl. Puhl 2003:52). Öffentlichkeitsarbeit muss also sicherstellen, dass die Themen, die in der Öffentlichkeit zur Diskussion gestellt werden, keinen Rückbezug auf die Daten von Personen ermöglichen.

5.2.2 Funktion von Öffentlichkeitsarbeit

Die Funktionen von Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit können sehr vielfältig sein. Da die Gesellschaft und die soziale Landschaft immer komplexer werden übernimmt Öffentlichkeitsarbeit zwei umfangreiche Aufgaben. Zum einen sollen „kommunikative Kontakte“ (Puhl 2003:45) durch Öffentlichkeitsarbeit hergestellt werden, welche eine Vermittlerrolle zwischen unterschiedlichen Systemen übernehmen sollen und zum anderen soll Öffentlichkeitsarbeit dazu beitragen, dass die Informationen, welche vermittelt werden, der allgemeinen Gesellschaft zugänglich und verständlich gemacht werden sollen (vgl. ebd.). Am Beispiel der Unterstützungskonferenz soll deshalb Öffentlichkeitsarbeit einerseits Kontakte zwischen den unterschiedlichen Interessens- und Zielgruppen (ältere Menschen, pflegende Angehörige, Koordinator_innen, Fördergeber_innen und Stakeholder_innen) ermöglichen und das Thema zur weiteren Diskussion öffnen. Außerdem soll Öffentlichkeitsarbeit die Mitteilungen und Informationen an potentielle Teilnehmer_innen und Interessent_innen unschwellig zugänglich machen und das Verständnisniveau anpassen. Darunter wird auch verstanden, dass die Informationen so präsentiert werden sollen, dass die zentralen Aspekte öffentlich zugänglich gemacht werden, die Informationen aber so gebündelt werden, dass sie für die Zielgruppe verständlich bleiben (vgl. ebd.). Um diese Aufgaben zu übernehmen, steht hinter Öffentlichkeitsarbeit meist eine Organisation, welche diese in Auftrag gibt und eine koordinierende Funktion übernimmt (vgl. ebd.:46). Auch im Fall der Unterstützungskonferenz und dem Pilotprojekt steht eine Organisation mit einem sozialen Interesse dahinter (Fachhochschule St. Pölten). Öffentlichkeitsarbeit und ihre Funktion kann somit auch nur dann verstanden werden, wenn dieses Verhältnis zur Organisation betrachtet wird. Als Auftrag des Projektes gilt es unter anderem auch Öffentlichkeit zu schaffen und das Thema und die Methode der Zielgruppe zugänglich zu machen. In diesem Rahmen übernimmt Öffentlichkeitsarbeit auch eine gesellschaftliche Funktion, weil durch das Schaffen einer öffentlichen Darstellung von Themen und Standpunkten, Diskussionen innerhalb einer Gesellschaft angeregt werden. Diese Diskussionen können dazu führen, dass verschiedene Sichtweisen dargestellt und besprochen werden, welche im Zuge der Diskussion dann auch wieder angepasst werden können, um eine gesamtgesellschaftliche Übereinstimmung zu schaffen (vgl. ebd.). Auch in der Projektphase wurde versucht unterschiedlichen Sichtweisen Gehör zu verschaffen und diese öffentlich zugänglich zu machen, da, wie schon im Kapitel Methoden erläutert wurde, diverse Gruppen zum Thema befragt

wurden und deren Standpunkte im nachfolgenden Kapitel Ergebnisse weitgehend analysiert wurden.

Als weitere wichtige Funktion von Öffentlichkeitsarbeit kann die Reflexion und das Nachdenken über gesellschaftlich relevante Themen bezeichnet werden (vgl. Bader 2005:7). Wie zuvor bereits erläutert spielt Öffentlichkeitsarbeit eine bedeutende Rolle bei der Wahrnehmung des gesellschaftlichen und sozialen Wandels. Vor allem der demografische Wandel führt dazu, dass sich die Gesellschaft verändert und neue Lösungen gebraucht werden, um dieser Herausforderung gewachsen zu sein. Öffentlichkeitsarbeit ermöglicht hier ein Feld der Mitgestaltung und aktiven Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themen. Mit dem Öffentlichmachen und dem Thematisieren von diesen Ideen, werden Aushandlungsprozesse geschaffen, in denen Themen, Vorschläge und Standpunkte diskutiert, reflektiert und besprochen werden können (vgl. ebd.). Es können somit nachhaltige Ideen entstehen und vorgebracht werden, welche diese gesellschaftlichen Herausforderungen lösen sollen. Öffentlichkeitsarbeit kann deshalb auch aktiv die Bürger_innen einer Gesellschaft ansprechen und sie auffordern an diesen Aushandlungsprozessen mitzumachen. Die Thematisierung von sozialen Herausforderungen und dem sozialen Wandel haben also eine bewusstseinsschaffende Funktion (vgl. ebd.:9). Werden diese Themen öffentlich besprochen, so kann ein gemeinsamer Konsens entstehen. Diese Schaffung eines sozialen Bewusstseins kann einerseits Themen, welche zunehmend tabuisiert oder ins Private verdrängt werden, ins öffentliche Bewusstsein rufen und die Gesellschaft dazu aufrufen neue Wege und Ideen zu finden. So kann mit Öffentlichkeitsarbeit Ideen Gehör verschafft werden und die Vorteile und der Nutzen dieser Ideen dargestellt werden (vgl. ebd.). Auch können dadurch Werte und Normen diskutiert werden und gleichzeitig kann Öffentlichkeitsarbeit auch politisch aktiv werden. Vor allem die Diskussion von sozialen Themen hat eine große politische und ökonomische Relevanz (vgl. ebd.:10). Der demografische Wandel hat demnach nicht nur Auswirkungen auf die einzelnen älter werdenden Personen, sondern auch die sozialen Dienstleistungen, den Staat und die gesamte Gesellschaft. Durch Öffentlichkeitsarbeit können bedeutende Themen angesprochen werden und es kann aufgezeigt werden, dass es Handlungsbedarf gibt. Deshalb hat Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige politische Funktion, da die Gesellschaft fordern kann und Druck entstehen lassen kann (vgl. Puhl 2003:38).

Bei all diesen Funktionen ist es jedoch wichtig, dass der Erfolg von Öffentlichkeitsarbeit davon abhängt, wie die zu besprechenden Themen zubereitet werden und der Gesellschaft zugänglich gemacht werden (vgl. Puhl 2003:47). Es braucht daher eine Zielsetzung und eine geeignete Strategie, um das Potential von Öffentlichkeitsarbeit

und ihre Funktion völlig auszuschöpfen. Die Voraussetzungen für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit werden dann im letzten Unterkapitel dargestellt.

5.2.3 Ziele von Öffentlichkeitsarbeit

Das Ziel bzw. die Ziele von Öffentlichkeitsarbeit können sehr vielfältig sein. Wichtig ist jedoch, dass Ziele festgelegt werden, damit die Öffentlichkeitsarbeit einen Fokus hat, und im weiteren Verlauf immer wieder überprüft werden kann, ob diese definierten Ziele mit der aktuellen Vorgangsweise erreicht werden können, oder ob sie angepasst und verändert werden sollten (vgl. Puttenat 2012:14f). Wie schon im vorhergehenden Kapitel erläutert, ist eine zentrale Funktion von Öffentlichkeitsarbeit die Herstellung von Öffentlichkeit. Wird die Thematisierung von gewissen Themen und Inhalten angestrebt und als Ziel formuliert, so bietet Öffentlichkeitsarbeit ein geeignetes Medium, um dies zu tun (vgl. Marchal / Spura 1981:58). Sie kann sich daher zum Ziel setzen, gewisse öffentliche Meinungen und Überzeugungen in der angesprochenen Teilöffentlichkeit herbeizuführen. Außerdem kann aber auch ein Ziel sein, einen Bewusstseinswandel innerhalb der Gesellschaft herbeizuführen (vgl. Puhl 2003:42). Mit umfangreichen Informationen über wichtige Themen, kann ein Umdenkprozess innerhalb der angesprochenen Gesellschaft angeregt werden, welcher auf längerfristige Sicht einen Bewusstseinswandel möglich machen könnte. Daraus lässt sich auch schließen, dass Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit auch das Ziel verfolgt, längerfristige Entwicklungen hervorzurufen (vgl. Reiter / Streibel 1993:12).

In der Sozialen Arbeit kann mit Öffentlichkeitsarbeit auch erreicht werden, dass gewisse Vorurteile, welche sich innerhalb der Gesellschaft verfestigt haben, abgebaut werden können. Die Klient_innen und Nutzer_innen von Sozialer Arbeit sind meist gesellschaftlich und sozial marginalisierte Menschen, und deshalb auch oft mit diversen Vorurteilen konfrontiert. Ein Ziel von Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit kann es daher auch sein, dass diese Vorurteile und Stereotypen aktiv thematisiert werden, um diese Vorurteile bewusst abzubauen (vgl. Reiter / Streibel 1993:14).

5.2.4 Zielgruppe von Öffentlichkeitsarbeit

Eine zentrale Frage der Öffentlichkeitsarbeit befasst sich damit, wer angesprochen werden soll. Wie Öffentlichkeitsarbeit gestaltet wird und ob diese auch erfolgreich ist, hängt also stark von der Definition der Zielgruppe ab. Es ist daher wichtig, dass eine Zielgruppe festgelegt wird, damit die Herangehensweise an diese Zielgruppe

angepasst werden kann. Öffentlichkeitsarbeit richtet sich generell an ein allgemeines Publikum, speziell aber an eine Zielgruppe oder eine bestimmte Teilöffentlichkeit (vgl. Marchal / Spurer 1981:76). Die gesamte Bevölkerung kann deshalb mit Öffentlichkeitsarbeit nicht angesprochen werden, da einerseits nicht jede Person den gleichen Zugang zu Medien und Öffentlichkeit hat, und andererseits nicht für jede Person jedes Thema dieselbe Relevanz und Bedeutung hat. Öffentlichkeitsarbeit ist eine Form von Kommunikation mit einer bestimmten Zielgruppe, und je konzentrierter diese Zielgruppe ist, desto besser kann diese angesprochen werden (vgl. Signitzer 1993:61f).

Signitzer (1993) definiert drei Merkmale, die eine Zielgruppe ausmachen. Eine Zielgruppe für Öffentlichkeitsarbeit ist somit eine Gruppe von Menschen (also eine Teilöffentlichkeit), welche:

- a) Mit ähnlichen Herausforderungen/Themen konfrontiert ist,
- b) gleichzeitig auch wissen und bewusst ist, dass diese Herausforderungen existieren und
- c) sich organisieren, um eine Lösung zu finden, wie mit diesen Herausforderungen umgegangen werden soll. (vgl. Signitzer 1993:62)

Des Weiteren können aufgrund dieser drei Merkmale von Zielgruppen auch unterschiedliche Typen von Zielgruppen für Öffentlichkeitsarbeit festgemacht werden. So kann unterschieden werden zwischen:

- 1) „Nicht“-Zielgruppe: Kein Merkmal ist auf diesen Typ zutreffend. Es gibt somit keine Herausforderungen/Themen, welche für diese Gruppe relevant sind und es braucht deshalb auch keine Lösungen.
- 2) Latente Zielgruppe: diese Gruppe steht einer Herausforderung gegenüber. Es ist ihr jedoch noch nicht bewusst, dass diese Herausforderung existiert und somit braucht sie auch keine Lösung dafür.
- 3) Bewusste Zielgruppen: dieser Gruppe sind die Herausforderungen bewusst. Es findet jedoch noch keine Organisation statt, um Lösungen zu finden.
- 4) Aktive Zielgruppe: hier treffen alle oben genannten Merkmale zu. (vgl. Signitzer 1993:62)

Vor allem in der Sozialen Arbeit muss zusätzlich bedacht werden, dass die Zielgruppen mit denen gearbeitet wird, oftmals speziell aktiviert werden müssen. Soziale Arbeit und die Nutzer_innen von sozialen Diensten müssen oftmals mit Vorurteilen kämpfen, da sie meist als Teil von gesellschaftlich marginalisierten Gruppen wahrgenommen werden (vgl. Reiter / Streibel 1993:14). Öffentlichkeitsarbeit muss demnach auch die Zielgruppe aktiv erreichen und fordern. Und somit muss sie von Seiten der Sozialen Arbeit angestrebt werden, damit diese definierte Zielgruppe Zugang zu neuen Ideen

hat, Themen ansprechen und aktiv am gesellschaftlichen Leben teilhaben kann. Öffentlichkeitsarbeit muss also hier auch speziell an die Zielgruppen angepasst werden, damit die Funktionen, welche bereits im Vorfeld dargestellt wurden, greifen können.

Des Weiteren muss bedacht werden, dass Öffentlichkeitsarbeit Gefahr laufen kann Menschen auszugrenzen. Bei der Auswahl der Zielgruppe muss dieser Faktor reflektiert werden. So können unter anderem die sprachliche Gestaltung und/oder die Auswahl der Medienformate dazu führen, dass der Gebrauch und die Funktion von Öffentlichkeitsarbeit eingegrenzt werden. Puhl (2003) spricht hier davon, dass das Publikum von Öffentlichkeitsarbeit meist einen eher laienhaften Charakter aufweist, was bedeutet, dass bei der Auswahl der Zielgruppe auch darauf geachtet werden muss, dass die Inhalte in einer für Laien verständlichen Sprache vermittelt werden müssen (vgl. Puhl 2003:41).

5.2.5 Materialien von Öffentlichkeitsarbeit

Ein weiterer Faktor, der die Öffentlichkeitsarbeit wesentlich beeinflusst, ist die Auswahl der Medienformate. Die ausgewählten Medienformate können auch als Instrumente von Öffentlichkeitsarbeit verstanden werden (vgl. Streibel 1993:149). Die Auswahl der Instrumente hat einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg von Öffentlichkeitsarbeit. Wie bereits einige Male erläutert, kann Öffentlichkeitsarbeit sowohl inklusiv als auch exklusiv sein. Welche Medienformate zur Öffentlichkeitsarbeit verwendet werden, hat deshalb einen Einfluss darauf, wie Gesellschaftsmitglieder in den öffentlichen Diskurs inkludiert oder exkludiert werden. Dazu bietet die Technologie des 21. Jahrhunderts sehr vielfältige Möglichkeiten der Informationsverbreitung, z.B.: über das Internet und Mobiltelefon. Aber auch traditionelle Medienformate wie Printmedien (Zeitung, Magazine) können für Öffentlichkeitsarbeit relevant sein. Zentral ist, dass die Inhalte mithilfe jener Medienformate präsentiert werden sollen, die für die jeweilige Zielgruppe relevant sind.

Die Medienformate, welche für unseren Kontext ausgewählt werden können umfassen unter anderem: Printmedien (Zeitungen, Magazine), Fernsehen, Hörfunk/Radio, Informationsmaterialien (Flyer, Folder, Prospekte, Plakate) und das Internet (Soziale Medien, Homepage) (vgl. Puhl / Thorun 2011:622).

5.2.6 Orte der Öffentlichkeitsarbeit

Des Weiteren haben die unterschiedlichen Orte von Öffentlichkeitsarbeit einen Einfluss auf den Erfolg und die Verbreitung von Informationen. Unter Orten können unter anderem: Informationsstände, Vorträge, private Gespräche in diversen Einrichtungen, Gemeinden und Veranstaltungen verstanden werden (vgl. Puhl / Thorun 2011:622).

5.2.7 Voraussetzung für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit

Bevor nun die empirischen Ergebnisse der Forschung zum Thema Öffentlichkeitsarbeit dargestellt werden, ist es noch notwendig, dass die Voraussetzungen für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit erfasst und dargestellt werden. Diese umfassen Kommunikation, Kreativität, Strategie und Zeitpunkt.

5.2.7.1 Kommunikation

Eine wichtige Voraussetzung wurde bereits an einigen Stellen erwähnt: die Anpassung der Sprache an die Zielgruppe. Da die Öffentlichkeitsarbeit einen Dialog zwischen Menschen fördern will, ist es von großer Bedeutung, dass die Sprache, die verwendet wird, auch verstanden wird (vgl. Marchal / Spura 1981:82). Jene Botschaften, die vermittelt werden sollten, müssen auf ihren Kern verständlich reduziert werden (vgl. Geyerhofer 1993:115). Es ist daher von Vorteil, wenn die Inhalte in einfacher, verständlicher Form dargestellt werden, um möglichst viele interessierte Personen anzusprechen.

5.2.7.2 Kreativität

Eine weitere wichtige Voraussetzung für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit ist eine kreative Darstellung des Themas und der Inhalte. Dazu braucht es ein Alleinstellungsmerkmal bzw. einen sogenannten „Eyecatcher“, welche die Aufmerksamkeit der Leser_innen erregt (vgl. Marchal / Spurer 1981:85). Dabei geht es auch darum, dass gewisse Botschaften an die Zielgruppe gestellt werden (vgl. Puttenat 2012:16). An dieser Stelle ist wichtig zu bedenken, dass die Auswahl der Ziele und der Zielgruppe einen Einfluss auf die Botschaft, die mit der Öffentlichkeitsarbeit vermittelt werden soll, hat. Es muss daher herauskristallisiert werden, welcher „Eyecatcher“ nun genau die definierte Zielgruppe anspricht. Hier macht es also einen wesentlichen Unterschied, ob z.B.: Stakeholder_innen als Zielgruppe definiert werden oder ältere Menschen. Denn für das Bekanntmachen und die Öffentlichkeitsarbeit sind je nach

Zielgruppe andere Faktoren von Bedeutung (z.B.: Finanzierung bzw. Alternativen zum Pflegeheim).

5.2.7.3 Strategie

Für die erfolgreiche Durchführung von Öffentlichkeitsarbeit braucht es außerdem eine Strategie mit der vorgegangen wird. Wie die Zielgruppe erreicht wird ist von vielen Faktoren abhängig. Wichtig ist jedoch, dass eine Strategie da ist, um die definierten Ziele zu erreichen (vgl. Puttenat 2012:17). Ist die Strategie bzw. die Vorgangsweise klar, so können die weiteren notwendigen Schritte für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden und Maßnahmen getroffen werden. Hier geht es also darum, *wie* ein Thema der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird (vgl. ebd.). Öffentlichkeitsarbeit kann auch mehrere Strategien verfolgen, jedoch muss immer wieder reflektiert werden, ob mithilfe dieser Strategien die definierten Ziele erreicht werden können.

5.2.7.4 Zeitpunkt

Der Zeitpunkt der Öffentlichkeitsarbeit ist auch von Bedeutung, da dieser eine Rolle spielt, ob Öffentlichkeitsarbeit bei der Zielgruppe ankommt oder nicht.

„Idealerweise werden wir – als Organisation – zu genau jenem Zeitpunkt mit Information/Kommunikation aktiv, wenn bereits abzusehen ist, dass eine latente Zielgruppe zu einer bewussten wird.“ (Signitzer 1993:63).

Der Zeitpunkt kann also auch eine Möglichkeit der Mitgestaltung des Bewusstseinsbildungsprozesses sein. Durch Informationen, die von Seiten der Organisation weitergegeben werden, können unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden, welche sich noch nicht aktiv mit den Herausforderungen ihrer Situation auseinandergesetzt haben, jedoch bereits eine Bereitschaft existiert, sich mit potentiellen Lösungen auseinanderzusetzen.

5.3 Ergebnisse der empirischen Datenerhebung

Nach diesem theoretischen Überblick über Öffentlichkeit und Öffentlichkeitsarbeit, werden in diesem Abschnitt nun die Ergebnisse der empirischen Datenerhebung dargestellt. Diese lassen sich in sieben Kategorien einordnen, welche, wie auch schon in Kapitel 3 zur Methodik erklärt wurde, mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet wurden. Die Kategorien umfassen: Zielgruppe(n), Bewusstseinswandel – Prävention, Strategie, Alleinstellungsmerkmal, Materialien von Öffentlichkeitsarbeit,

Orte der Vernetzung/Öffentlichkeitsarbeit und Verortung der Öffentlichkeitsarbeit. Im Anschluss an dieses Kapitel werden die Ergebnisse in Form eines Konzeptvorschlags für Öffentlichkeitsarbeit für die Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen präsentiert.

5.3.1 Zielgruppe(n)

Die Definition einer Zielgruppe ist für die Öffentlichkeitsarbeit von besonderer Bedeutung, da dies eine Auswirkung auf die Gestaltung und Durchführung von Öffentlichkeitsarbeit haben. Auch die Botschaften und Informationen, welche durch Öffentlichkeitsarbeit vermittelt werden sollen, dadurch beeinflusst werden. Deshalb ist es für unser Projekt eine zentrale Aufgabe eine Zielgruppe zu definieren und die Herangehensweisen an diese Zielgruppe anzupassen. Da unser Projekt jedoch in der Anfangsphase steht, handelt es sich im Moment noch um relativ groß angelegte Zielgruppen, welche sich folgendermaßen aufgliedern lassen:

- Pflegende Angehörige,
- ältere Menschen, welche bereits gepflegt werden,
- ältere Menschen, welche die Methode präventiv, zur Planung der Zukunft anwenden möchten und
- (potentielle) Stakeholder_innen

Bei diesen Zielgruppen handelt es sich um Teilöffentlichkeiten, welche in irgendeiner Weise mit dem Thema Alter und Pflege in Zusammenhang stehen. Es ist also wahrscheinlich, dass Personen, welche keinen Bezug zum Kontext des Projektes haben, bzw. welche nicht mit der Pflege von älteren Menschen konfrontiert sind, mit dieser Methode nicht angesprochen werden.

Die Strategie und Herangehensweise der Öffentlichkeitsarbeit müssen, wie schon angemerkt, angepasst werden, damit sie für die jeweiligen Zielgruppen interessant werden. Außerdem werden mit den verschiedenen Zielgruppen auch unterschiedliche Ziele verfolgt, welche wiederum einen Einfluss auf die Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit haben. Jedoch gibt es auch innerhalb dieser Zielgruppen weitere Faktoren, die einen Einfluss auf die Öffentlichkeitsarbeit haben können. So muss zuerst bedacht werden, dass jede_r potentielle Teilnehmer_in unterschiedliche Ausgangslagen, warum eine Unterstützungskonferenz angestrebt wird, haben (vgl. G1-2 Z352-357). Zusätzlich zu diesen vier genannten Zielgruppen, wurden auch andere Personengruppen genannt, die im Zuge der Weiterentwicklung der Methode interessant sein könnten. So war die Rede von chronisch kranken Menschen (vgl. G1-2 Z604-605), Menschen die sich nach einem Unfall in Rehabilitationszentren befinden

(vgl. G1-1 Z1090-1091) und Menschen die sich in Kurzzeitpflege befinden und die Zeit nach der Entlassung planen müssen (vgl. G3 Z272-276).

Zentral ist jedoch, dass die Öffentlichkeitsarbeit Personen ansprechen muss, welche längerfristige Entscheidungen treffen wollen, und nicht Personen, die kurzzeitig eine Entscheidung für das weitere Vorgehen brauchen, da die Zeit (Planung, Vorbereitung, Einladungen, Durchführung der Unterstützungskonferenz) hierfür zu knapp wäre (vgl. G3 Z43-44, Z50-52).

5.3.2 Bewusstseinswandel – Prävention

Eine weitere wichtige Aufgabe, die die Öffentlichkeitsarbeit übernehmen muss, ist die Thematisierung von Herausforderungen und möglichen Lösungsansätzen, die in unserer Gesellschaft immer mehr Bedeutung erlangen. Wie bereits angemerkt wurde, wird unsere Gesellschaft immer älter und somit werden auch neue Fragen aufgeworfen in Bezug auf den Umgang mit der älter werdenden Bevölkerung in unserer Gesellschaft. Einen möglichen Lösungsweg könnte die Methode der Unterstützungskonferenz bieten, da das Bekanntmachen der Methode auch zur Bewusstseinsveränderung führen und zur präventiven Planung der Zukunft eingesetzt werden kann. In diesem Kapitel werden deshalb unterschiedliche Aspekte von Prävention und Bewusstseinswandel bzw. -bildung thematisiert und Argumente hervorgebracht, wie ein gesellschaftliches Umdenken und Reflektieren erreicht werden kann.

5.3.2.1 Gesundheit der Angehörigen

Die Fokussierung auf die Gesundheit der Angehörigen kann als wichtiges Argument für die Durchführung einer Unterstützungskonferenz angesehen werden. Die Pflege eines_einer Angehörigen kann sehr fordernd sein und sowohl die körperliche als auch die psychische Gesundheit der Pflegenden beeinträchtigen (vgl. Pochobradsky et al. 2005:42ff). Um potentielle Teilnehmer_innen anzusprechen braucht es also eine Thematisierung der Gesundheit der Angehörigen.

„Im Sinne der Gesundheit, der Angehörigen, unter diesem Aspekt, es geht um Gesund bleiben, also wenn man das System aufrecht erhalten will, so wie es jetzt funktioniert, kann einem die Gesundheit der Angehörigen nicht egal sein.“ (G1-2 Z24-27)

Eine Unterstützungskonferenz kann also an dieser Stelle wirksam werden, indem die Gesundheit der Angehörigen beachtet wird und in der Planerstellung miteinbezogen wird. Dazu ist es wichtig mit Öffentlichkeitsarbeit zu vermitteln, dass mithilfe einer

Unterstützungskonferenz nicht nur Aufgaben der Pflege, sondern auch Betreuungs- und Versorgungsaufgaben (z.B.: Wer geht einkaufen? Wer kann den_die Angehörige_n zu Terminen bringen?) geplant werden können, wodurch eine oft dringende Entlastung für die pflegende Person entsteht (vgl. G2 Z327-331). Zusätzlich kann eine Unterstützungskonferenz zur Erstellung eines Notfallplans durchgeführt werden, also für den Fall, dass es dem_der Angehörigen in Zukunft schlechter geht. Dieser Notfallplan kann als Sicherheit für die Angehörigen gelten, und somit die Gesundheit der Angehörigen beinhalten (vgl. G4 Z207-211).

5.3.2.2 Pflege attraktiv machen

Auch der Versuch einer Erhöhung der Attraktivität von Pflege kann als wichtige Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit angesehen werden. Das Thema Pflege wird zunehmend als unattraktiv bezeichnet und wird vielfach sogar tabuisiert (vgl. G1-2 Z433-439; G2 Z490-491).

„Und unsere Erfahrung ist, dass im Moment die Bereitschaft sich mit Pflege und Pflegebedürftigkeit auseinanderzusetzen präventiv gar nicht gegeben ist. Oder nur sehr wenig und dass man sich erst dann mit dem Thema auseinandersetzt, wenn man tatsächlich betroffen ist und dann muss es aber schnell gehen.“ (G1-1 Z99-102)

Das Thema muss also erstmals aus dieser Tabuzone herausgeholt werden, damit ein öffentlicher Diskurs und eine Auseinandersetzung stattfinden kann. Daher ist es auch eine Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit, die Pflege und das Altern zu thematisieren und mithilfe der Unterstützungskonferenz eine Möglichkeit der Gestaltung des Alters und der Pflege aufzuzeigen. Vor allem muss gezeigt werden, dass eine Auseinandersetzung damit nicht erst dann passieren muss, wenn es dringend ist, sondern mitunter schon früher damit begonnen werden kann (vgl. G2 Z275-280). Außerdem kann eine Unterstützungskonferenz die Planung von Betreuungsaufgaben (Einkaufen, Begleitung zu Terminen) umfassen, welche bereits präventiv organisiert werden können (vgl. G1-1 Z167-168).

5.3.2.3 Selbstbestimmung – Das Alter selbst bestimmen

Ein weiteres wichtiges Argument, das zur Bekanntmachung der Methode in der Öffentlichkeit einen wesentlichen Beitrag leisten könnte, ist die Möglichkeit der selbstbestimmten Planung des Alters durch eine Unterstützungskonferenz. An dieser Stelle ist es also wichtig, dass vor allem ältere Menschen aktiv mit diesem Argument angesprochen werden, da es ihre eigene Zukunft und die ihrer Angehörigen betrifft.

„Bewusstseinsänderung, dass man diesen Familienrat als Instrument für sich selbst, positiv besetzen, in Anspruch nehmen kann, um meine Lebenssituation und die meiner zu pflegenden Angehörigen einfach zu verbessern. Und dass ich da aktiv was dazu beitragen kann, und dass es eine Unterstützung durch den Familienrat gibt.“ (G1-2 Z458-461)

Dieses Argument appelliert also an ältere Menschen, ihr Leben und die Gestaltung ihres weiteren Lebens selbst in die Hand zu nehmen und aktiv über ihre Zukunft zu entscheiden (vgl. G1-1 Z518-519). Der Fokus soll hierbei auf die Qualität des Alters und ihre aktive, selbstbestimmte Entscheidung gelegt werden, damit ältere Menschen länger ihr Leben so leben können, wie sie es möchten und nicht durch andere Personen fremdbestimmt werden (vgl. G1-2 Z463-464; G2 Z187-189).

5.3.2.4 Hilfe positiv besetzen

Weiteres ist es eine zentrale Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit, dass der Begriff „Hilfe“ positiv besetzt wird. Oftmals nehmen sich pflegende Personen als Einzelkämpfer_innen wahr, welche sich mit den Herausforderungen der Pflege eines_einer Angehörigen alleine auseinandersetzen, da einerseits das soziale Netzwerk als zu dünn wahrgenommen wird, und andererseits die Aufgaben der Pflege von keinem anderen Verwandten durchgeführt werden können (vgl. G1-1 Z83; G5 Z84-89, Z130-133, Z143-145; G3 Z7-10). Ein Ziel der Öffentlichkeitsarbeit sollte es also sein:

„Das [Anm.: gemeint ist Hilfe] als Stärke zu bezeichnen, wenn jemand den Mut hat um Hilfe zu bitten ja. Was ja scheinbar in der Gesellschaft noch tief verankert ist, wenn man um Hilfe bittet, ist das ein schlechtes Ding. Ja, und ich glaube, dass es in irgendeiner Form um Bewusstseinsveränderung geht. Ähm ... ja also oder dafür zu werben, um Hilfe bitten ist eine Stärke.“ (G1-1 Z91-95)

Das Hervorheben des Muts und der Stärke, wenn um Hilfe gebeten wird, ist also eine wichtige Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit, damit die Unterstützungskonferenz als Methode angenommen werden kann. Dahingehend wurde auch die Annahme getätigt, dass dieser Bewusstseinswandel von jüngeren Generationen bereits eher angenommen wird, da sie offener für neue Methoden sind (vgl. G1-1 Z695; G1-2 Z490-495).

5.3.2.5 Generationenwechsel

Wie bereits zuvor angemerkt, besteht die Hoffnung, dass jüngere Generationen bereits anders mit dem Fragen nach und dem Annehmen von Hilfe umgehen, als die Generation, die heutzutage pflegebedürftig bzw. pflegend ist (vgl. G1-1 Z673-678).

„Wenn ich ganz optimistisch bin dann hoffe ich auf den Generationenwechsel ja. Also ich glaub schon, dass eine andere Generation nachkommen wird. [...] irgendwann werden

die Baby-Boomer kommen und [...] da glaube ich schon, dass man eher solche Hilfsangebote dann auch in Anspruch nimmt.“ (G1-1 Z673-678)

Öffentlichkeitsarbeit kann also vermehrt bei jüngeren Generationen wirksam werden, da angenommen wird, dass diese offener sind und Hilfeangebote aktiv in Anspruch nehmen. Dennoch zeigen sich Ambivalenzen, da eine gesellschaftliche Präferenz in Richtung „Forever Young“ (G1-1 Z698) wahrgenommen werden kann, was bedeuten kann, dass das gewünschte „Jung-Bleiben“ hinderlich für die positive Besetzung von „Hilfe“ und „Hilfeannehmen“ sein kann. Daher kann das Ansprechen von jüngeren Generationen als eine Herausforderung für die Öffentlichkeitsarbeit angesehen werden (vgl. G1-1 Z694-702).

5.3.3 Strategie

Wie bereits auch im theoretischen Teil der Öffentlichkeitsarbeit erläutert (Kapitel 5.2.7.3), braucht es für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit eine Strategie, mit der die Methode an die Öffentlichkeit gebracht wird. Außerdem wird mit dieser Strategie versucht, die festgelegten Ziele zu erreichen. Es benötigt also auch in unserem Fall eine Öffentlichkeitsarbeit-Strategie, welche im Zuge dieses Kapitels näher beschrieben wird.

5.3.3.1 Konzept/Bedarf

Als erster wichtiger Punkt, der vor allem von potentiellen Geldgeber_innen beschrieben worden ist, ist die Wichtigkeit eines Konzepts, welches festhält wie eine Unterstützungskonferenz abläuft, welche Organisationen beteiligt sind und wie eine Unterstützungskonferenz finanziert wird. Sind diese Rahmenbedingungen nicht geklärt, ist es schwierig eine Strategie für Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln. Einer unserer Gesprächspartner_innen meint dazu: „Sie müssen jetzt sozusagen ein überzeugendes Konzept oder ein überzeugendes Argument liefern“ (G3 Z339-340), um die Unterstützungskonferenz auch potentiellen Trägern schmackhaft zu machen und die Finanzierung und die Implementierung festzulegen.

5.3.3.2 Methodendarstellung

Ein weiterer wichtiger Punkt, der im Zusammenhang mit der Bildung einer geeigneten Öffentlichkeitsarbeit-Strategie steht, umfasst die Darstellung der Methode, welche nun an dieser Stelle näher erläutert wird.

In der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Flyern, Foldern und Informationsmaterial von nationalen und internationalen Organisationen, welche die Unterstützungskonferenz sowohl im Kinder- und Jugendbereich als auch in unserem Kontext der pflegenden Angehörigen durchführen, hat sich die Frage gestellt, wie die Methode in der Öffentlichkeitsarbeit dargestellt werden soll. Die Meinungen dazu waren sehr unterschiedlich, und auch die Ausführungen in den Informationsmaterialien waren divers. Zum Verständnis der Methode braucht es zwar eine Darstellung der Methode, jedoch wurde viel darüber diskutiert, in welchem Ausmaß sie erklärt werden soll.

Zum einen wurde davon gesprochen, dass die Darstellung der Family-Only-Time in Informationsmaterialien abschreckend sein könnte, da sich die potentiellen Teilnehmer_innen alleingelassen fühlen könnten, und die Darstellung dieser Phase auch Angst machen kann. „Aber wenn das in einem, in einem – ohne nähere Erklärung – in einer Broschüre drinnen steht, glaub ich, kann das mehr Angst machen als was es förderlich ist.“ (G4 Z326-327). Auch wenn dies ein besonderes Merkmal der Methode ausmacht, so ist fraglich, wie sehr dieser Teil in Informationsmaterialien dargestellt werden soll und erklärt werden kann.

Andererseits wurde jedoch auch davon gesprochen, dass genau dieser Schritt als besonders ausschlaggebend für die Methode ist, und daher unbedingt beschrieben werden soll:

„Ich glaube auch, dass eine wichtige Info ist, dass [es] verschiedene Phasen gibt in dem Ablauf und dass eine Phase dabei ist, wo wirklich niemand dabei ist, wo die Familie für sich ist und noch einmal einen Raum für sich selber einnimmt ohne dass sie beobachtet werden und die dann den Plan erstellt also weil das ist ja eigentlich der Kern des ganzen Verfahrens ja – die Familie hat die Kompetenz, dass die das schaffen.“ (G4 Z311-315).

So wird die Family-Only-Time als besonders wichtiger Teil der Unterstützungskonferenz angesehen, welcher der Familie eine Entscheidungsmacht gibt, wodurch es auch von Bedeutung ist, dass diese Phase in den Informationsmaterialien dargestellt wird. Um jedoch Verunsicherungen bei potentiellen Teilnehmer_innen zu verhindern, ist es förderlich, wenn die durchgehende Begleitung durch eine_n ausgebildete_n Koordinator_in dargestellt wird, damit den potentiellen Teilnehmer_innen Sicherheit gegeben wird (vgl. G4 Z333-336). Außerdem hängt die Darstellung auch vom ausgewählten Medienformat ab, da eine Internethomepage mehr Platz für detaillierte Beschreibungen zulässt als eine Broschüre.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der Einfluss auf die Methodendarstellung in der Öffentlichkeitsarbeit hat, ist die Weitergabe von Informationen, welche im Kontext der Pflege von älteren Menschen von Bedeutung ist. So hat sich zum Beispiel im Fall Tirol

herausgestellt, dass ein Bedarf an Informationen bezüglich Pflegegeld und Pflegegeldantrag gegeben war, woraufhin sich die Koordinatorin informiert und diese an die Familie weitergegeben hat (vgl. F1-1-2 Z4-16). Da dies eigentlich nicht in den Aufgabenbereich des_der Koordinators_in fällt, ist es also notwendig, dass auch andere Professionen zur Informationsphase eingeladen werden.

Unsere Kontaktpartner_innen in Großbritannien bei DayBreak laden hierzu professionelle Teilnehmer_innen (Sozialarbeiter_innen, Polizist_innen, ...) zur Informationsphase einer Unterstützungskonferenz ein, damit diese wichtige und relevante Informationen an die Teilnehmer_innen weitergeben können, um in weiterer Folge die Planerstellung zu unterstützen.

„And what we would do is bring relevant professionals in to ensure they could be supported in the right way. So if there was particular needs, we would bring that professional relevant to that need into the room.“ (G6 Z320-323)

Diese Information wird auch in der Broschüre für potentielle Teilnehmer_innen einer Unterstützungskonferenz dargestellt, damit klar ist, dass das Einladen professioneller Teilnehmer_innen für den Informationsgewinn auch eine Möglichkeit für Familien ist (vgl. DayBreak o.A.b).

Die Analyse von unterschiedlichen Foldern zeigte außerdem, dass die Kosten³ einer Unterstützungskonferenz nie ausgeführt wurden. Auf die Frage hin, ob das Wissen über die Kosten und die Finanzierung für die Familien relevant ist, wurde außerdem von unseren Interviewteilnehmer_innen unterschiedlich reagiert.

„An die Familie, würde ich sagen, ... ich würde das nicht ganz weglassen ja. Ich würde das jetzt nicht in den Vordergrund schieben, aber normalerweise ist es so, was nichts kostet ist nichts wert. Sie kennen das auch ja? Also dass sozusagen ... einen Beitrag der Familie würde ich auf alle Fälle mitdenken.“ (G3 Z333-336)

Es wird somit vermutet, dass eine Unterstützungskonferenz durch einen kleinen Kostenbeitrag der Familien zu einer wertvollen Methode wird und somit für Familien und potentiellen Teilnehmer_innen interessant wird (vgl. G3 Z703-705). Die Finanzen von Seiten der befragten pflegenden Angehörigen sind jedoch dabei nicht relevant, da sie vermutlich nicht dafür zahlen würden (vgl. G5 Z1035-1036). So kann die Darstellung von Kosten auch ein abschreckender Aspekt für potentielle Teilnehmer_innen sein, weshalb diese nicht in einem Folder vermerkt werden sollten (vgl. I3 S1).

³ Die Möglichkeiten der Finanzierung einer Unterstützungskonferenz werden von unseren Kolleg_innen Bittersam-Horejs und Steindl (2017) näher beleuchtet, deren Arbeit auch die Bekanntmachung der Methode bei relevanten Stakeholder_innen beinhaltet. Deshalb wird in diesem Abschnitt nur kurz darauf eingegangen, ob und wie die finanziellen Bedingungen für potentielle Teilnehmer_innen in der Öffentlichkeitsarbeit dargestellt werden sollen oder nicht.

Ein weiterer relevanter Aspekt, der die Methodendarstellung und somit die Öffentlichkeitsarbeit beeinflusst, beinhaltet die Darstellung der Koordinator_innen. Hierbei ist es von Bedeutung, dass sowohl die Leistungen und Aufgaben von Koordinator_innen als auch die Abgrenzung ihrer Aufgabengebiete zu anderen Professionen dargestellt werden müssen (vgl. G3 Z836). Außerdem ist es wichtig, dass die Neutralität des_der Koordinators_in hervorgehoben wird.

„Ein Neutraler der da auch gewisse, ahm wie soll ich jetzt einmal sagen, vielleicht Emotionen herausnehmen kann von vorn herein ... also das ist absoluter ... ein positiver Effekt oder Stärke.“ (G3 Z37-39)

Zusätzlich zu der Darstellung der neutralen Rolle des_der Koordinators_in ist es wichtig, dass durch die Öffentlichkeitsarbeit vermittelt wird, dass der_die Koordinator_in eine fundierte Ausbildung hat und somit eine kompetente Person die Unterstützungskonferenz koordiniert (vgl. G4 Z301-304).

5.3.3.3 Zuweisung/Netzwerk

Dieser Abschnitt befasst sich nun mit einem weiteren wichtigen Teil der Öffentlichkeitsarbeit-Strategie. Als wichtige Grundlage für eine erfolgreiche Implementierung der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen braucht es zuerst ein dichtes und funktionierendes Netzwerk an professionellen Partner_innen, welche gleichzeitig die Funktion der Zuweiser_innen übernehmen können, damit mithilfe von Öffentlichkeitsarbeit Teilnehmer_innen erreicht werden können.

„You have to have a big network and lots of partnerships – above all with local authorities like the country council. But also with social institutions and charities in the regarded sector [even police].“ (I2 S3)

Kooperationspartner_innenschaften sind also ein wichtiger strategischer Aspekt, um die Unterstützungskonferenz bekannt zu machen, da diese Partner_innenschaften die Methode und das Angebot an ihre Klient_innen/Nutzer_innen weitergeben können und somit als Zuweiser_innen fungieren können. Die Orte, an denen diese Vernetzung stattfinden und durchgeführt werden kann, werden im Kapitel 5.3.6 Orte der Vernetzung/Öffentlichkeitsarbeit näher beleuchtet.

5.3.3.4 Werbung

Als strategischer Schritt, um die Unterstützungskonferenz der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, kann auch die Verwendung von konkreten Fällen und Situationen im Sinne von Werbung gesehen werden.

„Das Interesse zu wecken und sie [die Familie] dann bis zum Familienrat bringen [...] da wärs wahrscheinlich in der Werbung, sag ich jetzt einmal, nicht schlecht zu sagen [...] da wirklich mit der Tür ins Haus zu fallen im wahrsten Sinne des Wortes.“ (G3 Z61-66)

Um die Methode bekannt zu machen, sollen also konkrete Fälle und Fragestellungen dargestellt werden, damit sich potentielle Teilnehmer_innen in die Situationen hineinversetzen können und sich wirklich vorstellen können, was in einer Unterstützungskonferenz besprochen werden kann. Somit soll ein lebensweltlicher Anknüpfungspunkt mit Öffentlichkeitsarbeit geschaffen werden, der es Personen ermöglicht, ihre eigene Lebenswelt in der Darstellung der Fälle wiederzuerkennen. Als mögliche Beispiele könnten sich hierfür unter anderem Fälle rund um das Erbe und die Finanzen (vgl. G3 Z66-68, Z709-712) oder um die Pflege, Pflegebedürftigkeit und Demenz (vgl. G3 Z1012-1014) eignen. Außerdem könnte die Darstellung von Erfolgsgeschichten, z.B.: von bereits durchgeführten Unterstützungskonferenzen, eine gute Werbung sein, um die Methode für neue Teilnehmer_innen interessant zu machen (vgl. G4 Z84-87).

5.3.3.5 Zugang zu potentiellen Teilnehmer_innen

Um einen Zugang zu neuen, potentiellen Teilnehmer_innen zu bekommen braucht es, neben den bereits erwähnten strategischen Schritten, noch weitere Aspekte, wie Sprache und Kreativität. Zunächst ist es wichtig, dass der Zugang zu Informationen auf einem niederschweligen Niveau möglich ist, da die Methode auch stark auf dem Grundsatz von Freiwilligkeit basiert (G5 Z1025-1028). „Auf einen niederschweligen Zugang zu den ganzen Sachen. Das ist einmal ganz wichtig [...] und auch nicht mit der Holzhammermethode.“ (G5 Z775-777). Es ist also wichtig, dass die Methode niemanden aufgedrängt wird und vermittelt wird, dass die Teilnahme freiwillig ist.

Zusätzlich zum niederschweligen Zugang zu Informationen braucht es eine, für die potentiellen Teilnehmer_innen verständliche, sprachliche Gestaltung der Informationen.

Dieser Aspekt wurde bereits im theoretischen Teil über Öffentlichkeitsarbeit erläutert, und wurde auch bei unseren Diskussionen immer wieder erwähnt. So müssen die Sprache und die Gestaltung der Informationen verständlich sein (vgl. I1 S2) und außerdem sollen Fachtermini vermieden werden, da das zu Missverständnissen führen kann (vgl. I1 S4; G6 Z555-556). Diese Vermeidung von Fachjargon kann auch auf die Verwendung von Englischen Begriffen ausgeweitet werden. „Die deutsche Sprache ist ein weites Feld nur bitte nicht auf Denglisch [Mischung aus Englisch und Deutsch] oder so weil das ist dann noch schlimmer.“ (G5 Z924-926). An dieser Stelle muss bedacht

werden, dass unsere Zielgruppe ältere Menschen umfasst und somit die sprachliche Gestaltung für dieses Publikum zugänglich gemacht werden muss.

Es kann also gesehen werden, dass eine Öffentlichkeitsarbeit-Strategie für die Bekanntmachung und die Verbreitung von der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen komplex ist und viele unterschiedliche Bereiche umfasst. Zusätzlich zu denen, die in diesem Abschnitt genannt wurden, wird im nächsten Kapitel ein weiterer wichtiger Aspekt von Öffentlichkeitsarbeit dargestellt. Dabei handelt es sich um das Alleinstellungsmerkmal bzw. den Aufhänger der Methode, welcher unter anderem einiges an Kreativität fordert, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu erzeugen. Diese(s) Alleinstellungsmerkmal(e) ist/sind auch ein wichtiger Teil der Strategie zur Bekanntmachung der Methode. Im Zusammenhang mit dieser Arbeit wird dieses Merkmal aber in einer eigenen Kategorie dargestellt, um die Besonderheiten der Methode (Alleinstellungsmerkmale) und der Vermittlung der Methode über die Öffentlichkeitsarbeit darzustellen.

5.3.4 Alleinstellungsmerkmal

Als besonders spannend und wichtig wurde in den unterschiedlichen Interviews und Diskussionen die Frage nach dem Alleinstellungsmerkmal der Methode Unterstützungskonferenz bezeichnet. Vor allem der Unterschied zu informellen Familiengesprächen muss mit der Öffentlichkeitsarbeit dargestellt werden, damit die Zielgruppen auf diese Methode zurückgreifen und sie ausprobieren wollen. Diese(s) Alleinstellungsmerkmal(e) und die Besonderheiten der Methode werden nun in diesem Kapitel zusammengefasst.

5.3.4.1 Vertrauen in die Familie

Ein zentraler Aspekt der Unterstützungskonferenz, welcher eine Besonderheit der Methode ausmacht, kann als Stärkung des Vertrauens in die Familie bezeichnet werden.

„Es ist den Leuten zuzutrauen ist schon fast eine Intervention mit Wirkung. Und das finde ich immer sehr so erstaunlich. Egal wie schwierig die Situation ist. Den Leuten zuzutrauen: ihr findet eine Lösung und wir stellen euch das Modell zur Verfügung. Und unterstützen euch dabei. Aber die Lösung selber könnt ihr erarbeiten ohne Experten.“
(G1-1 Z477-480)

Mithilfe einer Unterstützungskonferenz kann somit die betroffene Familie in ihren Entscheidungen gestärkt werden, sie wird befähigt eigene Ideen zu entwickeln und eigene Lösungen zu finden, welche in ihrem Interesse sind und für sie funktionieren.

Hier steht vor allem die Idee des Empowerments im Vordergrund, welche auch innerhalb der Sozialen Arbeit von zentraler Bedeutung ist (vgl. G1-1 Z473-475). Ziel ist es also den Teilnehmer_innen keine Ideen und Lösungen vorzugeben, vor allem nicht von außenstehenden Personen, welche die inneren Strukturen und Abläufe der Familie nicht kennen, sondern eine interne Lösung anzustreben, welche von den Teilnehmer_innen stammt und somit aus ihrer Lebenswelt entspringt. Dabei geht es jedoch nicht darum, dass die Pflege und Betreuung des_der Angehörigen nur von den Familienmitgliedern und dem sozialen Netzwerk ohne Einbezug von Professionist_innen übernommen werden muss, sondern darum, es einen Plan zu entwickeln, wer welche Aufgaben übernehmen kann und wie die Zusammenarbeit miteinander gestärkt und organisiert werden kann.

„Bei diesen Unterstützungskonferenzen darf es glaub ich nicht zu sehr um irgendwelche Pflegestufen gehen, oder um pflegerische Fragen. Sondern geht's darum, wer kann was gewährleisten, und wer kann was machen, und wer kann sich einbringen, damit die Pflege eines Angehörigen gut funktioniert. Und wie können auch Fachleute mit eingebaut werden?“ (G1-2 Z321-325)

Es geht also um die Zusammenarbeit, um die bestmögliche Betreuung für die zu pflegende Person gewährleisten zu können und um auch einen Plan zu finden, der von den Teilnehmer_innen akzeptiert wird. Sehr treffend wird dieser Fokus auf die eigene Entscheidungsfindung der Teilnehmer_innen durch die Unterstützungskonferenz in den Niederlanden bezeichnet, denn dort wird eine Unterstützungskonferenz als „Eigen Kracht-conferentie“ (vgl. Eigen Kracht Centrale 2017a) bezeichnet, was auf Deutsch übersetzt so viel wie „Eigene Kraft Konferenz“ bedeutet, und somit den Empowerment-Ansatz und eines der Alleinstellungsmerkmale der Methode sehr stark hervorhebt.

Außerdem wird mithilfe einer Unterstützungskonferenz auch sichergestellt, dass vertraute Personen einen Plan zum weiteren Vorgehen erstellen und nicht fremde Personen. Einige Diskussionsteilnehmer_innen merken hierzu an, dass die Vorstellung einer fremden Person, wie z.B.: einer 24-Stunden-Pflegekraft, etwas befremdend ist, da plötzlich eine neue, bisher unbekannte Person in die Privatsphäre einer Person eintritt und das Einlassen auf diese neue Person schwierig sein kann (vgl. G2 Z147-160). So kann also mit einer Unterstützungskonferenz sichergestellt werden, dass die Pflege und Betreuung innerhalb der Familie und dem sozialen Netzwerk stattfindet. Außerdem bietet eine Unterstützungskonferenz auch die Möglichkeit, dass Familienmitglieder zu dem Treffen zusammengeholt werden, um gemeinsam eine Entscheidung zu treffen. „Als Vorteil von dieses Modells, dass dieser ... dass man halt die Leute halt zusammenbringt an einen Tisch, in einer Struktur.“ (G3 Z30-31). So können bei einer Unterstützungskonferenz auch bisher nicht beteiligte

Familienmitglieder oder Bekannte eingeladen werden und in der zukünftigen Betreuung eine Aufgabe übernehmen, wodurch ein Zusammenhalt innerhalb des Netzes geschaffen wird. So schafft es eine Unterstützungskonferenz, dass die Familie organisiert in die Zukunft gehen kann (vgl. G6 Z1426-1427).

5.3.4.2 Nutzen

Bei der Entscheidung, ob die Methode als Möglichkeit für die Planung der Pflege und der Betreuung einer Person angestrebt wird oder nicht, ist der Nutzen einer Unterstützungskonferenz von zentraler Bedeutung. Für die Öffentlichkeitsarbeit ist es daher eine wichtige Aufgabe, den Nutzen und die Vorteile dieser Methode der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es müssen Botschaften an potentielle Teilnehmer_innen vermittelt werden, welche ansprechend sind und die nützlichen Effekte der Unterstützungskonferenz hervorheben. Eine dieser Botschaften könnte unter anderem sein, dass eine Unterstützungskonferenz als ein Gewinn für alle potentiellen Teilnehmer_innen und vor allem für die zu pflegende Person gesehen werden kann (vgl. G1-1 Z669-670). Für die Familie und das soziale Netzwerk zeigt sich dieser Gewinn dadurch, dass das Vertrauen in ihre Entscheidungsfindung und Planung gestärkt wird, was bereits im vorhergehenden Kapitel näher erläutert wurde. Zusätzlich zu diesem Aspekt können aber auch andere nützliche Faktoren einer Unterstützungskonferenz wahrgenommen werden. So kann die Teilnahme an einer Unterstützungskonferenz eine Möglichkeit sein, die Pflege und den Beruf miteinander zu vereinen, da Aufgaben geteilt werden und die Verantwortung für die Pflege und Betreuung des_der Angehörigen nicht mehr nur bei einer Person liegt (vgl. G1-2 Z427-429). Die Erstellung von einem Plan kann also Aufgaben verteilen, Verwandte und Bekannte mit einbeziehen, womit möglicherweise auch die Bindung und Beziehung zu diesen Personen erneut gestärkt werden kann. „It also gives families a time to communicate with people that they may not have seen for a long time and to rebuild bridges with those that there have been difficulties with.“ (I1 S3).

Die Stärkung der Beziehungen zwischen den Teilnehmer_innen kann also auch als ein Nutzen der Unterstützungskonferenz gesehen werden. Zusätzlich bietet die Methode einen geeigneten Rahmen und eine Struktur, um den Ablauf zu gestalten. Ein_e neutrale_r Koordinator_in übernimmt hierbei auch in gewisser Hinsicht die Rolle eines_einer neutralen Vermittlers_in, im Sinne eines_einer Mediators_in, wodurch er_sie von außen und auf einer anderen Ebene unterstützen kann.

„Da ist sozusagen die Assistenz die dadurch ... dazukommt ... was sehr vorteilsvorteilhaft ist sozusagen. Es ist jemand von außen. Ein Neutraler der da auch gewisse [...] vielleicht Emotionen herausnehmen kann von vorn herein.“ (G3 Z36-38)

Außerdem kann eine Unterstützungskonferenz als eine Form von Qualitätssicherung wahrgenommen werden, da die Pflege und Betreuung meist so geplant wird, dass ein längeres Zuhause-Bleiben möglich wird und die aktive Zusammenarbeit des sozialen Netzwerkes gefördert wird. Durch das Aufschreiben des Plans, welcher auch jede_r Teilnehmer_in bekommt, kann immer wieder darauf zurückgegriffen werden und es wird somit eine gewisse Transparenz für die Planteilnehmer_innen geschaffen (vgl. G3 Z310-312).

Zusätzlich kann eine Unterstützungskonferenz als eine präventive Maßnahme durchgeführt werden, damit im Fall einer zukünftigen Pflegebedürftigkeit bereits ein Plan zur Unterstützung da ist und nicht kurzfristig die Pflege und Betreuung organisiert werden muss (vgl. G3 Z213-218).

Speziell für die zu pflegende Person ermöglicht eine Unterstützungskonferenz viele nützliche Aspekte, die mit der Öffentlichkeitsarbeit an potentielle Teilnehmer_innen vermittelt werden müssen. Zum einen kann diese Methode ein geeignetes Sprachrohr bieten, um die eigene Stimme (wieder) hörbar zu machen (vgl. I1 S3).

„Aber das finde ich den Grundgedanken schlechthin am Familienrat, dass die Betroffenen eine Stimme gegeben wird. Eine Stimme gegeben wird und dass nicht über deren Kopf hinweg entschieden wird sondern mit der Person zusammen.“ (G1-1 Z810-813)

Ein zentraler Gedanke ist daher, dass die Methode für die Teilnehmer_innen einen neutralen Ort schaffen soll, wo jedes Mitglied der Familie und des sozialen Netzwerkes mitmachen und mitsprechen kann (vgl. G1-1 Z904-909; G4 Z273-275; G6 Z232-233).

5.3.4.3 Selbstbestimmung

Wie bereits im vorhergehenden Abschnitt kurz thematisiert, bietet die Methode einen Ort, um die eigene Stimme hörbar zu machen und eine Möglichkeit der aktiven Teilnahme an der Planerstellung zur Pflege und Betreuung. „Ich plädiere so sehr für die Selbstständigkeit, für die Verantwortung der alten Menschen selber.“ (G1-1 Z781-782). An dieser Aussage kann ein wirksamer Nutzen der Methode herausgelesen werden, nämlich die Selbstständigkeit und Selbstbestimmung der älteren Menschen. Eine Unterstützungskonferenz kann also als Instrument der selbstbestimmten Gestaltung des Alters verstanden werden (vgl. G1-1 Z835-836). Der Nutzen einer Unterstützungskonferenz soll ein selbstbestimmtes Entscheiden über die eigene Zukunft ermöglichen und somit gleichzeitig eine Fremdbestimmung über sich selbst und die Angehörigen verhindern (vgl. G1-1 Z782-792). Dabei ist ein wichtiges

Instrument der Methode die Möglichkeit von sogenannten Beiständen, „Supporting Persons“ und/oder „Advocates“ (vgl. DayBreak o.A.a; G3 Z923-924).

„Da gibt's beim Familienrat zum Glück die Idee, der „Supporting Person“ ja also eine Person die wirklich gerade diesen Leuten zur Seite steht die nicht mehr so ah ... die Kraft haben ihre Meinung zu äußern, ja.“ (G3 Z807-809)

Diese Beistände einer Unterstützungskonferenz ermöglichen es jenen Personen, die besonders verletzlich sind oder deren Stimme oft überhört wird, ein Sprachrohr zu geben, indem die Beistände für sie da sind und sicherstellen, dass ihre Interessen vertreten werden. Somit kann dies eine zentrale Botschaft für die Öffentlichkeitsarbeit darstellen, indem potentiellen Teilnehmern_innen gezeigt wird, dass sie nicht alleine sind, sondern einerseits durch eine_n ausgebildete_n Koordinator_in und andererseits durch einen Beistand begleitet werden.

5.3.4.4 Aufhänger/Eyecatcher

Um die Unterstützungskonferenz und die Alleinstellungsmerkmale der Methode nun der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, braucht es außerdem sogenannte „Aufhänger“ und/oder „Eyecatcher“ wodurch das Interesse bei potentiellen Teilnehmer_innen geweckt wird. Diese Aufhänger benötigen oftmals Kreativität und Botschaften, die sowohl ansprechen als auch schockieren können. Für die Bekanntmachung der Methode wurden in unseren Diskussionen auch einige Beispiele genannt, welche nun dargestellt und diskutiert werden.

„Der Ansatz wäre ja tatsächlich wenn wir ... jetzt konkrete Fälle angesprochen, wenn die schon das Begräbnis finanziert haben [...] ja wenn ihr das schon finanzierts ja bitte wollts ihr nicht auch finanzieren, dass [...] nicht nur das Begräbnis jetzt gut rennt sondern die Zeit auch davor auch gut gestaltet ist.“ (G1-1 Z861-866)

Zwar kann die Thematisierung vom Tod und dem Begräbnis teilweise abschrecken, dennoch ist der Ansatz und die Botschaft dahinter wichtig, da die Zeit vorher angesprochen wird, welche eine Pflegebedürftigkeit beinhalten könnte und somit eine Auseinandersetzung benötigt. Diese Aussage kann deshalb als „Eyecatcher“ für die Erweckung des Interesses von potentiellen Teilnehmer_innen gesehen werden. Ebenfalls wurden andere Beispiele als „Eyecatcher“ angesprochen, welche Fragen rund um das Erbe und die Finanzen beinhalten (vgl. G3 Z66-68, Z709-712). Außerdem kann die zuvor angesprochene Stärkung der Selbstbestimmung als ansprechender Aufhänger der Methode angesehen werden. Daneben ist die familieninterne und netzwerkinterne Entscheidungsfindung ein tragendes Argument für die Durchführung einer Unterstützungskonferenz:

„Die Idee[n], die in dem Familienrat entwickelt werden, die sind reichhaltiger. Und manchmal fantasievoller, als die Idee der Fachleute. Und nachhaltiger, ja. Weil es eben Entscheidungen sind aus der Familie, und die werden mitgetragen, und es macht einen Unterschied, ob eine alte Person ins Pflegeheim abgeschoben wird, oder ob eine Familie entscheidet, ja, dass man das und das machen kann.“ (G1-2 Z528-532)

Die Methode stärkt also das Vertrauen in die Familie und das soziale Netzwerk, und gleichzeitig wird auch eine wichtige Botschaft vermittelt, in der Hilfe als etwas Positives dargestellt wird, etwas wofür sich die Teilnehmer_innen nicht schämen müssen (vgl. G4 Z311-318; G3 Z57-59). Dadurch hebt sich die Methode von einem informellen Familiengespräch ab, da ein_e Koordinator_in zur Unterstützung in die Familie geholt wird, und die Konferenz mithilfe des_der Koordinators_in organisiert wird (vgl. G3 Z31, Z36-39). Diese Unterstützung kann das soziale Netzwerk aktivieren und aufzeigen, welche Menschen überhaupt im sozialen Netzwerk vorhanden sind bzw. als Ressourcen wahrgenommen werden (vgl. G3 Z209-211). So kann das Sprechen über die potentiellen Teilnehmer_innen beispielsweise aufzeigen, dass das soziale Netzwerk größer ist, als zu Beginn angenommen wurde (vgl. F2-1-2 Z4, Z95, Z98-99, Z129).

Des Weiteren gibt es zentrale, für die Methode relevante Begriffe und Konzepte, die hinter diesen Aufhängern stehen. So bezeichnen z.B. unsere Kolleg_innen aus Großbritannien Aspekte wie Freiwilligkeit, Empowerment, gute Vorbereitung, Vertraulichkeit und Familienexpertise als wichtige Stichworte, die mit einer Unterstützungskonferenz in Verbindung gebracht werden (vgl. I1 S2). Vor allem dem Empowerment-Ansatz kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu, da eine Stärkung der Familie und die eigene Lösungsfindung/Planerstellung einen wichtigen Teil der Methode ausmachen. „It is always the right time for the family to be empowered.“ (I3 S2). Die Familie und das soziale Netzwerk können als kompetente Akteur_innen in der Entscheidungsfindung, was auch den Kern dieser Methode ausmacht, angesehen werden. Dieser Punkt kann auch im Zusammenhang mit der bereits genannten Freiwilligkeit und der damit verbundenen fehlenden Institutionalisierung angesehen werden. Denn eine Unterstützungskonferenz und deren freiwilliger Kontext haben keinen zwanghaften Charakter, wie eventuell andere soziale Institutionen (vgl. G6 Z1384-1389). Ob eine Entscheidung gefunden wird, bzw. ob eine Unterstützungskonferenz durchgeführt werden soll, obliegt der Entscheidungsmacht der Familie und nicht der Professionist_innen.

Abschließend lässt sich also festhalten, dass die Unterstützungskonferenz zahlreiche Botschaften und Alleinstellungsmerkmale aufweist, die in der Öffentlichkeitsarbeit als Aufhänger fungieren und somit das Interesse an der Methode in der Öffentlichkeit erwecken können. So ist einerseits der Fokus auf die Familie und das soziale Netzwerk

von besonderer Bedeutung, andererseits werden Aspekte wie Selbstbestimmung und Freiwilligkeit mit dieser Methode hervorgehoben. Wichtig ist, dass in diesem Kontext eines dargestellt wird, nämlich das gemeinsame Planentwickeln für die Pflege und Betreuung: „Pflege gemeinsam organisieren ist ein sehr guter, sehr schöner Satz der da steht, der sagt so viel drüber aus.“ (G5 Z955-957).

5.3.5 Materialien von Öffentlichkeitsarbeit

Wie bereits im Abschnitt über die getätigte Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Projektes dargestellt wurde, haben wir im Zuge der Bekanntmachung der Unterstützungskonferenz im Kontext von pflegenden Angehörigen einige Materialien von Öffentlichkeitsarbeit verwendet. Dazu gehören unter anderem Zeitungsartikel, Flyer, Plakate und die Präsentation des Projektes sowohl auf Informationsveranstaltungen als auch im Internet über soziale Medien. Im Zuge der weiteren Forschung und den diversen Interviews und Diskussionen sind folgende Materialien besonders oft erwähnt worden und deren Wichtigkeit dieser Materialien für die Vermittlung und der Bekanntmachung der Methode in unserem Kontext wurde immer wieder angesprochen.

5.3.5.1 Kontakt

Um erfolgreich Öffentlichkeitsarbeit betreiben zu können, braucht es zunächst eine implementierte Stelle und/oder Kontaktperson, an die sich interessierte Personen wenden können. Dazu braucht es nicht nur diese Person, sondern auch eine Adresse, Telefonnummer und Homepage, damit Anfragen bearbeitet werden können. Diese konkrete Kontaktstelle und Kontaktperson ist zum einen für Vernetzungspartner_innen von Bedeutung, welche als Zuweiser_innen fungieren könnten, zum anderen ist es auch für potentielle Teilnehmer_innen und Nutzer_innen einer Unterstützungskonferenz wichtig.

„Was für uns als [Pflege]-Hotline interessant wäre, wie das dann wirklich in Konkretisierung geht, [ein] Ansprechpartner mit Telefonnummer, die wir weitergeben, falls sich bei uns am Telefon oder in der Büroberatung ein Fall ergibt.“ (G3 Z665-667)

Wie bereits kurz erwähnt, braucht es außerdem Internetpräsenz durch eine Homepage. Mithilfe einer Homepage können konkrete Informationen weitergegeben werden, da dort mehr Raum für Erklärungen und interessante Aspekte gegeben ist. Außerdem bietet eine Homepage einen niederschweligen Zugang zu Informationen, da immer mehr Menschen Zugang zum Internet haben.

„Eine Homepage wo man einiges nachlesen kann [...] wo man ganz einfach einmal niederschwellig, dass ich sag okay jetzt geb ich diese Adresse ein, druck drauf und dann sieht keiner wer ich bin.“ (G5 Z998-1001)

Es kann mit dieser Aussage also gesehen werden, dass eine Internetpräsenz auch Anonymität schaffen kann, was vor allem im Bereich der Pflege und Betreuung älterer Menschen einen positiven Effekt haben kann, da, wie schon diskutiert wurde, dieses Thema immer noch tabuisiert wird. Bei der Gestaltung der Homepage muss dann zusätzlich noch bedacht werden, dass diese Homepage als Informationsseite dienen soll, intuitiv und inklusiv sein soll. Deshalb ist es wichtig, dass die sprachliche Gestaltung für die Zielgruppen verständlich ist (vgl. G5 Z1007-1012). Des Weiteren ist eine Bekanntgabe der Kontaktperson und Kontaktadresse in klassischen Öffentlichkeitsarbeits-Mitteln, wie dem Telefonbuch oder bei Vernetzungspartner_innen von Vorteil, da nicht jeder Mensch Zugang zum Internet hat (vgl. F2-1-1 Z322-331).

5.3.5.2 Flyer/Folder

Im Zuge unserer Bekanntmachung der Methode haben wir Informationsbroschüren gestaltet, welche sich in der Öffentlichkeitsarbeit als Zusatzinformation eignen. Flyer, Folder und Broschüren bieten aufgrund ihrer Größe wenig Platz für Informationen. Neben dem Text sollte ein Flyer auch grafische Bilder beinhalten, daher müssen die wichtigsten Botschaften kompakt dargestellt werden. Unsere internationalen Kontakte verwenden Flyer und Folder primär als Zusatzinformationsmittel, um das Gesagte und Vermittelte zu unterstreichen. „I use leaflets to reinforce what I have said.“ (I1 S4). Auch an wen die Flyer gerichtet sind kann variieren, wobei die Inhalte an den Informationsbedarf der Zielgruppen angepasst werden, wie z.B.: bei DayBreak (Folder für Teilnehmer_innen, Zuweiser_innen, Beistände), Sina Adamy (Folder für Professionist_innen und Teilnehmer_innen), FamilienRat Büro Jugendamt Stuttgart (Folder für Familien und für Jugendliche und Kinder) (vgl. DayBreak o.A.a; DayBreak o.A.b; DayBreak o.A.c; Adamy o.A.a; Adamy o.A.b; Landeshauptstadt Stuttgart 2013a; Landeshauptstadt Stuttgart 2013b). Auch Übersetzungen der Informationsmaterialien in andere Sprachen ermöglichen es Teilnehmer_innen einen Überblick über die Unterstützungskonferenz zu bekommen (vgl. JaKuS gGmbH o.A.; Eigen Kracht Centrale 2017b).

5.3.5.3 Informationszettel

Da Flyer und Folder nur begrenzt Platz für Informationen haben, braucht es oftmals noch zusätzliches Informationsmaterial, um die Methode genauer darstellen zu können

(vgl. G5 Z970-971). Diese zusätzlichen Informationen müssen wiederum an die unterschiedlichen Zielgruppen angepasst werden (vgl. G6 Z375-383). Wie die Gestaltung dieser zusätzlichen Informationsmaterialien aussehen soll, wird im Abschnitt der Vermittlungsarbeit (ab Kapitel 6) näher beleuchtet.

5.3.5.4 Zeitung

Klassische Medienformate wie Druck-Zeitungen und Magazine können auch als geeignete Materialien für Öffentlichkeitsarbeit angesehen werden. In unserem Projekt haben wir über Zeitungen versucht, Menschen auf die Methode der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Angehöriger aufmerksam zu machen.

„Also das war im Fall Mostviertel ahm sind quasi über den NÖN-Artikel oder ist die Frau darauf aufmerksam geworden. Ahm hat dann mit mir telefoniert weil das ist – weißt du das rennt ja alles über persönliches Bild und persönlichen Kontakt und so.“ (G4 Z276-278)

Durch klassische Öffentlichkeitsarbeit-Materialien kann somit eine Teilöffentlichkeit angesprochen werden. Die Wahl der Zeitung zum Publizieren und zur Öffentlichkeitsarbeit ist jedoch abhängig von Faktoren, wie der Zielgruppe und der Reichweite der Zeitung.

5.3.5.5 Video

Zuletzt können auch Videos und Filme die Methode bekannt machen. So können diese Videomaterialien zur Information in Schulungen für Zuweiser_innen eingesetzt werden, wie sie z.B.: auch bei DayBreak verwendet wurden (vgl. I1 S2). Außerdem können sie auch als grafische Veranschaulichung der Methode dienen und potentiellen Teilnehmer_innen über diverse Videoportale zugänglich gemacht werden (vgl. Landeshauptstadt Stuttgart 2013).

5.3.6 Orte der Vernetzung/Öffentlichkeitsarbeit

Ein weiterer wichtiger Punkt, an dem die Öffentlichkeitsarbeit wirksam werden kann, sind unterschiedliche Orte der Vernetzung bzw. der Öffentlichkeitsarbeit, welche nun im Zuge der Auseinandersetzung mit den Interviews und Gruppendiskussionen dargestellt werden.

5.3.6.1 Gemeinden

Eine wichtige Rolle wird den Gemeinden zugeschrieben. Sie gelten als Informationsstellen, welche über Möglichkeiten und Angebote für ältere Menschen und Themen wie Pflege und Betreuung älterer Menschen aufklären können. So können über die Gemeinden Vorträge und Veranstaltungen organisiert werden, welche über die Unterstützungskonferenz informieren (vgl. G4 Z32; G5 Z812-813; F1-2 Z350-353). Zusätzlich dazu wird auch das Interesse der Gemeinden hervorgehoben, da durch eine Unterstützungskonferenz möglicherweise ein längeres Verbleiben zuhause ermöglicht werden kann.

„Ich mein ich weiß, die Gemeinden haben nie Geld, aber grundsätzlich glaub ich schon, dass es auch Bestreben der Gemeinden ist, die Familien oder die Bürger so lange wie möglich in ihren Kommunen zu halten.“ (G1-2 Z207-209)

Gemeinden könnten also als wichtige Akteur_innen von Öffentlichkeitsarbeit angesehen werden, da sie einerseits einen Überblick über die Bewohner_innen der Gemeinde verfügen und somit auch Informationen weiterleiten können. Andererseits könnte an ihr eigenes Interesse appelliert werden, als Vernetzungspartner_innen in der Öffentlichkeitsarbeit tätig zu werden.

5.3.6.2 Stammtische/Selbsthilfegruppen/Persönliche Kontakte

Besonders wichtig scheinen vor allem persönliche Kontakte für die Bekanntmachung der Methode zu sein. Vielfach wurden Stammtische und Selbsthilfegruppen genannt, welche als Orte der Vernetzung angesehen werden können. Stammtische von pflegenden Angehörigen bieten die Möglichkeit über relevante Themen zu sprechen, sich über Erfahrungen auszutauschen und gegebenenfalls auch Ratschläge und Tipps zu erhalten (vgl. G2 Z296-298; G4 Z29-31). Des Weiteren werden Selbsthilfegruppen für pflegende Angehörige als Weg der Informationsbeschaffung und -verbreitung angesehen, welcher für die Öffentlichkeitsarbeit von Bedeutung sein kann (vgl. G3 Z647-650, Z654-657; G4 Z29-31), da er die Zusammenkunft von Personen mit ähnlichen Herausforderungen ermöglicht und somit die Verbreitung von Informationen einfacher ist.

Auf individueller Ebene sind jedoch persönliche Kontakte das Ausschlaggebende, ob eine Unterstützungskonferenz angestrebt wird oder nicht (vgl. G4 Z60, Z265-266). So wurde zum Beispiel im Fall Tirol die Information zur Methode durch eine Bekannte weitergegeben, welche über die Pflegesituation der Betroffenen Bescheid wusste.

„Eine gute Bekannte von mir hat mich informiert, dass es so was gibt und ob ich daran nicht teilnehmen möchte, eben, weil sie gewusst hat, dass ich ziemlich in Stress bin mit,

mit der Pflege [...], die hat eben gesagt, ich soll ma des doch ah, ich soll doch dann teilnehmen, und so was und vielleicht brings mir was. Also des war eigentlich durch Mundpropaganda.“ (F1-2 Z84-87)

Die Verbreitung der Informationen durch persönliche Kontakte bietet also einen guten Weg die Unterstützungskonferenz für interessierte Personen bekannt zu machen, und um pflegende Angehörige zu erreichen (vgl. I3 S2).

5.3.6.3 Hausärzt_innen

Um Familien für die Durchführung einer Unterstützungskonferenz zu finden, haben wir in unserer Recruiting-Phase auch bei Hausärzt_innen nachgefragt, da diese sehr nahe an Betroffenen dran sind, und über die Pflegebedürftigkeit der Angehörigen Bescheid wissen. Auch in diversen Interviews wurden die Hausärzt_innen als geeignete Netzwerkpartner_innen bezeichnet, da sie einerseits als Zuweiser_innen fungieren könnten (indem sie Informationen und/oder Empfehlungen weitergeben und an geeignete Stellen vermitteln) und andererseits ihre Praxis auch als Ort von Öffentlichkeitsarbeit gesehen werden könnte (indem Informationsmaterialien aufliegen und Patient_innen unverbindlich darauf zugreifen können) (vgl. G4 Z7-8; G5 Z758, Z760-761, Z787-794; F1-2 Z377-378).

5.3.6.4 Rehabilitationszentren/Kuranstalten/Krankenhaus

Von unseren Gesprächspartner_innen wurden teilweise auch andere Zielgruppen angesprochen, welche momentan nicht unserem Projektkontext entsprechen, jedoch eventuell in zukünftigen Entwicklungen angesprochen werden könnten. Diese und unsere Zielgruppen können unter anderem in medizinischen Institutionen, wie Krankenhäusern, Kuranstalten und Rehabilitationszentren (vgl. G1-1 Z1090-1091) mit Öffentlichkeitsarbeit angesprochen werden.

Zunächst ist es wichtig, dass sich für unsere Zielgruppen (pflegende Angehörige, alte Menschen und zu pflegende Menschen) das Krankenhaus, in Zusammenarbeit mit dem Entlassungsmanagement, eher nicht als direkter Partner eignet, da die Methode meist nicht so kurzfristig organisiert und durchgeführt werden kann (vgl. G3 Z39-50). Die betroffenen Personen (Angehörige und zu pflegende Person) sind meist mit zu vielen Eindrücken konfrontiert sind, sodass die Durchführung einer Unterstützungskonferenz überfordernd wäre (vgl. G5 Z754-756). Jedoch kann dieser Ort sehr wohl über Informationsmaterial verfügen und interessierten Personen Broschüren und/oder kurze Informationen zukommen lassen. Des Weiteren können Institutionen für Kurzzeitpflege und Übergangspflege als Vernetzungspartner_innen

angesehen werden und somit als mögliche Orte von Öffentlichkeitsarbeit gelten (vgl. G3 Z272-276; G4 Z21-22).

5.3.6.5 Andere Orte von Öffentlichkeitsarbeit

Es wurden auch weitere Vernetzungsorte und -partner_innen angesprochen, welche hier aber nur kurz erwähnt werden. So könnte eine Zusammenarbeit mit der Pflegehotline, der 24-Stunden-Betreuung, der Sachwalterschaft, Mobilen Diensten (Essen auf Rädern) und auch betrieblichen Institutionen stattfinden, damit die Methode bekannt gemacht werden kann, wodurch Informationen an interessierte Personen weitergegeben werden können (vgl. G3 Z98, Z357-364, Z964-967; G4 Z11-15, Z27-28, Z62; F1-2 Z362-372; G1-1 Z707-711).

5.3.7 Verortung der Öffentlichkeitsarbeit

Der letzte Punkt, der für das Projekt von Bedeutung ist, setzt an der zukünftigen Durchführung von Öffentlichkeitsarbeit an. Es handelt sich dabei um die Verortung von Öffentlichkeitsarbeit, also der Organisation, welche die koordinierende Funktion für die Öffentlichkeitsarbeit übernimmt. Je nach Art und Weise der Implementierung, muss auch die Öffentlichkeitsarbeit an verschiedenen Stellen verortet werden.⁴

5.3.7.1 Öffentlichkeitsarbeit über Finanzierer_innen

Öffentlichkeitsarbeit könnte dort angesiedelt werden, wo auch die Finanzierung stattfindet. Also wenn es eine Träger-Organisation der Unterstützungskonferenz gibt, so kann von dort aus auch Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden. So wurde vielfach vorgeschlagen, dass eine Unterstützungskonferenz für Pflegegeldbezieher_innen angedacht werden soll, weshalb die Öffentlichkeitsarbeit bei der entscheidenden Stelle verortet werden könnte (vgl. G1-1 Z300-306; G3 Z292-294).

5.3.7.2 Organisation für Unterstützungskonferenz

Im Gegensatz dazu kann, ähnlich wie bei der britischen Organisation DayBreak, Öffentlichkeitsarbeit bei einer eigenen Organisation für Unterstützungskonferenz angedacht werden. So können von dieser Stelle aus potentielle Zuweiser_innen

⁴ Unsere Kolleg_innen Bittersam-Horejs und Steindl (2017) und Czak (2017) beschäftigen sich im Zuge des Masterprojekts mit Fragen zu Finanzierung und Implementierung, daher wird an dieser Stelle an ihre Masterthesen verwiesen und nur kurz auf die Verortung eingegangen.

angeworben werden, wodurch auch Familien und an einer Unterstützungskonferenz interessierte Personen erreicht werden können (vgl. I1 S5). Vor allem durch die Öffentlichkeitsarbeit bei Fachkräften und in Ausbildung stehenden Fachkräften (vgl. DayBreak o.J.:16) können potentielle Zuweiser_innen gewonnen werden wodurch eine Basis für die weitere Zusammenarbeit geschaffen wird (vgl. I3 S2; DayBreak o.J.:16).

5.4 Konzept für Öffentlichkeitsarbeit

Wie nun der ausführlichen Darstellung der Ergebnisse entnommen werden konnte, gibt es viele Aspekte, die die Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen und welche bei der Planung eines Konzeptes für das weitere Bekanntmachen der Methode von Bedeutung sind. In diesem Abschnitt der Masterthese soll nun ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit dargestellt werden, bevor abschließend die Ergebnisse in einer Conclusio noch einmal kurz zusammengefasst werden. Es soll jedoch darauf hingewiesen werden, dass dieses Konzept ein Vorschlag ist, welcher auf unserer zweijährigen Auseinandersetzung mit diesem Thema und dem daraus entstandenen Datenmaterial basiert. Außerdem muss bedacht werden, dass die Darstellung dieses Konzepts einen sozialarbeiterischen Hintergrund aufweist und keinen kommunikationswissenschaftlichen. Überdies sind wir in diesem Konzept davon ausgegangen, dass die Finanzierung der Unterstützungskonferenzen bereits geklärt ist, was bedeutet, dass die potentiellen Teilnehmer_innen die Methode kostenlos bzw. mit einem kleinem Selbstbehalt in Anspruch nehmen können.

Puttenat (2012) schlägt für die Durchführung einer Öffentlichkeitsarbeits-Kampagne folgende Schritte vor: Prüfung der Ausgangslage, Analyse des gegenwärtigen Problems (welche auf der Analyse der Ausgangslage basiert), Formulierung der Ziele und Aufgaben, Definition der Zielgruppe, Formulierung der Botschaften, Festlegung der kreativen Ausgestaltung, Materialien von Öffentlichkeitsarbeit und Festlegung eines Zeitplans (vgl. Puttenat 2012: 11ff). Diese Vorgehensweise wurde zum Teil auch für die Erstellung dieses Öffentlichkeitsarbeits-Konzepts verwendet.

5.4.1 Aufbau einer Organisationsstruktur

Bevor die Methode der Öffentlichkeit dargestellt wird und aktiv Menschen angesprochen werden, muss zuerst eine Organisationsstruktur aufgebaut werden. Das bedeutet, dass es eine Institution geben muss, von der aus die Öffentlichkeitsarbeit getätigt wird, welche gleichzeitig Ansprechpersonen rekrutiert und die Anfragen von Seiten potentieller Teilnehmer_innen als auch potentieller Zuweiser_innen beantworten

kann. Gleichzeitig muss ein Team (Koordinator_innen, Teamleiter_innen) geschaffen werden, damit ohne zeitliche Verzögerung ein_e geeignete_r Koordinator_in für den potentiellen Fall zugewiesen werden kann, sobald Familien Interesse an einer Unterstützungskonferenz zeigen.

Diese Organisationsstruktur benötigt außerdem stabile Kontaktpersonen, welche auf diversen Materialien namentlich vermerkt werden können. Dazu braucht es eine genaue Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Internet-Homepage der Organisation und der Kontaktperson, damit die interessierten Personen einen persönlichen Bezug herstellen können und potentielle Zuweiser_innen wissen, wohin sie sich wenden müssen. Vor allem die Internetpräsenz durch eine strukturierte und informative Homepage ist heutzutage sehr wichtig, da sich interessierte Personen selbstständig Informationen aneignen und weiter recherchieren können. Diese Homepage soll sowohl die Organisation vorstellen, als auch die Methode, genauer als auf Foldern/Broschüren möglich, darstellen. Des Weiteren ist es auch wichtig, dass die Adresse und die Kontaktnummer im Telefonbuch eingetragen werden, da nicht jede interessierte Person Zugang zum Internet hat.

Diese Organisationsstruktur bildet den Grundbaustein für ein weiteres, strukturiertes Vorgehen für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit.

5.4.2 Formulierung der Ziele

Ist eine Organisationsstruktur aufgebaut, können die Ziele, welche durch die Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden sollen, formuliert werden. Ein Ziel könnte in unserem Fall sein, dass Familien und somit potentielle Teilnehmer_innen auf die Methode Unterstützungskonferenz aufmerksam gemacht werden sollen. Ein weiteres Ziel könnte auch die Thematisierung des Alters und des demografischen Wandels umfassen. Es handelt sich dabei jedoch um zwei relativ groß angelegte Ziele. Daher sollte zu Beginn der Fokus auf ein Thema gelegt werden, wodurch das weitere Vorgehen an dieses Ziel angepasst wird.

Da das Projekt jedoch noch am Anfang steht, ist vermutlich das erste Ziel (Aufmerksamkeit erzeugen) relevanter. Zusätzlich würde das zweite Ziel (Thematisierung des Alters und des demografischen Wandels) wahrscheinlich mehr Ressourcen benötigen, da eine viel breitere Teilöffentlichkeit angesprochen werden muss.

5.4.3 Definition der Zielgruppe

Aus der ersten Formulierung des Ziels der Öffentlichkeitsarbeit, ergibt sich nun auch die Definition der potentiellen Zielgruppe, die angesprochen werden sollte. Ist unser Ziel nun die Bekanntmachung der Methode für Familien, so würde unsere Zielgruppe einerseits pflegende Angehörige und andererseits auch zu pflegende Angehörige umfassen. Dabei handelt es sich laut Signitzer (1993) um eine bewusste Zielgruppe, welche mit ähnlichen Herausforderungen zu tun hat, jedoch noch keine Lösungen gefunden hat (vgl. Signitzer 1993:62). Die Herausforderung, die diese Zielgruppe gemeinsam hat, befasst sich mit der Pflege von einem_einer Angehörigen. Dieser gemeinsame Aspekt ist für diese Zielgruppe von besonderer Relevanz, daher muss an dieser Stelle die Öffentlichkeitsarbeit ansetzen.

Die Definition der Zielgruppe ist unter anderem deshalb sehr wichtig, da dies die nachfolgenden Schritte beeinflusst.

5.4.4 Botschaften

Sind die Ziele und Zielgruppen festgelegt, stellt sich die Frage, welche Botschaften über Öffentlichkeitsarbeit vermittelt werden sollen. Wie soll die Methode präsentiert werden? Was macht diese Methode besonders? Was macht unsere Organisation besonders? Welche Familien, soziale Netzwerke und Fälle eignen sich für eine Unterstützungskonferenz? Unsere Zielgruppe der pflegenden und zu pflegenden Angehörigen hat, wie schon zuvor bemerkt, eine gemeinsame Herausforderung zu lösen: die Pflege. Wie in den Ergebnissen der Forschung schon dargestellt wurde, stehen viele pflegende Personen dieser Herausforderung alleine gegenüber und fühlen sich oftmals auch überfordert. Gleichzeitig wird jedoch das Fragen um und das Annehmen von Hilfe und Unterstützung als Tabuthema bezeichnet. Um dieses Tabu nun aufzubrechen und um das soziale Netzwerk der betroffenen Personen zu stärken, braucht es deshalb einen Fokus der Botschaften auf diese Aspekte. Eine Unterstützungskonferenz sollte sich somit durch das Gemeinsame und die positive Darstellung von Unterstützung und Hilfe auszeichnen. So eignen sich Botschaften wie „Pflege und Betreuung gemeinsam organisieren“ oder „Entscheiden Sie gemeinsam über die Zukunft“ als Slogans, welche die Unterstützungskonferenz für die Zielgruppe interessant machen sollten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt dieser Botschaften ist, dass diese in leicht verständlicher Sprache gestaltet werden müssen. Das heißt, dass vor allem Fachbegriffe und Fachjargon verhindert werden sollen, da dadurch die Botschaften nicht mehr

lebensweltlich orientiert sind und von den Leser_innen eventuell nicht verstanden werden können.

Auch unsere Ziele (Familien und potentielle Teilnehmer_innen auf die Methode Unterstützungskonferenz aufmerksam machen) werden durch diese Botschaften vermittelt. Falls die Ziele, Zielgruppen und Botschaften nicht zusammenpassen, können auch Veränderungen durchgeführt werden. Wichtig ist jedoch, dass immer wieder verglichen wird, ob diese drei Aspekte in der weiteren Entwicklung noch zusammenpassen oder ob sie adaptiert werden müssen.

5.4.5 Strategie

Wurden bisher alle Schritte durchgeführt und auch immer wieder miteinander verglichen, dann kann eine Strategie zur Vorgangsweise entwickelt werden, damit diese Ziele auch erreicht werden können. An dieser Stelle ist es zum Beispiel relevant, sich zu fragen, ob Vernetzungspartner_innen miteinbezogen werden sollen, an welchen Orten und Stellen Öffentlichkeitsarbeit stattfinden sollte, ob es zwei Strategien braucht (für pflegende Personen und für zu pflegende Personen) und wann was getan werden soll. Für unser Projekt ist es strategisch von Vorteil, wenn zuerst Netzwerkpartner_innen mobilisiert werden, worauf im nächsten Kapitel eingegangen wird. Außerdem wäre es wichtig, dass neben der Vernetzung auch bereits Orte und Veranstaltungen ausgewählt werden, wo die Methode möglichst vielen potentiellen Teilnehmer_innen vorgestellt werden und somit das erste Interesse wecken kann. Diese Orte umfassen Informationsveranstaltungen mit Schwerpunkten Pflege und/oder Alter, Vorträge in Gemeinden, Selbsthilfegruppen und Stammtischen. Es eignen sich vor allem jene Orte, an denen persönliche Kontakte hergestellt werden können, da so am besten interessierte Personen erreicht werden können. Denn dort können sie dann auch eine Person/Organisation mit der Methode verbinden (Sympathie spielt hierbei eine Rolle) und bei Bedarf können auch schon erste Fragen gestellt und beantwortet werden.

5.4.6 Vernetzung

Wie zuvor bereits erwähnt wurde, umfasst die Strategie von Öffentlichkeitsarbeit auch das weitere Vorgehen mit anderen Professionen. Im Fall der Unterstützungskonferenz sind wir zu dem Schluss gekommen, dass es unbedingt eine Vernetzung mit Professionist_innen braucht, welche als potentielle Zuweiser_innen fungieren können. Vor allem unsere Kolleg_innen aus Großbritannien haben diese Notwendigkeit

mehrmals deutlich gemacht. Um also die Methode bekannt zu machen, müssen Netzwerkpartner_innen gefunden werden. Als Netzwerkpartner_innen eignen sich vor allem für unsere Zielgruppe unterschiedliche Professionist_innen aus dem Pflegebereich (Sozialarbeiter_innen, DGKS, Altenpfleger_innen, Mobile Dienste, 24h-Pflege), welche einerseits direkten Kontakt zu Familien und somit zu unserer Zielgruppe haben und andererseits auch für den Tag der Unterstützungskonferenz als relevante Informationsgeber_innen eingeladen werden könnten. Ein weiterer wichtiger Vernetzungsschritt ist das Vorstellen der Methode in unterschiedlichen Lehr-Einrichtungen für soziale, medizinische und pflegerische Berufe, wie z.B.: Fachhochschulen, Universitäten und Schulen, wiederum um das Interesse für die Methode zu erwecken und um potentielle Zuweiser_innen, welche mit unserer Zielgruppe zusammenarbeiten werden, für die Kooperation mit unserer Organisation zu gewinnen.

5.4.7 Auswahl der Öffentlichkeitsarbeit-Medienformate

Ein weiterer wichtiger Schritt in der Konzeption von Öffentlichkeitsarbeit ist die Auswahl der Materialien, mit welchen die Methode der Zielgruppe vorgestellt werden sollte. Unter diesen Medienformaten/Materialien können Plakate, Filme, Zeitungsartikel, Radiosendungen, Folder/Flyer/Broschüren und Informationszettel verstanden werden. Die Auswahl wird beeinflusst von der Definition der Zielgruppe, da die Medienformate an die Zielgruppe angepasst sein und so ausgewählt werden sollen, dass sie möglichst viele Personen dieser Zielgruppe erreichen können. Wie zuvor bereits erwähnt, sind private Kontakte wichtige Vermittler_innen und Informationsgeber_innen. Um die privaten Kontakte zu unterstützen, sind vor allem Folder/Broschüren und Informationszettel nützlich, da damit interessierte Personen etwas in der Hand haben und nach dem Gespräch, wenn Interesse geweckt wurde, mithilfe des Flyers/Folders weiter recherchiert werden kann. An dieser Stelle kommt auch die Wichtigkeit der Kontaktdaten wieder zum Vorschein, da somit der eher anonyme Flyer/Folder wieder auf persönliche Kontakte zurückgeführt werden kann. Die Materialien wie Flyer/Folder/Informationszettel sollen informativ sein und ansprechend wirken. Das bedeutet, dass ansprechende Farben und Bilder ausgewählt werden sollen und die Sprache an die Zielgruppe angepasst werden soll. Wie schon erwähnt sollen Fachbegriffe ausgeblendet und vor allem auf lebensweltliche Begriffe und Bezeichnungen zurückgegriffen werden. Außerdem ist an dieser Stelle die Kreativität der Verfasser_innen und Gestalter_innen der Medienformate gefragt: um Aufsehen zu erregen, ist es von Bedeutung bestimmte „Eyecatcher“ zu verwenden. So könnten z.B.:

Aussagen von Personen, die im Zuge unseres Projekts bereits an einer Unterstützungskonferenz teilgenommen haben, als „Eyecatcher“ verwendet werden. Gleichzeitig können aber auch Themen rund um das Erbe und die Finanzen auf den Foldern/Broschüren dargestellt werden, da diese und ähnliche Fragen provozieren und das Interesse wecken können. Für unsere Zielgruppe wären jedoch Erfahrungsberichte von Teilnehmer_innen von Vorteil, da diese Vertrauen in die Methode schaffen und die Wahrscheinlichkeit an einer eigenen Teilnahme steigern können.

Bei der Gestaltung von Foldern/Broschüren ist es außerdem wichtig, dass zwei unterschiedliche Versionen gestaltet werden, einerseits für die pflegenden Angehörigen, andererseits für die zu pflegenden Angehörigen, welche fallweise unter altersbedingten Erkrankungen leiden können (Demenz, verminderte Sehkraft, ...) wodurch die Gestaltung der Informationsmaterialien angepasst werden muss. Außerdem ist es sinnvoll, für potentielle Zuweiser_innen, welche z.B.: in Bildungseinrichtungen rekrutiert werden, andere Informationsmaterialien zu gestalten als für die Zielgruppe der pflegenden und zu pflegenden Angehörigen. Im Zuge unserer Auseinandersetzung mit diversen Foldern von anderen Organisationen haben wir auch einen Folder gestaltet, der im Anhang zu finden ist. Aus zeitlichen Gründen haben wir jedoch nur einen gestaltet, diesen aber allgemein verfasst, damit beide Zielgruppen erreicht werden können. Bei der Erstellung unseres Folders, haben wir unter anderem die vier Merkmale von Verständlichkeit (Einfachheit, Gliederung, Kürze, Anregende Zusätze) von Langer, Schulz von Thun und Tausch berücksichtigt (vgl. Langer et al. 2015:21). Damit Informationsmaterial das Interesse der Zielgruppe erwecken kann, braucht es einfache und kurze Sätze, welche sprachlich an die Zielgruppe angepasst sind und mit einer übersichtlichen Gliederung zum Lesen anregen (vgl. Langer et al. 2015:21; Büker 2009:37). Es soll zu viel Text vermieden werden, da dies die Interessent_innen abschrecken kann. Auch Überschriften und Absätze machen Folder/Flyer/Broschüren leichter lesbar und somit ansprechend. Die Größe und Art der Schrift müssen außerdem so gewählt werden, dass sie von der Zielgruppe gelesen werden können. Des Weiteren sind Bilder, Zeichnungen und/oder Logos wichtige Faktoren, die das Interesse von potentiellen Leser_innen erwecken können und müssen somit sorgfältig ausgewählt werden (vgl. Büker 2009:44).

Wie bereits erwähnt ist auch die Internetpräsenz für den Erfolg von Öffentlichkeitsarbeit von Bedeutung. Das bedeutet, dass es die Gestaltung einer informativen Homepage braucht sowie die Bekanntmachung in sozialen Netzwerken. Die Methode sollte also aktiv im Internet präsentiert und beworben werden. Dazu sind auch visuelle Medienformate von Vorteil, da damit die Methode anders beworben werden kann, als in Textform. So sollen kurze Videos gestaltet werden, die die Methode und den Ablauf

der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege von Angehörigen erklären. Diese Videos sprechen vor allem visuelle Typen oder Menschen mit Lernschwächen an und haben zusätzlich die Funktion, dass sie im Internet speziell auf sozialen Netzwerken schnell geteilt werden und somit viele Personen erreichen können.

Ein weiteres wichtiges Medienformat sind Printmedien (Zeitungen, Magazine), welche einerseits ermöglichen, dass Artikel über die Methode verfasst und gedruckt werden, wodurch gezielt Informationen der Öffentlichkeit präsentiert werden können. Je nach Reichweite der Zeitungen kann dies unterschiedlich viele potentielle Teilnehmer_innen erreichen. Andererseits können Anzeigen und Werbungen aufgegeben werden, wodurch wieder der Name und die Adresse für potentielle Teilnehmer_innen sichtbar gemacht werden.

Natürlich sind die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit abhängig davon, wie viel Budget für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung steht. Trotzdem ist es wichtig, dass dafür etwas investiert wird, denn nur umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit schafft es, eine große Teilöffentlichkeit zu erreichen.

5.5 Conclusio

Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass Öffentlichkeitsarbeit viele Bereiche umfasst und dass eine umfangreiche Planung und Konzeptionierung von Öffentlichkeitsarbeit vor allem für die Startphase der Bekanntmachung der Methode von großer Bedeutung ist. Wie sowohl der Darstellung des empirischen Datenmaterials als auch dem Konzeptentwurf entnommen werden kann, braucht es für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit einige Vorbereitungen, wie z.B.: die Schaffung eines Netzwerks von zukünftigen Zuweiser_innen, Koordinator_innen und anderen Professionist_innen, welche einerseits an unterschiedlichen Stellen Öffentlichkeitsarbeit betreiben können (z.B. in Krankenhäusern, bei Mobilen Diensten, bei Hausärzt_innen, in Gemeinden und bei Informationsveranstaltungen) und andererseits auch für die Durchführung einer Unterstützungskonferenz notwendig sind (als Zuweiser_innen und als potentielle Teilnehmer_innen für die Informationsphase).

Nach der umfangreichen Analyse des gewonnenen Datenmaterials und der theoretischen Auseinandersetzung konnte zudem gesehen werden, dass die in der Forschungsfrage formulierte Zielgruppe der pflegenden Angehörigen von älteren Menschen zu eng gefasst wurde und es eine Präzisierung bzw. Differenzierung braucht, damit Öffentlichkeitsarbeit wirksam werden kann. So konnte gesehen werden, dass nicht nur pflegende Angehörige für die Öffentlichkeitsarbeit relevant sind, sondern

auch zu pflegende Angehörige, ältere Menschen und potentielle Stakeholder_innen und Netzwerkpartner_innen. Für den Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit und somit der Bekanntmachung der Methode braucht es also eine umfassendere Auffassung von der (den) Zielgruppe(n). Deshalb kann nach der Analyse auch festgehalten werden, dass die Festlegung der Ziele und der Zielgruppe(n) für die Öffentlichkeitsarbeit sehr wichtig ist. Denn nur, wenn diese formuliert und definiert wurden, können die anderen Aspekte von Öffentlichkeitsarbeit, wie z.B. die Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit-Materialien, angepasst werden. Gleichzeitig ist diese Definition notwendig, um die geeigneten Botschaften und Informationen für die Zielgruppe(n) zu formulieren. Dieser Vorgang fordert die Kreativität der Gestalter_innen, da die Aufmerksamkeit der Zielgruppe(n) erregt werden soll, was sehr wohl auch durch kontroverse Botschaften erreicht werden kann. Jedoch ist immer wichtig, dass die Botschaft, die mit diesen Aussagen vermittelt werden soll, wirklich mit dem Ziel (den Zielen) in Verbindung steht. Ein Merkmal dieser Botschaften kann zudem eine Anregung für einen gesellschaftlichen Bewusstseinswandel sein. Da Hilfe und Altern teilweise innerhalb der Gesellschaft tabuisiert werden, kann mithilfe der Öffentlichkeitsarbeit ein Versuch gestartet werden, dass diese Themen öffentlich kommuniziert werden und in weiterer Folge auch das Tabu gebrochen wird. Denn vor allem durch den demografischen Wandel werden die Themen bezüglich Alter und Pflege immer wichtiger. Dazu braucht es die öffentliche Diskussion und das Aufzeigen von innovativen Möglichkeiten, wie mit diesem Wandel in Zukunft umgegangen werden kann.

Um nun all diese Funktionen auszuschöpfen konnten anhand der Darstellung der empirischen Ergebnisse und des Konzeptes auch wichtige Medienformate ausgemacht werden, welche eine besondere Rolle in der Öffentlichkeitsarbeit haben. So sind die Formate jeweils an die Zielgruppe(n) anzupassen, was bedeutet, dass die Sprache, Darstellung und Gestaltung der Informationen für die Zielgruppe(n) verständlich ausgewählt und dargestellt werden muss. Zu diesen Medienformaten gehören unter anderem eine verständliche und innovative Homepage, welche interessierten Teilnehmer_innen die selbstständige Beschaffung und Recherche von Informationen ermöglicht. Dazu konnte auch ermittelt werden, dass eine stabile Kontaktperson bzw. eine Organisation, welche bei Fragen kontaktiert werden kann, notwendig für den Erfolg von Öffentlichkeitsarbeit ist. Wenn eine Organisation und Ansprechpersonen hinter der Methode und dem Angebot der Unterstützungskonferenz stehen, so kann ein persönlicher Bezug hergestellt werden, was für interessierte Personen unter anderem ein ausschlaggebender Punkt für oder gegen die Erwägung der Durchführung einer Unterstützungskonferenz sprechen kann. Abschließend kann also gesehen werden, dass Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Aufgabe zur Bekanntmachung und Anwerbung

von potentiellen Teilnehmer_innen spielt und somit eine umfassende Planung und Strategie benötigt, damit Familien und Angehörige im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen eine Unterstützungskonferenz als Möglichkeit der Organisation der Pflege und Betreuung älterer Angehörigen ansehen.

6 Vermittlungsarbeit

Maria Lich

Nachdem erläutert wurde, wie Öffentlichkeitsarbeit für die Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen betrieben werden sollte und ein Konzept zur Bekanntmachung der Methode verfasst wurde, rückt nun die Vermittlungsarbeit in den Fokus.

Während des Projektes haben sich immer wieder Schwierigkeiten gezeigt, die Zielgruppe zu erreichen und diese Methode an sie zu vermitteln. Dieser Teil der Arbeit geht daher der Frage nach, wie die Vermittlungsarbeit gestaltet werden muss, damit sich die Zielgruppe ältere Menschen und deren pflegenden Angehörige für diese Methode interessieren. Dabei sind auch die Fragen nach der internationalen Perspektive, der zu vermittelnden Informationen, der benötigten kommunikativen Konzepte und der Frage nach den möglichen Unterschieden in der Vermittlungsarbeit mit älteren Menschen und mit pflegenden Angehörigen, in den Fokus gerückt.

Da Vermittlungsarbeit hauptsächlich über Sprache und mittels Gesprächen stattfindet, werden wir im Folgenden einen theoretischen Diskurs skizzieren, der uns von Kommunikationstheorien über Gesprächsführung und Beratung in der Sozialen Arbeit, zur Vermittlungsarbeit führen wird. Auch eine kurze Analyse und Vorstellung der Sozialen Arbeit und Vermittlungsarbeit mit unserer Zielgruppe wird darin beinhaltet sein. Darauf folgt die intensive Darstellung und Diskussion unserer Erhebungen in diesem Zusammenhang. Abschließend wird ein Konzept zur Vermittlung der Methode der Unterstützungskonferenz an ältere Menschen und deren pflegenden Angehörigen vorgestellt und die genannten Fragen zur Vermittlungsarbeit werden in einer Conclusio beantwortet.

6.1 Von Kommunikation zur Vermittlungsarbeit

In diesem Kapitel werden wir uns nun von Kommunikation, über Gesprächsführung und Beratung in der Sozialen Arbeit bis hin zur Vermittlungsarbeit vorantasten und so das theoretische Fundament für unser späteres Konzept genauer darstellen.

6.1.1 Kommunikationstheorien

Eine genauere Beschäftigung mit Kommunikation und Kommunikationstheorien zeigt, dass hier eine große Menge an unterschiedlichster Fachbereiche, Theorien und Diskurssträngen zu finden ist.

Einer dieser Diskursstränge wäre zum Beispiel der, der konstruktivistischen Kommunikationstheorien, zu deren Anhängern unter anderen Watzlawick und Luhmann gehören. Laut diesen ist Kommunikation das Mittel zur Konstruktion unserer Wirklichkeit. Während Watzlawick (2013) postuliert, dass diese subjektive Wirklichkeit – „die Wirklichkeit der 2. Ordnung“ (Watzlawick 2013:143) – auf der Zuschreibung von Sinn und Wert und somit auf Kommunikation beruht, beschreibt Luhmann (2004), dass soziale Systeme durch Kommunikation erzeugt und erhalten werden, wobei nicht die Menschen kommunizieren, sondern die Kommunikation selbst (vgl. Luhmann 2004:269). Diese Mandate von Watzlawick und Luhmann stellen zwar eine wichtige Prämisse in der weiteren Auseinandersetzung mit Gesprächsführung und Beratung in der Sozialen Arbeit dar, im Folgenden werden wir uns aber noch genauer auf Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns beschäftigen. (vgl. Watzlawick 2013:143f; Luhmann 2004:269)

„[Habermas'] zentrales Analyseobjekt ist die menschliche Sprache – genauer: die zum Zweck der Kommunikation verwendete Sprache, also die sprachlichen Handlungen („Sprechakte“) bzw. das Gespräch“ (Burkhart / Lang 2015:42). Damit möchte er die Kommunikation keinesfalls nur auf die sprachliche Kommunikation reduzieren, jedoch beschreibt er diese als „das spezifische Medium der Verständigung“ (Habermas 1984:353).

Sein Modell der sprachlichen Kommunikation lebt vor allem von dem „Telos der Verständigung“ (Habermas 1981:387), und der „verständigungsorientierten Einstellung“ (ebd.:385). Daraus entwickelte sich schließlich seine „Theorie des kommunikativen Handelns“ (Habermas 1981). (vgl. Burkhart / Lang 2015:42; Habermas 1984:353; Habermas 1981:385ff)

Laut Habermas (1981) ist das Ziel der sprachlichen Kommunikation die gegenseitige Verständigung zwischen zwei oder mehreren Individuen. Diese Verständigung ist eine Konsensentwicklung zwischen den Beteiligten. Dabei muss dieser Konsens, dieses „Einverständnis“ (Habermas 1981:387) im Gespräch entwickelt werden und „beruht auf gemeinsame Überzeugungen“ (vgl. ebd.). Sollte dieses Einverständnis allerdings nicht auf Basis von gemeinsamen Überzeugungen gefunden werden, sondern durch Manipulation, Angst oder Drohungen auf der einen oder auf beiden Seiten entstehen, so spricht man von der „strategischen Kommunikation“ (Burkhart / Lang 2015:46). Darauf aufbauend konzipierte Habermas die Theorie des kommunikativen Handelns,

die eine sprachliche Verständigung beschreibt, welche auf der Konsensbildung durch gemeinsame Überzeugungen basiert (vgl. ebd.).

„*Kommunikatives Handeln* nenne ich nun diejenige Form von sozialer Interaktion, in der die Handlungspläne verschiedener Akteure durch den Austausch von kommunikativen Akten, und zwar durch eine verständigungsorientierte Benutzung der Sprache (oder entsprechender extraverbalen Äußerungen) koordiniert werden.“ (Habermas 1984:499; Herv.i.O.).

Das Pendant dazu wäre das strategische Handeln, in dem Sprache nur im Sinne der Beeinflussung und zum Erreichen des eigenen Willens gebraucht wird (vgl. ebd.).

Diese wichtige Unterscheidung in der sprachlichen Kommunikation ist auch von großer Bedeutung in der Gesprächsführung, worauf wir nun genauer eingehen werden.

6.1.2 Das Gespräch und die Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit

Diese kurze Einführung in die unterschiedlichen Diskursstränge der Kommunikationstheorien hat gezeigt, welche Bedeutung das Gespräch und die Gesprächsführung für die Verständigung zwischen Menschen und das gegenseitige Verstehen hat und somit auch in der Vermittlungsarbeit

Laut Widulle (2012) gibt es nur wenige Definitionen in der Sozialen Arbeit oder auch in der Pädagogik und Psychologie, die beschreiben, was ein Gespräch ist (vgl. Widulle 2012:27). Der Vollständigkeit halber möchten wir aber an dieser Stelle die Definition des Wörterbuchs der Psychologie anführen.

„[Das Gespräch ist] derjenige zwischenmenschliche Kontakt, bei dem über das Sprechen, Hören, Verstehen eine Begegnung, Verständigung und wechselseitige Einwirkung erzielt wird. Die Einwirkung kann z.B. Beeinflussung zum Zweck der Befolgung eines Rates oder auch das Aktivieren der Einsicht eines Gesprächspartners sein“ (Häcker / Stapf 2009:362).

Laut Berger und Luckmann (1993) sind Gespräche:

„die Interaktionen, in denen wir unser Weltbild kommunikativ konstruieren [...]. Wirklichkeit ist kein objektives Faktum, das man bloß ablesen muss, sondern wird in den Handlungen der Mitglieder einer Gesellschaft konstituiert: Das Alltagsleben der Menschen ist wie das Rattern einer Konversationsmaschine, die ihm unentwegt seine subjektive Wirklichkeit garantiert, modifiziert und rekonstruiert. Das, was wir als real empfinden, ist zu großen Teilen sprachlich bzw. kommunikativ verfasst und muss jeden Tag aufs Neue in der Interaktion mit anderen diskursiv (re-)produziert werden, sei es am Arbeitsplatz, beim Friseur, am Stammtisch oder vor dem Fernsehapparat.“ (Berger / Luckmann 1993:163).

Beide Definitionsversuche zeigen, welche Bedeutung die vorher kurz erläuterten Kommunikationstheorien nach Habermas, Luhmann und Watzlawick in der Gesprächsführung haben.

Gespräche und somit auch Gesprächsführung sind in der Sozialen Arbeit unerlässlich, da durch sie erst das sozialarbeiterische Handeln wirksam wird. So nennt Widulle (2012) Gespräche den „Schlüssel für Professionalität“ (Widulle 2012:13). Denn Gespräche in der Sozialen Arbeit dienen zur Ressourcen- und Problemlklärung, zur Schaffung von Umgestaltungsmöglichkeiten und sie unterstützen bei der Lösungsfindung. Daher stellt eine gute Gesprächsführung eine unverzichtbare Kompetenz für Sozialarbeit_innen dar. Gute Gesprächsführung hilft bei schwierigen Gesprächssituationen, wie zum Beispiel im Zwangskontext. Sie fördert den Beziehungsaufbau zwischen Klient_in und Sozialarbeiter_in und – darauf werden wir in einem späteren Kapitel noch genauer eingehen – die meisten der benötigten Hilfeleistungen können nur mittels Gesprächen an Klient_innen vermittelt werden. (vgl. ebd.:13ff)

Des Weiteren nennt Widulle (2012) noch andere wichtige Funktionen von Gesprächen in der Sozialen Arbeit. So werden Klient_innen durch die Gespräche entlastet, eine Teilhabe am gesellschaftlichen Leben wird gefördert, Informationen und Wissen werden weitergegeben und durch die Reproduktion der subjektiven Wirklichkeit im Gespräch werden die Klient_innen zu einer Überdenkung der eigenen Perspektive und Handlungsmuster abgeregt, womit wir wieder bei Watzlawick wären. (vgl. ebd.:30)

Widulle (2012) nennt außerdem einige „Hauptaktivitäten in der Gesprächsführung“ (ebd.:103). Wir werden diese noch später mit unseren Ergebnissen vergleichen und in das Konzept der Vermittlungsarbeit einfließen lassen (vgl. ebd.:16, 103).

Es gibt eine Reihe verschiedenster Gesprächsformen in der Sozialen Arbeit, die wiederum unterschiedliche Gesprächstechniken und –methoden beinhalten, bzw. erfordern. Um nur einige zu nennen: das Erstgespräch, das Hilfeplangespräch, das Klärungsgespräch, die Helfer_innenkonferenz und schließlich das Beratungsgespräch. (vgl. ebd.:38ff)

Beratungen sind eine der wichtigsten Methoden in der Sozialen Arbeit und besonders in der Vermittlungsarbeit spielen sie eine große Rolle, weshalb wir nun im nächsten Kapitel genauer auf Beratungen und das Beratungsgespräch eingehen werden.

6.1.3 Beratung in der Sozialen Arbeit

Beratungen in der Sozialen Arbeit gehören fast zur täglichen Praxis und sind eine unverzichtbare Kompetenz jedes_jeder Sozialarbeiters_arbeiterin. Denn das Beratungsgespräch findet nicht nur explizit als Angebot in Beratungsstellen oder ähnliches statt, sondern auch „in den klassischen Feldern der Sozialen Arbeit [...] eher als Nebenfunktion anderen Aufgaben, nicht immer räumlich und institutionell von

diesen abgegrenzt“ (Großmaß 2011:95). Großmaß (2011) beschreibt die Beratung somit als eine „Querschnittsaufgabe“ (ebd.) in der Sozialen Arbeit.

Es gibt eine Reihe von Definitionen von sozialer, sozialpädagogischer, pädagogischer oder sozialarbeiterischer Beratung. Eine Definition des Fachlexikon der Sozialen Arbeit lautet:

„Als Beratung bezeichnet man ein kommunikatives Geschehen, bei dem Fragen, Irritationen und Probleme der einen [...] Seite geklärt und einer Lösung zugeführt werden, ohne deren Entscheidungsautonomie zu verletzen“ (ebd.:94).

Diese Definition erinnert wieder an Habermas (1981), da Beratungen einen Konsens zur Problemlösung finden sollen und somit als kommunikatives Handeln bezeichnet werden können. Würden die Berater_innen nicht die Entscheidungsautonomie der Klient_innen würdigen, wäre dies eine Form des strategischen Handelns.

Beratungen können durch bestimmte Kriterien unterschieden werden. So kommt es beispielsweise darauf an, wer berät – Lai_innen oder Professionelle verschiedener Fachrichtungen –, wer berät wird – unterschiedliche Zielgruppen, Klient_innen, Themengebiete –, und wie berät wird – welche Methoden und Techniken angewandt werden. Sozialarbeiter_innen als Berater_innen verfügen laut Großmaß (2011) über mehrere Kompetenzen, wie „sozialrechtliches und pädagogisch-psychologisches Wissen [...] sowie die Fähigkeit, Lebensweltbezug herzustellen und die Ressourcenaktivierung zu unterstützen“ (ebd.:95). Was die Methodenfrage anbelangt, so wird hier zwischen einer Reihe von verschiedenen Beratungen unterschieden. Beispiele dazu wären die Klient[inn]enzentrierte Beratung, die Lebensweltorientierte Beratung, die Ressourcenorientierte Beratung, die Lösungsorientierte Beratung, die Narrative Beratung u.v.m. Welche Beratung sich für unsere Vermittlungsarbeit und Zielgruppe am besten eignet, werden wir später in unserem Konzept festhalten. (vgl. Engel 2004b:573ff)

Laut Engel et al. (2004a) fordern Beratungsgespräche bzw. Prozesse sowohl eine Fachkompetenz als auch eine handlungsfeldunabhängige Qualifikation (vgl. Engel 2004a:34). Sie beschreiben diese beiden Faktoren wie folgend:

- „Beratungs- und Interaktionswissen [Kommunikationsmodelle, Handlungsmodelle, Veränderungsmodelle, Kontextmodelle, Prozessmodelle, Beratungsmethodologie, Beratungsmethoden etc.]
- Handlungsspezifisches Wissen (Faktenwissen zur jeweiligen Problemlage, Kausalmodelle, Interventionsformen, gesetzliche Grundlage etc.)“ (ebd.:35).

Diese beiden Faktoren würde sich „doppelterortet“ (ebd.:36) ergänzen. Was dies für unsere Fragestellungen bedeutet, werden wir wieder später im Konzept zur Vermittlungsarbeit erörtern (vgl. ebd.).

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Beratungsprozess ist das Beratungssetting. Großmaß (2004) beschreibt das Setting als ein „professionell hergestelltes Arrangement der Beratungskommunikation“ (Großmaß 2004:488). Anders als bei der alltäglichen Beratung, muss der geschützte Rahmen für die professionelle Beratung erst hergestellt werden. Dieser Rahmen, bzw. das Setting, kann in drei Dimensionen hergestellt werden. Die erste Ebene ist die, der Politik. Denn in den Beratungsarrangements spielen auch immer die gesellschaftlichen Werte zur Problemlösung eine Rolle. Oft führt dies zu einem Rollenkonflikt bei Sozialarbeiter_innen, da eine Diskrepanz zwischen der eigenen Parteilichkeit und den Erwartungen der Gesellschaft auftreten kann. Des Weiteren können die gesellschaftlichen Auffassungen zu dem Beratungskontext auch Konsequenzen für die Praxis haben, wie zum Beispiel durch das dort herrschende Arbeitsklima oder die Personalauswahl. (vgl. ebd.:488ff) Als zweite Ebene benennt Großmaß (2004) den Ort der Beratung. Sowohl die Räumlichkeiten als auch den geographischen Ort. Diese sind von großer Bedeutung, da dadurch oft seitens der Klient_innen entschieden wird, die Beratungsstelle zum ersten Mal aufzusuchen. (vgl. ebd.: 491f) Als letzte Dimension wird die Methodik beschrieben. Denn neben dem allgemeinen Beratungsgespräch, gibt es auch noch methodische Möglichkeiten wie „Krisenintervention [...] Gruppen-/Kursangebote [...] Helferkonferenzen“ (ebd.:494f), und vieles mehr. Welche Rolle das Setting in unserem Konzept spielen wird, werden wir noch später erläutern.

Im nächsten Kapitel werden wir noch kurz die Vermittlungsarbeit der Sozialen Arbeit erläutern. Die Vermittlungsarbeit in Beratungen werden wir jedoch im Kapitel 6.2.2 diskutieren.

6.1.4 Vermittlungsarbeit in der Sozialen Arbeit

Die Vermittlungsarbeit stellt eines der wesentlichen Grundprinzipien der Sozialen Arbeit dar. Wie wir bereits oben festgehalten haben, werden in der Gesprächsführung – vor allem in der Beratung als eine Gesprächsform der Sozialen Arbeit – ständig Informationen, Fachwissen und andere Dienstleistungen, bzw. Unterstützungsinstitutionen, vermittelt. Doch erstaunlicherweise hat es sich als sehr schwierig herausgestellt, eine sozialarbeiterische Definition von Vermittlung bzw. Vermittlungsarbeit zu finden, weshalb wir nun auf die Definition des Duden zurückgreifen und diese dann auf die Soziale Arbeit umlegen werden.

Laut dem Duden bedeuten zu vermitteln:

1. „zwischen Gegnern eine Einigung erzielen; intervenieren
2. zustande bringen, herbeiführen

- a. dafür sorgen, dass jemand etwas, was er anstrebt, bekommt
- b. dafür sorgen, dass jemand, der eine Stelle o. Ä. sucht, mit jemandem in Verbindung gebracht wird, der eine solche zu vergeben hat
- 3. jemandem verständlich machen, mitteilen, zeigen“ (Duden 2017).

Das Vermitteln laut dem ersten Punkt, wird in der Sozialen Arbeit oft in Konfliktlösungen angewendet und in Fachkreisen auch als Mediation bezeichnet. Die Punkte 2a und 2b beziehen sich nun auf das klassische Vermitteln in der Sozialen Arbeit. Klient_innen werden an andere Dienstleistungen oder Einrichtungen verwiesen und Sozialarbeiter_innen kooperieren und koordinieren sich mit den dort tätigen Fachkräften. Der letzte Punkt spricht nun klar das Informieren und die Wissensvermittlung in Beratungsprozessen der Sozialen Arbeit an.

Unsere Fragestellungen beziehen sich klar auf die Punkte zwei und drei, so dass wir im Folgenden die Konfliktlösung und Mediation vernachlässigen werden.

6.2 Die Zielgruppe ältere Menschen und deren pflegende Angehörige

In diesem Kapitel werden wir kurz unsere Zielgruppe, deren Lebensumstände und Problemlagen im Kontext der Sozialen Arbeit beschreiben, um dann genauer auf die Vermittlungsarbeit mit dieser Gruppe einzugehen.

Bei unserer Zielgruppe handelt es sich um (pflegebedürftige) ältere Menschen, deren (pflegenden) Angehörigen und um ältere Menschen, die die Unterstützungskonferenz für die Zukunftsplanung nutzen möchten. Aufgrund der gegenwärtigen Situation und dem recht frühen Stadium dieses Projekts, scheint es uns so, als würden zurzeit nur diejenigen in der Vermittlungsarbeit erreicht werden, die persönlich von dieser Situation akut betroffen sind – pflegebedürftige ältere Menschen und deren pflegende Angehörigen. Daher werden sich die folgenden weiteren Überlegungen auf diese Gruppe beziehen.

6.2.1 Soziale Arbeit mit älteren Menschen und deren Angehörigen

Das Feld „Alter“ ist in sozialwissenschaftlichen Theorien noch relativ jung und bis dato wenig erforscht. Jedoch wird in Fachkreisen zwischen Arbeit mit Menschen im „dritten Lebensalter“ (Aner / Karl 2015:17) und Arbeit mit Menschen im „vierten Lebensalter“ (ebd.) unterschieden. Erste beschäftigt sich mit der jüngeren, selbstständigeren Generation, zweite mit der älteren, unselbstständigeren Generation. Allerdings wird laut Aner und Karl (2015) dies der Heterogenität dieser Gruppen nicht gerecht. Es müsse zusätzlich unterschieden werden „nach sozialer Ungleichheit und

Geschlechterdifferenzen, nach Lebensverläufen, Biografien und Variablen wie Einstellung, Kompetenzen, Grad der Autonomie bzw. der Abhängigkeit“ (ebd.).

Die Sozialhilfe für ältere Menschen in Österreich beinhaltet vermehrt Geldleistungen gemäß dem Pflegegeldgesetz. Auf „Hilfe in besonderen Lebenslagen und soziale Dienste“ (Kittl-Satran / Simon 2015:224) besteht kein Rechtsanspruch. Soziale Arbeit ist demnach nur eine Möglichkeit und in den letzten Jahren stellte die Erreichung von Menschen, die nicht im System erfasst sind, eine große Herausforderung dar. (vgl. ebd.:224ff)

Dabei gäbe es einen großen Bedarf an Sozialer Arbeit, um auf die Heterogenität der Lebensvorstellungen der Zielgruppe und die damit verbundenen Herausforderungen einzugehen. Soziale Arbeit ist, bzw. könnte, somit in einer Reihe von unterschiedlichen Settings eingebettet sein, von offener, niederschwelliger Sozialer Arbeit bis hin zum stationären Bereich. Die Aufgaben der Sozialen Arbeit reichen dann von Begleitung im Alltag und Krisenintervention über Bedarfsermittlung und Vermittlung von bzw. an benötigte Dienstleistungen und Unterstützungen bis hin zur Planung und Koordinierung. (vgl. ebd.:225ff).

Doch besonders in der Versorgung von älteren Menschen in Privathaushalten lässt sich ein Fehlen von vernetzender Sozialer Arbeit feststellen (vgl. ebd.:228). Gerade hier zeigt sich jedoch ein großer Handlungsbedarf, indem die zweite Zielgruppe – die pflegenden Angehörigen – in den Fokus gerückt wird. Lützenkirchen et al. (2014) konnten aus einer Reihe von, von ihnen durchgeführten, Studien ableiten, dass eine deutliche Diskrepanz zwischen den Belastungen von pflegenden Angehörigen und der Nutzung von Hilfeleistungen erkennbar ist und Soziale Arbeit hierbei noch deutlich unterrepräsentiert ist. Dabei wäre die Profession gefragt, ihre Kompetenzen zur Verfügung zu stellen und sich für diese Zielgruppe einzusetzen. Die Autor_innen haben daraufhin ein Konzept entwickelt, welches eine Reihe von sozialarbeiterischen Interventionen beinhaltet, wie zum Beispiel „Empowerment; Case Management; Ressourcenorientierung; Interdisziplinarität und Kooperation; Personenzentrierung und Beratung“ (Lützenkirchen et al. 2014:210). Wir werden auf einige dieser Schlagwörter in der Vorstellung unseres eigenen Konzeptes noch zurückkommen. Im nächsten Kapitel werden wir allerdings noch genauer auf die Beratung und die Vermittlungsarbeit von bzw. mit älteren Menschen und deren Angehörigen eingehen, welche auch von Lützenkirchen et al. (2014) Erwähnung gefunden hat (vgl. ebd.:207ff).

6.2.2 Beratung von älteren Menschen und deren Angehörigen – Vermittlungsarbeit

In diesem Kapitel werden wir nun erläutern, wie die Beratungen und die Vermittlungsarbeit mit älteren Menschen und deren Angehörigen in der Sozialen Arbeit praktiziert wird.

Es gibt eine Reihe von Beratungsansätzen, die sich für die Arbeit mit dieser Zielgruppe eignen, wie zum Beispiel die Ressourcenorientierte Beratung, die Lösungsorientierte Beratung, die Lebensweltorientierte Beratung oder die Beratung mit Fokus auf das Netzwerk der zu beratenden Personen (vgl. Engel 2004b:573ff). Welche Beratungsansätze wir für unsere Vermittlungsarbeit bezüglich der Unterstützungskonferenz für geeignet erachten, werden wir später in unserem Konzept genauer diskutieren.

Laut Wissert (2015) haben allerdings alle Beratungsstellen für ältere Menschen und deren Angehörigen – wir schließen daraus, dass dies auch für alle anderen Beratungssettings gelten sollte –

„den Auftrag, kompetent zu informieren und zu beraten und bei Bedarf die Rat und Hilfe suchenden Menschen an die für spezielle Problemlösungen kompetenten Stellen und Dienste zu vermitteln. Sie bilden also eine allgemeine und erste Anlaufstelle für vielfältige Fragen und Probleme im Sinne von Informations-, Anlauf- und Vermittlungsstelle.“ (Wissert 2015:115).

Daraus wird ersichtlich, welchen hohen Stellenwert die Vermittlung – sowohl Informationsvermittlung als auch die Vermittlung an geeignete und benötigte Unterstützungsleistungen – in der Beratung von älteren Menschen und deren Angehörigen einnimmt. Laut Wissert (2015) sind die „Beratungs- und Vermittlungsleistungen [...] und gut aufbereitete Informationen“ (ebd.:113) ebenso wichtig, wie die Menge und das Niveau an Unterstützungen (vgl. ebd.).

Auch das von Lützenkirchen et al. (2014) erwähnte Konzept zur Sozialen Arbeit mit pflegenden Angehörigen beinhaltet Vermittlung. So fordern sie von der Sozialen Arbeit dahingehend

„Information über und Kommunikation mit ambulanten Pflegediensten; individuelle Beratung; Organisation und Vermittlung von Pflegeschulungen; Information über und Vermittlung von Kurzzeitpflege und Verhinderungspflege; Information über, Vermittlung und Durchführung von tagespflegerischen, stundenweisen Betreuungsangeboten; Wohnberatung; psychosoziale Beratung“ (Lützenkirchen et al. 2014:210).

Allerdings sollte bei der Vermittlung von Informationen und sozialen Diensten, besonders bei unserer Zielgruppe, auf die Verständlichkeit und auf eine Leichte Sprache geachtet werden.

Die Idee der Leichten Sprache stammt aus der „Behindertenselbsthilfe“ (Gross 2015:81) in den 70er Jahren, einhergehend mit der „people-first-Bewegung“ (vgl. ebd.:81ff). Leichte Sprache wird definiert als „eine besonders vereinfachte Sprachform [...], durch die eine bessere Verständlichkeit von Texten erreicht werden soll.“ (ebd.:88).

Ein Konzept für die Leichte Sprache stellt das „Hamburger Verständlichkeitsmodell“ von Langer, Schulz von Thun und Tausch (2015) dar. Dieses erklärt, wie Texte auf ihre Verständlichkeit überprüft und wie verständliche Texte verfasst werden können. Dabei verstehen die Autor_innen hier unter Texten sowohl geschriebene als auch gesprochene Texte. Das Hamburger Verständlichkeitskonzept bewertet Texte nach vier Kategorien. Diese wären:

- „1. Einfachheit
2. Gliederung/Ordnung
3. Kürze/Prägnanz
4. Anregende Zusätze“ (Langer et al. 2015:21).

Unter Einfachheit werden eine simple Wortwahl und ein einfacher Satzbau verstanden. Fremdwörter sollten möglichst vermieden werden – wenn sie verwendet werden, sollten sie erklärt werden. Gliederung/Ordnung beschreibt die „innere Ordnung und die äußere Ordnung eines Textes“ (ebd.:24). Damit meinen die Autor_innen eine sinngebende Folge der Sätze und passende Absätze oder Überschriften. Die dritte Kategorie, die Kürze/Prägnanz, beinhaltet die Begrenztheit auf die wesentlichen Informationen. Zuletzt sollten Texte anregende Zusätze beinhalten, um bei dem Gegenüber Interesse zu wecken. (vgl. ebd.:22ff) Ähnliche Regeln wurden auch von dem Netzwerk Leichte Sprache (2015) aufgestellt, welche wie folgt lauten:

- „Benutzen Sie einfache Wörter.
- Schreiben Sie keine Abkürzungen.
- Vermeiden Sie Rede-Wendungen
- Vermeiden Sie hohe Zahlen.
- Schreiben Sie kurze Sätze.
- Schreiben Sie alles zusammen, was zusammen gehört.
- Lassen Sie genug Abstand zwischen den Zeilen.
- Machen Sie viele Absätze und Überschriften.
- Benutzen Sie Bilder.
- Und die wichtigste Regel ist:
 - Lassen Sie den Text immer prüfen.“ (Netzwerk Leichte Sprache 2015).

Wir werden später diese Richtlinien zur Leichten Sprache auch in unserem Konzept zur Vermittlungsarbeit einfließen lassen.

Bevor wir uns mit den Ergebnissen unserer Erhebungen beschäftigen, möchten wir an dieser Stelle kurz unsere theoretische Abhandlung zusammenfassen. Wir haben uns

über Kommunikation und Kommunikationstheorien an die Gesprächsführung, in der auch Aspekte von Watzlawick, Luhmann und Habermas erkennbar sind, herangetastet. Von der Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit haben wir das Beratungsgespräch abgeleitet, in dem die Vermittlungsarbeit in der Sozialen Arbeit zu meist explizit stattfindet. Daraufhin haben wir abschließend einen kurzen Überblick über unsere Zielgruppe, ältere Menschen und deren pflegenden Angehörigen, gegeben und erläutert, auf was in der Vermittlungsarbeit mit dieser Gruppe zu achten ist. Aufgrund unserer eigenen Ausbildung und Profession als Sozialarbeiter_innen, haben wir uns in der theoretischen Diskussion sehr auf die Beratung, Gesprächsführung und Vermittlungsarbeit in der Sozialen Arbeit konzentriert. Dies soll jedoch nicht bedeuten, dass Fachkräfte anderer Disziplinen nicht diese Rolle des_der Berater_in/Vermittler_in ausführen können, wie beispielsweise Mitarbeiter_innen sozialer Dienste. Im Folgenden werden wir unsere Forschungsergebnisse bezüglich dieser Vermittlungsarbeit diskutieren.

6.3 Darstellung der empirischen Ergebnisse

In diesem Kapitel werden wir nun unsere Forschungsergebnisse in Bezug auf unsere Fragen vorstellen. Wie schon erwähnt, sind wir bei der Analyse und Auswertung nach Mayrings Inhaltsanalyse vorgegangen. Daraus haben wir die folgenden Kategorien und Subkategorieen gebildet, welche wir nun genauer diskutieren werden.

6.3.1 Die Zuweisung

Während unseres Projektes sind immer wieder Schwierigkeiten in Bezug auf die Rekrutierung von Familien und dem Vermitteln der Methode aufgetreten. Daraufhin wurde oft die Frage gestellt, ob es eines_einer Zuweisers_in bzw. eines_einer Vermittlers_in bedarf. Unsere erste Kategorie „Die Zuweisung“ beinhaltet nun die Ergebnisse zu den Vermittlungsschwierigkeiten in unserem Sondierungsprojekt, den Bedarf einer Zuweisung, die möglichen Zuweiser_innen und schließlich das Training von Zuweiser_innen. Der Begriff Zuweisung umfasst hier allerdings nicht nur die Möglichkeit einer behördlich verpflichteten Zuweisung, sondern vielmehr die Idee einer Zwischeninstanz, die den Familien die Methode der Unterstützungskonferenz erklärt und an potenzielle Koordinator_innen vermittelt. Wenn wir im Folgenden also von den Zuweiser_innen sprechen, so umfasst dieser Begriff die Idee einer Person, welche als Vermittler_in fungiert. Wie schließlich diese Vermittlungsarbeit der Zuweiser_innen im

Detail aussieht bzw. aussehen kann, wird später noch in dem Kapitel 6.3.3 genauer beschrieben.

6.3.1.1 Schwierigkeiten in der Zuweisung im Kontext pflegender Angehöriger

Die Vermittlungsversuche im Zuge des Projektes Familien für die Unterstützungskonferenz zu erreichen haben sich als schwierig herausgestellt. Das kann auf mehrere Gründe zurückgeführt werden. Zum einen ist die Methode noch nicht sehr bekannt, weder bei Expert_innen, die als Vermittler_innen fungieren könnten, noch bei den pflegenden Angehörigen selbst. Zum anderen fehlt in diesem Kontext, im Unterschied zur Kinder- und Jugendhilfe, der Zwangskontext. Als dritter Grund wurde außerdem noch der Faktor Zeit genannt, da viele interessierte Familien die Hilfe sofort in Anspruch nehmen und nicht die längere Vorbereitungszeit in Kauf nehmen wollen. (vgl. G1-1 Z123-137, Z233-238, Z1025; G1-2 Z99-113, Z600-602; G3 Z108-113)

Ein weiterer Umstand, der die Rekrutierung von Familien im Projekt erschwert hat, ist oft die Scham bzw. die noch stark verankerte Hemmung Hilfe anzunehmen bzw. um Hilfe zu fragen seitens der Familien (vgl. G3 Z7-12)⁵.

6.3.1.2 Der Bedarf einer Zuweisung

Die Schwierigkeiten im Projekt Familien zu erreichen haben die Frage aufgeworfen, ob eine Zuweisung, die als Vermittlungsinstanz zwischen den Familien und den Koordinator_innen wirkt, benötigt wird. Diese Frage nach dem Bedarf der Zuweisung soll nun in dieser Unterkategorie anhand der Ergebnisvorstellung geklärt werden.

Ein Aspekt, der während den Erhebungen immer wieder genannt worden ist und für eine Zuweisung bzw. Vermittlungsinstanz spricht, ist der Wunsch nach ausreichend Information und Beratung und nach einem gründlichen Clearing. Das Clearing ist in unserem Kontext gleichzusetzen mit dem Bewerten, ob eine Familie(nsituation) für eine Intervention, in Form der Unterstützungskonferenz, geeignet wäre oder nicht. Diesen Prozess werden wir im nächsten Kapitel genauer erläutern. Für dieses Clearing, die Beratung und die Informierung schlagen verschiedene Expert_innen, wie auch Koordinator_innen, eine_n Zuweiser_in vor. (vgl. G3 Z779-808; F1-1-2 Z3-25; F2-2 Z72-79; F4-1 Z172-197)

Des Weiteren wurde von den Koordinator_innen ein starker Rollenkonflikt zwischen ihren Rollen als Koordinator_innen und Sozialarbeiter_innen beschrieben, ein

⁵ Ein Umstand, den unsere Kolleginnen Gruber und Weichsel (2017) genauer untersuchen.

Zwiespalt der für eine Zuweisung spricht, da so die Rollen und Aufgabenaufteilung geklärt werden. Die Koordinatorin des Falles Wien sagte dazu:

„Also ich habe gemerkt, das trifft so auf dieses Professionelle- ja, wenn ich in einer Beratung bin denke ich mir jetzt okay, was kann ich selber machen, wo kann ich sie hin vermitteln, ich meine es ist ja ganz klar was sie braucht. Die braucht irgendwie jetzt einmal Information, Beratung, so. [...] Also da nicht anzuspringen und so in irgendeine Form von Clearing, Vermittlung, irgendwie einzusteigen, das ist mir irrsinnig schwer gefallen.“ (F2-2 Z22-29).

So berichtet, dem zustimmend, die Koordinatorin des Falles Weinviertel 1 von der erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Zuweiserin und einer gelungen Aufgabenverteilung ohne Rollenkonflikte (vgl. F3-1 Z215-218).

Ein weiteres Ergebnis unserer Studien, welches für den Bedarf einer Zuweisung plädiert, ist die Empfehlung für eine Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen im Alten- und Pflegebereich von diversen Expert_innen und auch pflegenden Angehörigen selbst, um so interessierte und passende Familien zu erreichen (vgl. G1-1 Z998-1017; G5 Z1046-1058, Z1073-1084; I3 S2).

Diese Empfehlung wird auch von DayBreak ausgesprochen, die einerseits mit dem county council (gleichzusetzen mit österreichischen Bezirkshauptmannschaften) und diversen Organisationen zusammenarbeiten, um Familien die Methode zu vermitteln. Eine Mitarbeiterin meint dazu: “You’ve got to assure you’re going to get referrals” (G6 Z1129). Auch im Einzelinterview wurde die Notwendigkeit mit Organisationen als Zuweisungsinstanzen zu arbeiten betont, da es ansonsten schwierig wird, die Familien über die Unterstützungskonferenz zu informieren:

„You have to have a big network and lots of partnerships – above all with local authorities like the county council. But also with social institutions and charities in the regarded sector. [...] You need to work in partnership with all the organisations involved. You can’t do it alone!” (I2 S3f).

6.3.1.3 Mögliche Zuweiser_innen und Zuweisungssettings

Da der Bedarf einer Zuweisung nun geklärt ist, werden wir in dieser Unterkategorie einen Überblick über die möglichen Zuweiser_innen/Vermittler_innen der Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger geben.⁶

Die Zuweisungsmöglichkeiten reichen von eher niederschwelligen, offenen Angeboten wie Hausärzt_innen, mobilen Pflegediensten, Stammtischen, Selbsthilfegruppen oder der Pflegehotline über hochschwelligere Angebote, wie Informations- und Beratungsstellen – sowohl freie Träger als auch staatliche, wie die

⁶ Unsere Kolleginnen Bittersam-Horejs und Steindl (2017) gehen auf diese Frage intensiv in ihrer Masterthesis ein und beschreiben fünf mögliche Zuweisungsszenarien, weshalb wir unsere Ausführungen hier sehr kurz halten werden.

Bezirkshauptmannschaften – oder Sachwalterschaften, bis hin zu stationären Angeboten wie das Entlassungsmanagement, die Kurzzeit- bzw. Übergangspflege und Tageszentren (vgl. G1-1 Z720-730; G2 Z278-283, Z295-298, Z387-390; G3 Z86-111; G4 Z8-68).

Allerdings würde es sich empfehlen, am Anfang der Implementierung, die Methode von mehreren verschiedenen Zuweiser_innen vermitteln zu lassen und sich nicht nur für eine Möglichkeit zu entscheiden (vgl. G4 Z330-331).

Bezüglich des Setting der Zuweisung bzw. der Vermittlungsarbeit ist es, da die mögliche Implementierung der Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen erst im Anfangsstadium ist und es sich bei unserem Projekt um ein Sondierungsprojekt handelt, noch relativ schwierig, wenn nicht sogar unmöglich, eine genaue Beschreibung dessen zu geben. Allerdings wird das Setting stark von den unterschiedlichen möglichen Zuweiser_innen und von deren Profession und Institutionalisierung beeinflusst werden.

Als einziges Merkmal für das Setting, wurde von Studierenden als auch von pflegenden Angehörigen ein niederschwelliger Zugang stark empfohlen (vgl. G4 Z158-170; G5 Z775).

Eine erwähnte Settingsmöglichkeit, die wir aufgrund unserer Profession als Sozialarbeiterinnen allerdings kurz erläutern möchten, ist die Möglichkeit vermehrt aufsuchende Soziale Arbeit zu betreiben, also Soziale Arbeit, die „in die Familien geht“ (G1-1 Z119). Sei es durch behördliche Hausbesuche, wie in den Fällen Weinviertel 1 und 2 oder in Form von Stadtteilarbeit, wie in England (vgl. G1-1 Z108-122; G1-2 Z348-355; I2 S3; F3-1 Z131-132).

6.3.1.4 Training von Zuweiser_innen

Der letzte Aspekt der Zuweisung, den wir an dieser Stelle gerne erwähnen möchten, umfasst das Training von Zuweiser_innen. So haben die Erhebungen mit den Studierenden gezeigt, dass es deutlich von Vorteil für die Vermittlungsarbeit ist, wenn Zuweiser_innen ein Grundverständnis für die Methode haben und wissen, wie sie diese verständlich weitervermitteln können (vgl. G4 Z84-92, Z149-157).

Außerdem haben die Koordinatorin des Falles Weinviertel 1 und die Zuweiserin des Falles Weinviertel 2 bestätigt, dass es für die Vermittlung und den Fallverlauf sehr hilfreich war, dass die Zuweiserin bereits vertraut mit der Methode war (vgl. F3-1 Z115-116; F4-1 Z42-52).

Dieser Eindruck wird auch von der Organisation DayBreak bestätigt, die ihre Zuweiser_innen regelmäßig schult und ihnen die Methode, bzw. das was bei der Weitervermittlung zu beachten ist, erklärt (vgl. I1 S2; I2 S2; G6 Z557-564).

6.3.2 Der Kontext einer Zuweisung

Nachdem wir nun geklärt haben, ob und warum eine Zuweisung sinnvoll wäre und wie diese aussehen könnte, möchten wir uns nun mit der Frage beschäftigen, durch welche Merkmale der_die Zuweiser_in/Vermittler_in erkennen kann, ob der zu bearbeitende Fall ein Fall für eine Unterstützungskonferenz wäre. Der Begriff „Kontext“ in diesem Kapitel beschreibt also nicht das Setting der Vermittlung – dieses wird noch später erläutert – sondern in welchem Kontext Unterstützungskonferenzen vermittelt werden können bzw. sollten.

Dass das Erkennen von geeigneten Fällen für eine Unterstützungskonferenz ein wesentlicher Teil der Vermittlungsarbeit ist, wurde auch in der Gruppendiskussion mit unseren Kolleg_innen des Masterprojekts sichtbar. Um die Unterstützungskonferenz empfehlen bzw. vermitteln zu können, muss der_die Zuweiser_in/Vermittler_in wissen, wann dies überhaupt Sinn macht (vgl. G4 Z84-92). Ein Umstand, der auch schon im vorherigen Kapitel 6.3.1.4 angesprochen wurde. Denn schlussendlich sind es dann die Zuweiser_innen/Vermittler_innen, die entscheiden, ob sie einen Fall für eine Unterstützungskonferenz vorschlagen (vgl. G3 Z179-182).⁷

Dieser Prozess, das Entscheiden aufgrund von bestimmten Merkmalen, ob ein Fall geeignet ist für eine Unterstützungskonferenz, wird auch als Clearing bezeichnet. Wir werden diesen Begriff auch noch im Kapitel 6.3.5.1 besprechen.

Die folgenden Subkategorien beinhalten nun die Merkmale, die in unseren Erhebungen genannt wurden und für eine Vermittlung der Unterstützungskonferenz sprechen.

6.3.2.1 Anstehende Entscheidung

Ein Merkmal, das sehr oft in den Erhebungen genannt worden ist, ist eine anstehende Entscheidung. Dieses Merkmal wurde sowohl in den Gesprächen mit Expert_innen genannt als auch in den Nachbesprechungen mit den Koordinator_innen, die in unserem Sondierungsprojekt Fälle koordiniert haben und von pflegenden Angehörigen selbst.

Vor allem in der Gruppendiskussion mit DayBreak wurde dieses Kriterium stark betont:

⁷ An dieser Stelle möchten wir noch gerne an die Masterthesis unserer Kollegin Zwirchmayr (2017) verweisen, die sich genauer mit der Frage, wann eine Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen sinnvoll erscheint, beschäftigt.

„the most important thing is, is there a decision, an important decision to be made in this family. [...] Because this decision is so important, someone has got to make it. Because Family Group Conferences are essentially decision-making meetings, they're not therapeutic meetings.” (G6 Z981-986).

In den Nachbesprechungen mit den Koordinator_innen im Fall Wien und im Fall Mostviertel wurde eine anstehende Entscheidung auch als benötigtes Kriterium bezeichnet (vgl. F 2-2 Z45-46, Z59-61; F5-2 Z181-184).

In der zweiten Gruppendiskussion mit pflegenden Angehörigen wurde die anstehende Entscheidung in Bezug auf, „dass ich vielleicht einmal nicht mehr kann“ (G5 Z277) oder „wenn was passiert“ (G5 Z352-353), also beispielsweise nach einem Krankenhausaufenthalt oder ähnlichem, genannt (vgl. ebd.).

Auch die bereits existierende Checkliste für Sozialarbeiter_innen in der Kinder- und Jugendhilfe von Eva Kudrnovsky und Michael Delorette gibt als Zuweisungskriterium die Fragen, wofür der Plan entwickelt und welche konkreten Fragen geklärt werden sollen (vgl. Kudrnovsky / Delorette 2012).

6.3.2.2 Vorhandenes soziales Netzwerk bzw. Ressourcen

Eine weitere Bedingung für die Vermittlung der Unterstützungskonferenz stellt laut der Analyse der Erhebungen das vorhandene soziale/familiäre Netzwerk bzw. vorhandene Ressourcen in Form von potenziellen Helfer_innen dar.

Neben der anstehenden Entscheidung bezeichnen die Expert_innen von DayBreak ausreichende soziale Kontakte als zweite Voraussetzung für eine Unterstützungskonferenz (vgl. G6 Z989-997).

Auch die pflegenden Angehörigen selbst können sich nur dann eine Unterstützung vorstellen, sollte genügend Ressourcen im Familien- und Freundeskreis vorhanden sein:

„Es müsste die Familie dahinter stehen auch. Also wenn ich jetzt sag, ja ich lass mich darauf ein, dann sitzen wir Zwei dort, aber das war's, aber da können wir auf einen Kaffee auch gehen, also sind wir uns ehrlich, das wird nicht zielführend sein und dazu braucht man eben auch, wie ihr auch so schön schreibts, eine Familie halt [...]
wenn das soziale Umfeld rundherum funktioniert, ok, warum nicht, keine Frage, aber die muss man auch dann miteinbeziehen“. (G5 Z130-133, Z210-211).

Diese Einschätzung teilen auch die Koordinatorin im Fall Weinviertel 1 und die Zuweiserin im Fall Weinviertel 2, da sich in diesen Fällen die Koordinierung aufgrund fehlender Ressourcen im sozialen Netzwerk als schwierig erwiesen hat (vgl. F3-1 Z32; F4-1 Z296-297).

Diese Bedingung wird auch in der Checkliste für die Sozialarbeiter_innen der Kinder- und Jugendhilfe von Eva Kudrnovsky und Michael Delorette genannt. (vgl. Kudrnovsky / Delorette 2012).

6.3.2.3 Entscheidungskompetenz innerhalb der Familie

Ein weiteres Merkmal, ist die Entscheidungskompetenz innerhalb der Familie, die beispielweise Eva Kudrnovsky und Michael Delorette in ihrer Checkliste für Sozialarbeiter_innen der Kinder- und Jugendhilfe anführen (vgl. ebd.).

Die Mitarbeiter_innen von DayBreak erwähnen diese Entscheidungskompetenz im Zusammenhang mit der Zurechnungsfähigkeit, da in solchen Fällen die Zuweiser_innen erst abklären müssen, ob eine Sachwalterschaft besteht (vgl. G6 Z588-591).

6.3.2.4 Druck/Veränderungswunsch

Die Auswertung der verschiedenen Gruppendiskussionen und Interviews hat des Weiteren gezeigt, dass Druck bzw. ein vorhandener Veränderungswunsch seitens der Familie für die Vermittlung der Unterstützungskonferenz sprechen.

Menschen können oft nur dann Hilfe annehmen, wenn sie unter Druck stehen und einen starken Veränderungswunsch verspüren. Gerade in solchen Fällen kann eine Unterstützungskonferenz sehr vielversprechend sein. (vgl. F4-1 Z77, Z218; F1-2 Z84-87; G1-1 Z712-719; G5 Z347-355)

6.3.2.5 Freiwilligkeit

Da das Prinzip der Freiwilligkeit ein internationaler Standard der Unterstützungskonferenz ist, sollte diese Maxime auch in der Vermittlung der Methode im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen eingehalten werden. Dies wurde nicht nur von diversen Expert_innen, festgehalten, sondern auch von pflegenden Angehörigen selbst (vgl. G1-1 Z900-909; G3 Z16-19; G5 Z1023-1029; G6 Z140-141).

6.3.2.6 „Härtefälle“

Die letzte Subkategorie stellt das Kriterium „Härtefälle“ dar, da eine Reihe von Expert_innen und Koordinator_innen schwierige, problematische Fälle als passend für eine Unterstützungskonferenz erachten (vgl. G1-1 Z385-398).

Eine Mitarbeiterin der Organisation DayBreak beschreibt diese Voraussetzung so, dass Sozialarbeiter_innen fühlen, dass „a case is getting stuck and think that increased family awareness, involvement and support may help the service user.“ (I1 S2).

Die Zuweiserin im Fall Weinviertel 2 bezeichnet solche Fälle als Fälle, „wo der Wurm drin ist und dann find ichs ein richtiges Instrument.“ (F4-1 Z168-171).

6.3.3 Die Vermittlungsarbeit im Kontext älterer Menschen und deren pflegende Angehörige

Dieses Kapitel stellt nun die größte Kategorie dar und beinhaltet wohl die signifikantesten Forschungsergebnisse. In den folgenden Unterkategorien werden nun die Ergebnisse bezüglich des benötigten Zielgruppenwissen in der Vermittlungsarbeit, der Prinzipien der Gesprächsführung, die eingehalten werden sollten, der Benutzung der leichten Sprache, der Informationsvermittlung und schließlich der Vermittlung der Methode selbst vorgestellt.

6.3.3.1 Zielgruppenwissen

Im Folgenden möchten wir kurz festhalten, welche Besonderheiten der Zielgruppe laut unseren Erhebungen in der Vermittlungsarbeit zu beachten sind.⁸

Dass es unabdingbar ist, die Zielgruppe zu klären und einzugrenzen wurde bereits in dem Kapitel über die Öffentlichkeitsarbeit diskutiert. Allerdings spielt diese Eingrenzung und Klärung auch eine bedeutende Rolle in der Vermittlungsarbeit, da auf bestimmte Besonderheiten im Gespräch mit der Zielgruppe geachtet werden sollte. Gleichzeitig sollten die Zuweiser_innen aber auch flexibel auf die Heterogenität dieser Zielgruppe eingehen können. (vgl. G1-2 Z360-370; G4 Z257-279; G6)

Die Analyse der Ergebnisse der Erhebungen hat gezeigt, dass es drei Aspekte in der Vermittlungsarbeit mit älteren Menschen und deren Angehörigen gibt, auf die besonders geachtet werden sollte.

Zum einen wäre dies die Wahrung der Autonomie der älteren Menschen und diese bestmöglich in den Prozess miteinzubeziehen. Auch wenn das Ziel der Unterstützungskonferenz die Entlastung von pflegenden Angehörigen ist, so sollte trotzdem nicht über den Kopf der älteren, zu pflegenden Menschen hinweg entschieden werden. Um diese Autonomie zu wahren, nutzt DayBreak das System der „advocate“, also Beistände, welche für die älteren Menschen sprechen, sollten diese dazu nicht mehr in der Lage sein. (vgl. G1-1 Z814-840; G5 Z547-565; DayBreak o.A.a)

⁸ Wir werden diese Ausführungen allerdings kurz halten, da sich unsere Kolleginnen Gruber und Weichsel (2017) dieser Frager in ihrer These noch genauer widmen.

Der zweite Aspekt, der im Umgang mit der Zielgruppe der pflegenden Angehörigen von Bedeutung ist, ist die oft schambehaftete Hemmung der pflegenden Angehörigen, Hilfe annehmen zu können. Oft benötigt es erst massiven Druck und Überforderung bevor Hilfe angenommen werden kann. (vgl. G1-1 Z55-57, Z71-81; G5 Z327-353)

So meint eine Expertin in dem Bereich Alter und Pflege:

„Wir erleben ja, dass genau das die Hürde ist. Dass die Familien eigentlich ganz allein sind, sie das niemanden sagen wollen. Scham ist da dabei - was sagen die Nachbarn, wenn das Auto einer Hilfsorganisation kommt“ (G1-1 Z55-57).

Zuletzt hat sich in beiden Gruppendiskussionen mit pflegenden Angehörigen und auch in den Fallbearbeitungen gezeigt, wie groß der Redebedarf der Angehörigen ist. Die Betroffenen haben oft ein hohes Mitteilungsbedürfnis und diesem sollte in der Vermittlungsarbeit Raum gegeben werden. (vgl. G2; G5; F5-1)

Wie diese Aspekte unter anderen in der Gesprächsführung genutzt werden können, werden wir im nächsten Kapitel anhand der erhobenen Gesprächsprinzipien genauer beschreiben.

6.3.3.2 Prinzipien der Gesprächsführung

In den verschiedenen Gruppendiskussionen und Interviews wurden immer wieder einige Aspekte bzw. Empfehlungen genannt, die in der Gesprächsführung bzw. in der Vermittlung und Beratung zu beachten wären. So hat zum Beispiel auch die Koordinatorin im Fall Weinviertel 1 festgehalten, dass eine gewisse Grundhaltung im Gespräch mit der Familie sicher die Vermittlung erleichtern kann (vgl. F3-1 Z331-333, Z361-363). Wir werden diese nun im Folgenden als die Prinzipien der Gesprächsführung in der Vermittlungsarbeit zusammenfassen.

Wie in vorherigen Kapitel schon genannt, hat diese Zielgruppe oft einen hohen Mitteilungsbedarf und daher handelt es sich ersten Prinzip der Gesprächsführung um die Problemwürdigung der pflegenden Angehörigen und auch der zu pflegenden Personen. Den Familien soll vermittelt werden, dass ihr Problem ernst genommen wird und die Situation als problematisch anerkannt und gewürdigt wird (vgl. G4 Z296-310; I1 S4).

Eine Studierende des Projektes beschreibt ihre Beobachtungen diesbezüglich folgend:

„die Würdigung von ihrem Problem und die - ihr die Zeit und den Raum zu geben diese Geschichte zu erzählen, also das war ganz wichtig [...] für sie als pflegende Angehörige die Würdigung und das Verstehen, dass es einfach einmal zu viel sein kann und gleichzeitig die Aussicht auf eine Lösung, die sie entlastet.“ (G4 Z303-310).

Dieses Zitat weist schon auf das nächste Prinzip hin - den Familien Mut machen und ihnen vermitteln, dass es legitim und sogar gut ist, Hilfe anzunehmen. Es ist keine Schande um Hilfe zu fragen und diese anzunehmen, im Gegenteil, es zeugt von Mut. (vgl. G1-1 Z91-92; G3 Z59-64, Z963-969; I3 S2)

Ein weiteres Prinzip in der Gesprächsführung, welches auch ein Standard in der Methode der Unterstützungskonferenz ist, ist die Freiwilligkeit. Es wird geraten den Familien nicht zu viel Druck zu machen und zu betonen, dass die Methode nur eine Möglichkeit darstellt. Dieses Prinzip wurde nicht nur von Expert_innen genannt, sondern auch von pflegenden Angehörigen selbst. Für die Familien wäre es abschreckend, wenn die Zuweiser_innen aufdringlich wären oder sie gar zu dem Angebot zwingen. (vgl. G1-1 Z423-434, 900-909; G5 Z1019-1029; I1 S2)

So hält ein pflegender Angehöriger dazu fest:

„es muss freiwillig funktionieren sonst funktioniert es sowieso nicht ... Was du freiwillig tust das tust du mit Herz und Hirn. Aber alles andere was du, wo man dich dazu zwingt das ...“ (G5 Z1026-1028).

Des Weiteren sollte im Gespräch auch immer der Faktor Zeit beachtet werden. Oft benötigt eine solche Entscheidung viel Zeit und es handelt sich dann viel mehr um einen Vermittlungsprozess, als um ein einzelnes Beratungsgespräch. (vgl. G1-1 Z895-899; G3 Z111-113)

Das nächste Prinzip der Gesprächsführung ist Offenheit und Transparenz. Den Familien soll Sicherheit vermittelt werden und dass jeder offen sagen kann, was in ihr oder ihm gerade vor sich geht. Diese Prinzipien werden auch von DayBreak sehr geschätzt. (vgl. G5 Z693-708; I2 S3)

Das letzte Prinzip, welches wir hier nennen möchten, ist die Verschwiegenheit. Ein Prinzip das besonders von den Expert_innen von DayBreak betont wurde und welches wir auch in dem Kapitel 6.3.3.5 kurz anschneiden werden. (vgl. I1 S2; I2 S3)

Zusammenfassend können als folgende empfohlene Prinzipien der Gesprächsführung bzw. der Beratung empfohlen werden:

- Problemwürdigung
- Mut machen - Hilfe annehmen ist keine Schande
- Freiwilligkeit
- Zeit
- Offenheit und Transparenz
- Verschwiegenheit

6.3.3.3 Leichte Sprache

Ein weiteres wichtiges Prinzip in der Gesprächsführung, welches wir hier aufgrund seiner Signifikanz explizit diskutieren möchten, ist der Grundsatz der leichten Sprache. Wir haben oben bereits hervorgehoben, auf was in der Arbeit mit dieser Zielgruppe geachtet werden sollte – das Verwenden einer leicht verständlichen Sprache ist ein Aspekt davon. Dies wurde vor allem von den Expert_innen von DayBreak, einer der Koordinator_innen und den Studierenden des Projektes hervorgehoben (vgl. G4 Z98; G6 Z553-574; F2-2 Z539-564). So rät uns eine Mitarbeiterin von DayBreak in Bezug auf die Erklärung bzw. Vermittlung der Methode:

„I would explain it in language that they can understand. This may sound obvious but many service users have mild learning difficulties and it is important that the coordinator is able to judge quickly [this may be helped by accurate information from the referrer] what level of understanding the service user has and make sure they use appropriate language and ask the service user /and or family what they have understood by what has been said and if they have any question. [...] I avoid jargon. I use leaflets to reinforce what I have said. I try and be logical and explain the process and purpose of the meeting sequentially and clearly so it makes sense to the service user. I will give time for questions. I will acknowledge their concerns and spend time trying to “unpick” these.“ (I1 S4).

Das Verwenden der leichten Sprache ist bei DayBreak auch Inhalt des Trainings für Zuweiser_innen. Dabei ist nicht nur das Verwenden der leichten Sprache wichtig, sondern auch das Erklären jedes Fachbegriffes der gebraucht wird. (vgl. G6 Z553-573) Die Bedeutung dieses Prinzips in der Gesprächsführung wurde auch von der Koordinatorin im Fall Wien hervorgehoben. Laut ihr müsse man sich in der Beratung immer auf die Sprache, den Ausdruck der Klient_innen einstellen, damit das Gegenüber wirklich auch die Information versteht. In diesem Interview wurde auch die Idee eines Leitfadens zur leichten Sprache für Zuweiser_innen oder auch für Koordinator_innen im Kontext pflegender Angehöriger geäußert, auf welche wir in unserem Konzept zur Vermittlungsarbeit näher eingehen werden. (vgl. F2-2 Z539-564)

6.3.3.4 Informationsvermittlung

Bevor wir nun die Ergebnisse zur Methodenvermittlung vorstellen, möchten wir nun kurz auf die Informationsvermittlung eingehen, welche auch des Öfteren in den Erhebungen genannt wurde.

So wäre es laut Expert_innen, Studierenden und pflegenden Angehörigen wünschenswert, die Maxime der Beratung und Informierung zu den Themen Alter und Pflege im Verfahren der Unterstützungskonferenz mehr zu verankern. Im Vorfeld sollten Informationen gegeben werden, beispielsweise welche Hilfen es gibt, an wen

ich mich wenden kann, so, dass die Familien diese später für die Planerstellung nutzen können. (vgl. G1-1 Z856-857; G2 Z619-621; G4 Z395-402; G5 Z716-720)

Eine Möglichkeit für die Beratung wäre ein explizites Training der Koordinator_innen für den Kontext pflegende Angehörige von älteren Menschen, so wie es auch von DayBreak gehandhabt wird. Ein solches würde auch von der Koordinatorin im Fall Tirol begrüßt werden. (vgl. G6 Z182-191; F1-1-2 Z3-25)⁹

Zwar würde das Training dem Vertrauensaufbau zwischen der Familie und dem_der Koordinator_in sicherlich dienen, allerdings würde dem inneren Rollenkonflikt der Koordinator_innen, der schon beim Bedarf der Zuweisung diskutiert wurde, entgegengewirkt werden, wenn ein_e Zuweiser_in im Prozess der Unterstützungskonferenz, die Beratung und Informierung am Anfang übernimmt. So hält dazu die Koordinatorin des Falles Weinviertel 1 fest:

„Also insofern, ICH bin nicht die, die sowas weiß, wär ich auch nicht in der Koordinator_innenrolle [...] und das ist jetzt schon über die Information der Sozialarbeiterin [Anm.: in diesem Fall Rolle der Zuweiserin] gelaufen [...] vielleicht muss man da jeweils auf die Überweiserin [Anm.: gemeint Zuweiserin] doch stark, entweder selbst fragen gehen oder die Leute fragen schicken“ (F3-1 Z170-175, Z386-387).

Dem zustimmend erklärt auch eine Mitarbeiterin von DayBreak:

„there would be that key, key lead role from the referrer, so really that's that's to go back to them. So they would share the expertise or what's needed and if there are other professionals we would bring them in. So all these issues would be discussed but in wouldn't be by the coordinator.“ (G6 Z324-327).

6.3.3.5 Die Vermittlung der Methode

Während der Bearbeitung der Fälle in unserem Projekt wurde immer mehr deutlich, wie sichtlich schwer es selbst den Koordinator_innen gefallen ist, unserer Zielgruppe die Methode der Unterstützungskonferenz verständlich zu erklären. Dies wurde in diversen Interviews auch von den Koordinator_innen selbst immer wieder bestätigt. (vgl. F2-2 Z8-21; F3-1 Z332-343).

Auf was die Zuweiser_innen nun konkret in der Vermittlung bzw. Erklärung der Methode achten sollen, werden wir anhand unserer Forschungsergebnisse im Folgenden skizzieren.

Bevor wir nun die einzelnen Unterkategorien der Methodenvermittlung vorstellen, sollte allerdings festgehalten werden, dass laut verschiedenen Expert_innen das Erklären der Methode in der Zuweisung eine eher kurze, auf das wesentliche beschränkte

⁹ Diese Möglichkeit wird noch genauer von unseren Kolleginnen Huber und Röck (2017) diskutiert.

Beschreibung ist, da die Details später von dem_der Koordinator_in der Familie genauer erklärt werden. In der Zuweisung geht es vor allem darum, den geeigneten Familien das Verfahren kurz zu erklären und die Zielsetzung sowie den Nutzen der Unterstützungskonferenz überzeugend zu betonen (vgl. F3-1 Z56, Z63, Z357-361; I2 S3).

Die Zuweiserin im Fall Weinviertel 2 beschreibt ihre Vermittlungsarbeit wie folgt:

„ich glaub, da, wenn ich jetzt frech bin, sag ich dann, das ist dann die Aufgabe von den Leuten, die im Familienrat den Prozess begleiten. Also ich glaub, ich muss nur vermitteln, worum geht's, was ist das Ziel der Sache, wobei soll's unterstützen und ja, dann schon in groben Zügen worum geht's da, weil sonst wissen sie ja nicht, worauf sie sich einlassen, ja, aber im Grunde in groben Zügen.“ (F4-1 Z357-361).

Diesem hinzuzufügen wäre noch die Forderung, die sowohl von Studierenden des Projektes aufgrund deren Beobachtungen als auch von Expert_innen geäußert wurde, dass die Zuweiser_innen klar die Leistung der Konferenz darstellen und abgrenzen (vgl. G3 Z919-921; G4 Z181-188).

In den folgenden Subkategorien werden wir uns deshalb nur kurz mit den Erklärungen des Ablaufs der Methode beschäftigen und den Fokus mehr auf das Alleinstellungsmerkmal, die Zielsetzung und den Nutzen für die Familie setzen, da dieses Argument in der Vermittlungsarbeit der Zuweiser_innen von immenser Bedeutung ist.

6.3.3.5.1 Das Alleinstellungsmerkmal bzw. die Vorteile der Methode

Das Alleinstellungsmerkmal bzw. der Nutzen der Methode für die Familie wurde im Rahmen der Erhebungen intensiv diskutiert und hervorgehoben. Wie schon oben erwähnt, ist es in der Vermittlungsarbeit von großer Bedeutung, das Alleinstellungsmerkmal besonders hervorzuheben, da so das Interesse der Familie geweckt wird und die Erklärung der Details der Methode mehr in der Zuständigkeit der Koordinator_innen liegen. Wie ein Experte während einer Gruppendiskussion geäußert hat: „sie müssen für sich das als möglichen Sinn oder mögliche ah möglichen Gewinn erkennen sonst machen sie es nicht.“ (G1-1 Z 667-668).

Nach der Analyse der Erhebungen hat sich gezeigt, dass das zu vermittelnde, ausschlaggebende Alleinstellungsmerkmal der Methode der Empowerment-Ansatz ist. Den Familien wird zugetraut ohne Expert_innen gemeinsam Lösungen zu finden und daraus einen Plan zu entwickeln. Sie werden mit dieser Methode zu ihrer Selbstwirksamkeit und Selbstentscheidungskraft befähigt. (vgl. G1-1 Z473-480; G4 Z337-345; I1 S2; I2 S3; F2-2 Z368-369; F4-1 Z61, Z336-339)

Ein Experte auf dem Gebiet der Unterstützungskonferenz beschreibt dieses Alleinstellungsmerkmal wie folgt:

„Die Ideen, die in dem Familienrat entwickelt werden, die sind reichhaltiger. Und manchmal fantasievoller, als die Ideen der Fachleute. Und nachhaltiger, ja. Weil es eben Entscheidungen sind aus der Familie, und die werden mitgetragen, und es macht einen Unterschied, ob eine alte Person ins Pflegeheim abgeschoben wird, oder ob eine Familie entscheidet, ja, dass man das und das machen kann. Ja, da glaub ich gibt's Unterschiede. Und deshalb, schöner Hinweis auf das Alleinstellungsmerkmal“ (G1-1 Z546-551).

Eine Mitarbeiterin von DayBreak erklärt den Nutzen der Unterstützungskonferenz auch ähnlich:

„For us, [we've done this, because] you empower the people, the family that has to implement the plan, to make the plan. So with any of us I'd rather I come to decision what's happening for me and my family than somebody come and tell me what to do. And it may be the same thing but I'm much more likely to do it if I've decided with my family than someone has come along and told me what's wrong and what I have to do.“ (G6 Z968-973).

Dieses Empowerment der Unterstützungskonferenz konnten wir auch im Folgeinterview mit der pflegenden Angehörigen im Fall Tirol erkennen, die immer wieder betont, wie viel leichter ihr es jetzt fällt, die Hilfe laut des gemeinsamen Planes auch einzufordern (vgl. F1-2).

Des Weiteren haben die Ergebnisse der Erhebungen gezeigt, dass neben dem Empowerment auch die Einbeziehung des sozialen Systems und der Ressourcen zum Nutzen der Methode zählt. Die hauptpflegende Person wird entlastet und das soziale Netzwerk nimmt an der gemeinsam Lösungsfindung und Planaufstellung teil. Somit werden die Lebensqualität und die Autonomie aller Beteiligten gefördert. (vgl. G1-1 Z608-610; G1-2 Z368-370; G3 Z152-163, Z219-242; G6 Z1404-1413; F4-1 Z61, Z336-339) Die_der Koordinator_in würde dann letztendlich nur diese Ressourcen verwalten und der Familie helfen herauszufinden, wie sie diese nutzen können (vgl. G6 Z1441).

Dieses Alleinstellungsmerkmal, der Nutzen und Gewinn der Methode, sollte der Familie im Gespräch ausführlich vermittelt werden. Natürlich gilt es aber dabei, wenn benötigt, die Involvierung von Fachleuten und die Unterstützung des_der Koordinators_in zu betonen, worauf wir in den nächsten Kapiteln noch eingehen werden.

6.3.3.5.2 Die Erklärung des Ablaufs

Die Erklärung des Ablaufes in der Vermittlungsarbeit wurde vergleichsweise wenig in unseren Erhebungen thematisiert. Allerdings wurde zwischen den Studierenden des Projektes diskutiert, ob die Phasen, im Speziellen die Family-Only-Phase, erwähnt werden sollen oder nicht. Sollten die Phasen erklärt werden, ist es wichtig, die

Bedeutung der Family-Only-Phase zu erklären. Die Familie diskutiert ohne Einwirkung von Fachkräften und trifft die Entscheidungen allein. Gleichzeitig sollen aber die Familien wissen, dass sie trotzdem auch bei Bedarf während der gesamten Konferenz unterstützt und begleitet werden. Ein Aspekt der im nächsten Unterkapitel noch genauer diskutiert wird. (vgl. G4 Z337-377)

6.3.3.5.3 Unterstützung durch den_die Koordinator_in

Wie oben schon kurz erwähnt, ist es wichtig in der Vermittlung der Methode zu betonen, dass die Familien während des gesamten Prozesses, auch am Tag der Konferenz selbst, von dem_der Koordinator_in unterstützt werden. Die Zuweiserin des Falles Weinviertel 2 beschreibt ihre Vermittlung der Unterstützung wie folgt:

„Ich hab, ich hab ihr einfach erklärt, dass sie im Gespräch und vor allen Dingen im Organisieren des Gesprächs und im äh Kontaktaufnehmen mit allen beteiligten Personen unterstützt wird, dass der Prozess begleitet wird [...] dieser Prozess wird massiv unterstützt“ (F4-1 Z58-60, Z337).

Auch eine Mitarbeiterin von DayBreak hält fest, dass eines der Schlüsselwörter in der Vermittlung der Methode „good preparation“ ist - der Familie sollte verständlich erklärt werden, dass die Unterstützungskonferenz zusammen mit dem_der Koordinator_in gründlich vorbereitet wird (vgl. I1 S2).

6.3.3.5.4 Involvierung von Professionist_innen/Expert_innen

Eine wichtige Zusatzinformation, die mit der Methode vermittelt werden sollte, ist die mögliche Involvierung von Professionist_innen und Expert_innen bei Bedarf bzw. auf Wunsch der Familie. Laut einigen Expert_innen und Studierenden im Projekt wäre die Unterstützung von Fachkräften, die mit wichtigen Informationen behilflich sein können, durchaus wünschenswert. Diese Vermutung wurde auch von pflegenden Angehörigen bestätigt, die den Wunsch nach anwesenden Personen mit Pflegewissen bzw. -kompetenz in der Vorbereitung und auch während der Konferenz geäußert haben. Daher würde es sich empfehlen, diese gegebene Möglichkeit auch während der Vermittlung der Methode anzusprechen. (vgl. G1-2 Z72-85; G2 Z619-621; G4 Z394-402)

Dabei gilt es auch die Verschwiegenheitspflicht von allen Fachkräften, inklusive Zuweiser_in und Koordinator_in zu betonen (vgl. I1 S2f; I2 S3).

6.3.4 Die Rolle der Koordinator_innen in der Vermittlungsarbeit

Die folgenden Ergebnisse zu der Rolle des_der Koordinator_in in der Vermittlungsarbeit werden nun getrennt von der Kategorie der Methodenvermittlung vorgestellt, sind aber dennoch für die Vermittlung der Methode an die Familien von Bedeutung. Im Folgenden werden wir uns mit der Zusammenarbeit zwischen Zuweiser_innen und Koordinator_innen, mit der Verlässlichkeit des Angebots, der Ausbildung der Koordinator_innen und der Unabhängigkeit der Koordinator_innen beschäftigen.¹⁰

6.3.4.1 Die Zusammenarbeit zwischen den Zuweiser_innen und den Koordinator_innen

Durch die Interviews mit den Koordinator_innen können wir resümieren, dass eine Zusammenarbeit zwischen den Zuweiser_innen und den Koordinator_innen sehr wünschenswert ist. So ist beispielsweise im Fall Weinviertel 1 die Zusammenarbeit sehr gut verlaufen, die Aufgaben wurden klar verteilt und sinngemäß erledigt (vgl. F3-1 Z215-218). Des Weiteren meint die Koordinatorin, es wäre gut für weitere Informationen auf die Zuweiser_in zurückgreifen zu können. Auch die Koordinatorin im Fall Wien hält fest, dass ein_e Zuweiser_in eine gute Möglichkeit zum gemeinsamen Reflektieren bietet. (vgl. F3-1 Z383-387; F2-2 Z574)

Die Expert_innen von DayBreak führen außerdem an, dass sie als Organisation bzw. der „local manager“ (G6 Z1000) der bestimmten Region schließlich entscheiden, ob der Fall, der von einem_einer Zuweiser_in vorgeschlagen wurde, für eine Unterstützungskonferenz geeignet ist, und wenn ja, welcher_welche Koordinator_in passend für diesen Fall wäre. (vgl. G6 Z895-906, Z999-1004)

6.3.4.2 Verlässlichkeit des Angebots

Ein Aspekt, der immer wieder während der Erhebungen genannt worden ist, ist die Forderung nach der Verlässlichkeit des Angebots. Expert_innen und pflegende Angehörige betonen, wie wichtig es ist, dass, sollte das Angebot der Unterstützungskonferenz vermittelt werden, dieses auch wirklich verlässlich implementiert ist. (G3 Z621-627; G5 Z643-645)

So beschreibt ein Experte im Bereich Pflege:

¹⁰ Da die Ergebnisse sowohl Konsequenzen für die Methodik als auch für die Koordinator_innenorganisation enthalten, möchten wir gerne an dieser Stelle auf die Masterthese von unserem Kollege Czak (2017) und auf die Masterthese von unseren Kolleginnen Huber und Röck (2017) verweisen.

„aber wenn da wirklich jetzt äh längerfristige Angelegenheiten oder Situationen sich auftun, brauchen wir Kontaktdaten, Name, Ansprechpartner, Telefonnummer, Erreichbarkeit von bis, das wir weitergeben. [...] Das muss wirklich Hand und Fuß haben und das wären für mich also diese Daten, die interessant wären“ (G3 Z621-627).

Und eine pflegende Angehörige meinte dazu: „Verlassen muss man sich halt darauf können, dass die Hilfe dann wirklich da ist“ (G5 Z643).¹¹

6.3.4.3 Ausbildung der Koordinator_innen

Ein weiterer wichtiger Faktor bezüglich der Rolle der Koordinator_innen in der Vermittlungsarbeit ist deren Ausbildung. So haben unserer Kolleg_innen in der Forschungsbegleitung der Projektfälle beobachten können, dass die Ausbildung der Koordinator_innen für die Familien von großer Bedeutung ist. (vgl. G4 Z291-295, Z326-329)

So hat eine unserer Kolleg_innen auf die Frage, welche Informationen bei der Methodenvermittlung wichtig wären, geantwortet:

„Vielleicht auch der Fakt, dass das eine ... dass da eine Ausbildung dahinter ist und dass da jetzt nicht irgendein Quacksalber kommt, sondern jemand der Ahnung hat von dem was er tut, dadurch nochmal das Gefühl von Kompetenz vermittelt, was glaube ich auch Sicherheit gibt.“ (G4 Z326-329).

6.3.4.4 Unabhängigkeit der Koordinator_innen

Wird die Rolle der Koordinator_innen den Familien vermittelt, so sollte auch deren Unabhängigkeit von anderen Organisationen und Einrichtungen betont werden. Die Unabhängigkeit der Koordinator_innen ist wichtig, da so entgegengewirkt wird, dass Einrichtungen ihre eigenen Interessen fördern können. (vgl. G1-1 Z982-990)

Auch die Zuweiser_innen von DayBreak vermitteln diese Unabhängigkeit an die zu beratenden Familien, da diese teilweise bereits schlechte Erfahrungen mit Sozialarbeiter_innen bestimmter Einrichtungen gemacht haben, und dadurch offener gegenüber der Methode sind (vgl. I1 S4).

6.3.5 Die Rolle der Zuweiser_innen in dem methodischen Ablauf

Wenn wir davon ausgehen, dass ein_e Zuweiser_in/Vermittler_in als Zwischeninstanz benötigt wird, um die Methode an die Familien zu vermitteln, dann spielt diese_r Zuweiser_in/Vermittler_in auch eine Rolle in der Methodendurchführung.¹²

¹¹ Wie diese Implementierung bzw. die Organisation der Koordinator_innen, die die Zuweiser_innen kontaktieren können, aussehen kann, diskutieren unsere Kolleginnen Bittersam-Horejs und Steindl (2017) und unser Kollege Her Czak (2017).

6.3.5.1 Das Clearing

Der Begriff „Clearing“ ist während den Erhebungen oft gefallen und wurde auch schon vorher im Kapitel 6.3.2 kurz erwähnt. Während unseres Sondierungsprojektes wurde dieses Clearing, das Beurteilen, ob ein Fall für eine Unterstützungskonferenz geeignet ist, meistens von den Koordinator_innen oder den Studierenden selbst durchgeführt. Doch da nun der Bedarf eines_einer Zuweisers_in/Vermittler_in geklärt und die Merkmale für die Möglichkeit einer Unterstützungskonferenz erläutert wurden, liegt es nahe, dass die Aufgabe der Clearings in der Zuständigkeit des_der Zuweisers_in/Vermittler_in liegt.

So beschreiben die befragten Koordinator_innen und Zuweiser_innen die Notwendigkeit eines Clearings und die erfolgreiche Auftragsklärung durch eine Zuweiserin in den Fällen Weinviertel 1 und 2 (vgl. F2-2 Z72-79; F3-1 Z128-133, Z144-148; F4-1 Z181-189).

6.3.5.2 Die Sorgeformulierung

Fällt nun das Clearing in die Zuständigkeit des_der Zuweisers_in, so wirft dies die Frage auf, ob diese_r auch die Sorgeformulierung verfassen und vortragen soll, ähnlich wie im Kinder- und Jugendhilfebereich.

Die Expert_innen von DayBreak beantworten diese Frage mit ja, da üblicherweise ihre Zuweiser_innen die Sorgeformulierung schreiben, allerdings im Einverständnis mit der Familie (vgl. I1 S3).

Auch wurde im Fall Weinviertel 1 die Sorgeformulierung von der Zuweiserin übernommen, was auch von der Koordinatorin in diesem Fall positiv begrüßt wurde (vgl. F3-1 Z128-129).

6.3.5.3 Die Anwesenheit während der Konferenz

Da der_die Zuweiser_in so eine signifikante Rolle in der Unterstützungskonferenz spielt, sollte er_sie auch laut mehreren Expert_innen während der Informationsphase der Konferenz anwesend sein (vgl. G1-1 Z282-292; G6 Z467-488).

Wie in der Informationsvermittlung schon erwähnt, würden laut Mitarbeiter_innen von DayBreak die Zuweiser_innen auch in der Planung der Konferenz nicht nur die Sorgeformulierung übernehmen, sondern auch auf ihr Fachwissen zurückgreifen und benötigte Expert_innen für die Informationsphase vorschlagen (vgl. G6 Z317-327).

¹² Wir werden die erhobenen Konsequenzen für die Methode hier nur kurz zusammenfassen, da sich unsere Kolleginnen Huber und Röck (2017) noch genauer damit beschäftigt und dazu ein eigenes Modell entwickelt haben.

6.3.5.4 Die Planabnahme

Die letzte Unterkategorie der Rolle des_der Zuweisers_in beinhaltet die Empfehlung von DayBreak, dass, wenn der_die Zuweiser_in für das Clearing zuständig ist, die Sorgeformulierung verfasst und bei der Planung der Informationsphase beteiligt ist, er_sie dann auch den Plan abnehmen sollte und über die Sinnhaftigkeit dessen entscheiden (vgl. G6 Z419-426, Z491-499, Z507-510).

6.3.6 Die Materialien der Vermittlungsarbeit

Diese Kategorie diskutiert nun den wichtigen Aspekt des Materials, welches in der Vermittlungsarbeit verwendet wird bzw. verwendet werden sollte. Unsere Empfehlungen bzw. ausgearbeiteten Materialien für die Vermittlungsarbeit werden wir später in unserem Konzept vorstellen.

6.3.6.1 Flyer für Familien

Der Bedarf und die Nutzung eines Flyers, wurden schon genauer in dem Kapitel 5 diskutiert. Allerdings kann und sollte der Flyer gerne auch verwendet werden, um die Methode persönlich zu vermitteln – wie zum Beispiel als Zuweiser_in/Vermittler_in. So werden auch Flyer von der Organisation DayBreak genutzt und die pflegenden Angehörigen reagierten auf Nachfrage positiv auf, den von unseren Flyer (vgl. G5 Z947-963; I1 S2).

6.3.6.2 Das Informationsblatt über die Methode der Unterstützungskonferenz für interessierte Familien und für Zuweiser_innen

Die weiteren Erhebungen haben allerdings gezeigt, dass der Flyer allein nicht reicht, um die Methode verständlich zu erklären. Dies wurde sowohl von den Expert_innen von DayBreak bestätigt als auch von pflegenden Angehörigen. (vgl. G5 Z967-971; G6 Z375-378)

Auch die Kinder- und Jugendhilfe nutzt ein solches Informationsblatt zur Erklärung der Methode, welches wir für unsere Zweck auf den Kontext pflegende Angehörige adaptiert haben (vgl. Kinder- und Jugendhilfe Österreich o.A.). Wir werden dieses noch später in unserem Konzept zur Vermittlungsarbeit vorstellen.

DayBreak verwendet nicht nur ein Informationsblatt für die interessierten Familien, sondern auch für die Zuweiser_innen, um ihnen die Methode, neben bzw. anstelle eines expliziten Trainings, näher bringen zu können (vgl. DayBreak 2015a; DayBreak 2015b; G6 Z378-380).

6.3.6.3 Die Checkliste für die Koordinator_innen

Des Weiteren sind wir in unseren Erhebungen auf die bereits erwähnte Checkliste für Sozialarbeiter_innen der Kinder- und Jugendhilfe von Eva Kudrnovsky und Michael Delorette gestoßen, welche ein hilfreiches Tool für Zuweiser_innen darstellt, da sie so abschätzen können, ob ein Fall für eine Unterstützungskonferenz geeignet wäre (vgl. Kudrnovsky / Delorette 2012).

6.3.6.4 Das Zuweisungsformular für die Koordinator_innen

Unsere Erhebungen haben gezeigt, dass es für Zuweiser_innen üblich ist, sei es in den Fällen von DayBreak, der niederösterreichischen Kinder- und Jugendhilfe oder im Fall Weinviertel 1, ein Zuweisungsformular mit der Familie auszufüllen, welches erste Informationen der Familie an den_die zuständige_n Koordinator_in weiterleitet.

In Fällen einer behördlichen Zuweisung stellt dieses Formular sogar eine rechtlich verankerte Bedingung dar, welche auch von einem Familienmitglied unterzeichnet werden muss. (vgl. G6 Z380-386; 1005-1010; DayBreak 2014; Kinder- und Jugendhilfe Österreich o.A.; F3-1 Z131, Z141-150)

6.3.6.5 Nutzung anderer Materialien der Öffentlichkeitsarbeit

Des Weiteren würde das Verweisen auf andere Materialien bzw. Medien der Öffentlichkeitsarbeit hilfreich sein, damit die interessierten Familien bei Bedarf selbstständig die Informationen noch einmal lesen und auf sich einwirken lassen können. Besonders eine Homepage würde als niederschwelliger Zugang sehr empfehlenswert sein:

„eine Homepage wo man einiges nachlesen kann in der heutigen Zeit ganz einfach wo man ganz einfach einmal niederschwellig, dass ich sag okay jetzt geb ich diese Adresse ein, druck drauf und dann sieht keiner wer ich bin. [...] dass ich dort einmal lese und dann kann ich sagen okay das könnte für mich etwas sein“. (G5 Z998-1003).

Bei der Verwendung all dieser Materialien und Medien ist allerdings zu beachten, dass es für die Familien einfacher wäre diese zu verstehen, wenn sie zuvor mit den Zuweiser_innen/Vermittler_innen durch besprochen werden (vgl. G4 353-354; G6 Z375-376).

6.4 Das Konzept zur Vermittlungsarbeit

Nachdem wir nun eine kurze Einführung in die Theorie gegeben und unsere Ergebnisse genauer beschrieben haben, werden wir nun das, von Maria Lich erstellte, Konzept für die Vermittlungsarbeit der Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen vorstellen, welches auch die vorher genannten Forschungsfragen beantworten wird. Das Konzept beinhaltet außerdem eine Reihe von notwendigen Dokumenten für die Vermittlung – eine Checkliste für den/die Zuweiser_in, ein Zuweisungsformular, ein Informationsblatt und einen Leitfaden in leichter Sprache zur Erklärung der Methode – welche hier erklärt werden. Die Dokumente selbst befinden sich zur Veranschaulichung im Anhang dieser Arbeit.

Das Konzept wird sich auf die Theorie und die Empirie rückbeziehen und erklären, wer in welchem Setting vermittelt, wie vermittelt werden soll, welches Wissen gebraucht wird, welche Information, wann vermittelt werden sollte, welche Beratungstechniken empfehlenswert sind und worauf geachtet werden sollte.

6.4.1 Die Zuweisung – Setting und Zuweiser_innen

Dieses Konzept geht aufgrund des in unseren Erhebungen festgestellten Bedarfs an einer Zuweisung der Methode davon aus, dass professionelle Zuweiser_innen/Vermittler_innen die Unterstützungskonferenz der Familie vermitteln und diese auf Wunsch an Koordinator_innen weitervermitteln. Dieser festgestellte Bedarf deckt sich auch mit dem von Kittl-Satran und Simon (2015) beanstandeten Mangel an Sozialer Arbeit in der Versorgung von älteren Menschen und deren pflegenden Angehörigen in Privathaushalten (vgl. Kittl-Satran / Simon 2015:228).

Wir möchten damit auf keinen Fall die Vermittlung durch private Kontakte oder mögliche Selbstvermittlungen ausschließen, allerdings können wir wenig Einfluss auf diese Art Vermittlungsarbeit ausüben. Daher richtet sich das Konzept vorrangig an professionelle Helfer_innen, die diese Methode an Familien vermitteln und diese bezüglich relevanter Themen im Alten- und Pflegebereich beraten und informieren können.

Da es sich bei unserem Projekt erstmals um ein Sondierungsprojekt handelte, können wir nun schwer bestimmte Settings und Professionen für die Zuweisung nennen. Wir möchten allerdings an dieser Stelle auf Großmaß hinweisen, die drei Ebenen in Bezug auf das Setting unterscheidet: Die politische/institutionelle Ebene, die Ebene des geographischen Ortes und die methodische Ebene. Diese Ebenen sollten bei

möglichen Settings der Vermittlung der Unterstützungskonferenz bedacht werden. (vgl. Großmaß 2004:487)

Es ist außerdem wichtig, eine enge Partner_innenschaft zwischen den Zuweiser_innen und den Koordinator_innen bzw. einer Koordinator_innenorganisation zu forcieren und am Anfang möglichst breit, also durch unterschiedliche Settings und Professionen, die Zuweisung zu implementieren. Zusätzlich wurde in unseren Erhebungen der Wunsch nach einem niederschweligen Zugang und vermehrter Sozialer Arbeit in die Familien geäußert.¹³

6.4.2 Die Vermittlungsarbeit in der Beratung

Im Folgenden werden wir nun, aufbauend auf unserer Literaturrecherche und unseren Erhebungen, beschreiben, wie eine funktionierende Vermittlungsarbeit aussehen kann. Wir werden erörtern, welche Beratungsform empfehlenswert ist, auf welche Aspekte in Bezug auf die Zielgruppe und des Clearings zu achten sind, an welche Prinzipien der Gesprächsführung inklusive der Verwendung der Leichten Sprache sich die Vermittlung halten soll und wie die Methode selbst verständlich vermittelt werden kann.

6.4.2.1 Die „Doppelverortung“ der Beratung

Nestmann, Engel und Sickendiek haben, wie wir in der theoretischen Diskussion schon festgehalten haben, eine „Doppelverortung“ (Engel et al. 2004a:35) der Beratung beschrieben. Laut dieser beinhaltet die Beratung einerseits das „Beratungs- und Interaktionswissen“ (ebd.), welches die verschiedenen Beratungstechniken und -formen beschreibt, und andererseits das „Handlungsspezifische(s) Wissen“ (ebd.), welches mit Zielgruppen- bzw. Handlungsfeldwissen gleichzusetzen ist. (vgl. ebd.)

In den folgenden zwei Kapiteln werden wir nun diese Doppelverortung auf unseren Kontext umlegen.

6.4.2.1.1 Empfohlene Beratungsformen

Wir haben uns aus zwei Gründen dazu entschieden die „Ressourcenorientierte Beratung“ (Nestmann 2004:725) als Beratungs- und Interaktionswissen für die Vermittlung der Unterstützungskonferenz zu empfehlen: erstens, da der ressourcenorientierte Ansatz des Öfteren in der Sozialen Arbeit mit älteren Menschen und pflegenden Angehörigen genannt wurde, unter anderem bei Lützenkirchen et al.

¹³ Wir möchten an dieser Stelle auf unsere Kolleginnen Bittersam-Horejs und Steindl (2017) verweisen, die in ihrer These mehrere Zuweisungsszenarien dargestellt haben.

(2014) und zweitens da die Aspekte der Ressourcenorientierten Beratung, wie zum Beispiel Empowerment oder Ressourcenerschließung, den Grundsätzen der Methode der Unterstützungskonferenz entsprechen (vgl. Lützenkirchen et al. 2014:210; Nestmann 2004:725).

Im Folgenden werden wir nun kurz beschreiben, welche Aspekte der Ressourcenorientierten Beratung in der Vermittlungsarbeit zu beachten sind. Laut Nestmann (2004) kann diese Beratungsform dabei unterstützen einen

„eigenen Lebensstil und eigene Biographie zu gestalten - insbesondere auch dadurch, dass sie diese Anstrengung des Individuums in eine Neugestaltung von Gemeinsamkeit und Gegenseitigkeit in unterstützenden sozialen Netzwerkbeziehungen einbinde[t]“ (Nestmann 2004:726).

Die Berater_innen, in unserem Fall die Zuweiser_innen bzw. Vermittler_innen, sollten dabei besonders auf mögliche Ressourcen oder „Bewältigungs- und Entwicklungspotenziale“ (ebd.:732) achten und diese bewerten. Das Ziel dabei - ähnlich dem, der Unterstützungskonferenz im Kontext pflegende Angehörige von älteren Menschen – lautet:

„Entfaltung von Einzelnen in formellen und informellen sozialen Systemen zu ermöglichen, selbstbestimmtes und selbstkontrolliertes Gestalten von Alltag und Leben, die Bearbeitung ihrer Anforderungen und die Nutzung ihrer Entwicklungschancen zu sichern, sowie Belastungen und Krisen zu verhindern, möglichst früh anzugehen und deren Folgen für Personen und System konstruktiv zu bewältigen“. (ebd.:733).

6.4.2.1.2 Bedeutung der Zielgruppe

In der Arbeit mit älteren Menschen und deren Angehörigen sollte auf drei Aspekte besonders geachtet werden. Erstens soll die Autonomie und Selbstbestimmung der älteren bzw. zu pflegenden Menschen geachtet werden, zum Beispiel kann das Prinzip des Beistandes erklärt werden, zweitens der sensible Umgang mit der oft schambehafteten Hemmung Hilfe anzunehmen und drittens die Würdigung des Redebedarfs des Gegenübers.

Doch natürlich sollten die Zuweiser_innen auch über relevante Informationen für die Zielgruppe verfügen, wie zum Beispiel über adäquate Dienstleistungen oder rechtliche Bestimmungen zum Pflegegeld.

Sowohl die Literaturrecherche als auch die Datenanalyse haben außerdem gezeigt, dass in der Beratung und Vermittlungsarbeit ein besonderes Augenmerk auf die Heterogenität der Zielgruppe gelegt werden sollte und Alter und Pflege zwar verbindende Elemente sind, sie allein aber die unterschiedlichen Individuen in der Zielgruppe nicht definieren.

6.4.2.2 Merkmale für das Clearing

Im Folgenden werden nun die relevanten Merkmale genannt, die im Clearing für die Methode der Unterstützungskonferenz sprechen:

- Eine anstehende Entscheidung
- Vorhandenes soziales Netzwerk bzw. Ressourcen
- Entscheidungskompetenz innerhalb der Familie
- Druck/Veränderungswunsch
- Freiwilligkeit
- „Härtefälle“

6.4.2.3 Prinzipien der Gesprächsführung

Sowohl die Literaturrecherche als auch die Erhebungen haben ergeben, dass Gesprächsführung ein wichtiges Instrument in der Beratung bzw. in der Vermittlungsarbeit ist (vgl. Widulle 2012:13ff).

Die Erhebungen haben folgende wichtige Prinzipien der Gesprächsführung ergeben, welche in der Beratung und in der Vermittlung der Methode gebraucht werden sollten:

- Problemwürdigung
- Mut machen - Hilfe annehmen ist keine Schande
- Freiwilligkeit
- Zeit - die Vermittlung ist oft ein Beratungsprozess
- Offenheit und Transparenz
- Verschwiegenheit

Diese Prinzipien decken sich zum großen Teil auch mit unserer Literaturrecherche, die wir am Anfang vorgestellt haben. So werden sie von Widulle (2012) als „einführendes Verstehen“ (ebd.:103) - Problemwürdigung - „Transparentes Strukturieren“ (ebd.:108) und „explizite Metakommunikation“ (ebd., 113) - Offenheit und Transparenz - „Angebote formulieren und die Entscheidungen den Klienten überlassen“ (ebd.) - Freiwilligkeit - bezeichnet (vgl. ebd.:103ff).

6.4.2.4 Leichte Sprache

Ein besonders wichtiges Prinzip der Gesprächsführung ist die Verwendung der Leichten Sprache. Dieses Merkmal wurde in unseren Erhebungen mehrmals betont und sollte daher von den Zuweiser_innen bzw. Vermittler_innen besonders beachtet

werden. Die Zuweiser_innen sollten möglichst auf Fachjargon verzichten und sollten Fachbegriffe zur Erklärung der Methode gebraucht werden, so müssen diese erklärt werden. Eine Möglichkeit dafür wäre nach dem Hamburger Verständlichkeitsmodell vorzugehen, welches wir in Bezug auf die Materialien unten nochmals kurz vorstellen werden. Auch von dem Netzwerk Leichte Sprache wurden einige Richtlinien für die Verwendung der Leichten Sprache aufgestellt, welche wir oben bereits vorgestellt haben (vgl. Netzwerk Leichte Sprache 2015).

Für die Vermittlung der Methode in leichter Sprache haben wir ein Informationsblatt für die Familien entworfen, welches auch gleichzeitig als Leitfaden für Leichte Sprache in diesem Kontext fungiert. Wir werden dieses mit den anderen Materialien zur Vermittlungsarbeit noch näher beschreiben und haben es im Anhang zur Ansicht angefügt.

6.4.2.5 Die Erklärung der Methode Unterstützungskonferenz

Im Folgenden werden wir nun erläutern, wie die Methode der Unterstützungskonferenz am besten erklärt werden kann und welche Aspekte dabei besonders wichtig sind.

Am Anfang sollte jedoch festgehalten werden, dass es sich bei der Methodenvermittlung der Zuweiser_innen vielmehr um eine Interessensweckung handelt als um eine detailgenaue Erklärung. Zwar sollte den Familien klar sein, um was es geht, aber eine genauere Darstellung liegt in der Zuständigkeit der Koordinator_innen. Die Erklärung der Methode Unterstützungskonferenz umfasst folgende wichtige Aspekte: das Alleinstellungsmerkmal, die Freiwilligkeit, den Ablauf der Konferenz, die Rolle des_der Koordinator_in und die Involvierung von Fachkräften bei Bedarf.

Das *Alleinstellungsmerkmal* der Methode ist ganz klar der Empowerment-Ansatz und dieses Merkmal stellt die Priorität in der Vermittlungsarbeit dar. Es gilt den Familien zu vermitteln, dass sie über eine Entscheidungsmacht verfügen und diese auch nutzen können. Die Familie verfügt über viele Ressourcen, gemeinsam können sie Lösungen finden und über diese selbst entscheiden. Das Ziel ist eine gelingende Zusammenarbeit, die alle entlastet.

Diese Entscheidungsmacht betrifft auch die Entscheidung für die Methode selbst. Den Familien soll vermittelt werden, dass die Unterstützungskonferenz eine Wahlmöglichkeit ist, die sie *freiwillig* in Anspruch nehmen können. Es besteht kein Zwang und auch in der Beratung sollte davon Abstand genommen werden, die

Methode zu vehement zu vermitteln, da dies einschüchternd wirken kann. Sollten auch in der Vorbereitungsphase Entscheidungen getroffen werden, so ist die Beendigung der Intervention auf Wunsch der Familie jederzeit möglich.

Der Ablauf der Methode stellt keine Priorität in der Vermittlungsarbeit durch die Zuweiser_innen dar. Der genaue Ablauf muss nicht unbedingt erwähnt werden, sollte er jedoch erklärt werden, dann unbedingt in Leichter Sprache. Dazu kann das Informationsblatt für die Familie, welches gleichzeitig auch einen Leitfaden für Leichte Sprache für die Zuweiser_innen darstellt behilflich sein. Es sollte allerdings erwähnt werden, dass die Familie während der Konferenz allein die Lösungen findet und Entscheidungen trifft, trotzdem aber von dem_der Koordinator_in und bei Bedarf auch von anderen Fachkräften unterstützt wird.

Wie oben erwähnt, ist es in der Vermittlung bedeutsam, der Familie zu erklären, dass sie zwar die Entscheidungen alleine trifft, trotzdem während des ganzen Prozesses von *dem_der Koordinator_in* unterstützt wird. Der_die Koordinator_in hilft bei der ganzen Vorbereitung der Konferenz und ist am Konferenztag immer anwesend und erreichbar, zumindest im Nebenraum.

Des Weiteren ist es von Bedeutung, der Familie zu erklären, dass der_die Koordinator_in über eine Fachausbildung und somit über die Kompetenz der Familie zu helfen, verfügt. Außerdem soll der Familie die Verlässlichkeit des Angebotes und der Koordinator_innen vermittelt werden, beispielsweise mittels Kontaktdaten und vereinbarter Erreichbarkeit.

Zuletzt soll in der Methodenvermittlung die, wenn benötigt, *Involvierung von Fachkräften* erwähnt werden. Die Familie kann am Tag der Unterstützungskonferenz – genauer in der Informationsphase dieser – zum Thema Alter und Pflege durch Fachkräfte informiert werden, damit vielfältige Lösungen gefunden werden können und gut überlegte Entscheidungen getroffen werden können.

6.4.3 Weitere Aufgaben des_der Zuweisers_in in der Unterstützungskonferenz

Sollten Zuweiser_innen als Zwischeninstanz zwischen den Familien und den Koordinator_innen fungieren, so erfüllen diese, neben der wichtigen Aufgabe die Methode an Familien zu vermitteln und zu beraten später, auch Aufgaben in der Vorbereitung und in der Konferenz selbst. So schreiben die Zuweiser_innen, im Einverständnis mit den Familien, die Sorgeformulierung, helfen bei der Sondierung von

benötigten Expert_innen in der Informationsphase der Unterstützungskonferenz, sind bei der Informationsphase dabei und nehmen nach der Family-Only-Phase den Plan ab.¹⁴

6.4.4 Training von Zuweiser_innen

Aufgrund der bereits dargestellten Ergebnisse zu der Idee eines Trainings von Zuweiser_innen, möchten wir an dieser Stelle unsere Empfehlung für ein solches aussprechen. Für eine funktionierende Vermittlungsarbeit laut diesem Konzept wäre ein Training, in dem die Methode und die Grundsätze der Vermittlungsarbeit, wie die Gesprächsprinzipien, die Verwendung der Leichten Sprache, die verständliche Erklärung der Methode und die Betonung bestimmter Merkmale der Unterstützungskonferenz, wie zum Beispiel des Alleinstellungsmerkmal, erklärt werden, vorteilhaft.

6.4.5 Notwendige Unterlagen/Dokumente

Wir haben uns für die Erstellung folgender unterschiedlicher Dokumente entschieden, da sich ihre Notwendigkeit und ihre Hilfestellung durch die Erhebungen gezeigt haben. Bei einigen dieser Dokumente handelt es sich um Adaptierungen von bereits bestehenden Dokumenten, die auf unseren Kontext pflegende Angehörige von älteren Menschen, angepasst wurden. Diese könnten dann auch im Rahmen des Trainings der Zuweiser_innen an diese weitergeleitet werden. Die folgenden vorgestellten Materialien befinden sich zur Einsicht im Anhang dieser Arbeit.

6.4.5.1 Die Checkliste

Die Checkliste stellt ein wichtiges Dokument für den_die Zuweiser_in dar, da diese eine anleitungähnliche Funktion hat und bei Unsicherheiten eine Unterstützung sein kann. Aufgrund unserer Erhebungen und der Analyse der bereits bestehenden Checkliste für Sozialarbeiter_innern der Kinder- und Jugendhilfe von Eva Kudrnovsky und Michael Delorette haben wir uns für folgende Inhalte der Checkliste entschieden:

- Merkmale die für eine Unterstützungskonferenz sprechen, als Hilfestellung beim Clearing
- Prinzipien der Gesprächsführung

¹⁴ Für weitere methodische Details möchten wir an dieser Stelle auf unsere Kolleginnen Huber und Röck (2017) verweisen.

- Empfehlung eine Leichte Sprache zu verwenden und Fachbegriffe zu erklären
- Spezifisches Wissen über die Zielgruppe
- Empfehlung über Form der Beratung
- Wichtige Aspekte der Unterstützungskonferenz, die) wichtig zu betonen sind (z.B.: Alleinstellungsmerkmal, Unterstützung durch Koordinator_in

6.4.5.2 Das Informationsblatt für Familien

Die Analyse der Erhebungen hat gezeigt, dass die mündliche Erklärung und ein Flyer zur Darstellung der Methode nicht ausreichen und ein Informationsblatt, in dem die Methode genau und verständlich erklärt wird, von Bedarf ist. Ein solches Informationsblatt sollte unter Berücksichtigung der Verwendung der Leichten Sprache verfasst werden. Wir haben uns bei der Erstellung des Informationsblattes für dieses Konzept an dem der Organisation DayBreak orientiert und uns an das bereits vorgestellte Hamburger Verständlichkeitsmodell gehalten. Dieses besagt, dass sowohl gesprochene als auch schriftliche Texte nach den vier folgenden Maximen verfasst werden sollten: „Einfachheit, Gliederung/Ordnung, Kürze/Prägnanz, Anregende Zusätze“ (Langer et al. 2015:21). Diese Maximen decken sich auch mit jenen des Netzwerkes Leichte Sprache (vgl. Netzwerk Leichte Sprache 2015). Außerdem haben wir eine bildliche Erklärung des Ablaufes hinzugefügt, um ihn so verständlicher zu gestalten.

Wir haben uns an dieser Stelle gegen ein eigenes Informationsblatt für die Zuweiser_innen entschieden und stattdessen eine Checkliste mit den wesentlichsten Punkten erstellt. Die Methode der Unterstützungskonferenz kann den Zuweiser_innen ebenfalls mit dem Informationsblatt für Familien oder mittels dem Training erklärt werden.

6.4.5.3 Der Leitfaden für Leichte Sprache

Die Idee des Leitfadens hat sich aus der beobachteten Schwierigkeit, die Methode verständlich zu erklären ergeben und soll als Hilfestellung für die Zuweiser_innen dienen. Da wir bereits ein Informationsblatt für die Familien in Leichter Sprache erstellt haben und uns in diesem auch an die Prinzipien der Leichten Sprache halten, wäre unsere Idee, dieses auch als Leitfaden in Leichter Sprache bzw. als Leitfaden für die Verwendung von leichter Sprache zu verwenden. Wie auch eine Mitarbeiterin von DayBreak erklärt hat, würden ihre Zuweiser_innen die Methode mittels des Informationsblattes erklären und somit die dort gebrauchte Sprache aber auch Struktur und Gliederung übernehmen.

6.4.5.4 Das Zuweisungsformular für die_den Koordinator_in

Für die Erstellung des Zuweisungsformulars haben wir uns hauptsächlich an das bereits bestehende Zuweisungsformular der Organisation DayBreak gehalten. Die Funktion des Zuweisungsformulars ist es allgemeine Informationen der potenziell teilnehmenden Familie zu sammeln und an eine mögliche Organisation der Koordinator_innen bzw. an den_die zuständige_n Koordinator_in weiterzuleiten. Auf diesem Formular sollten die Daten des_der Zuweisers_in und der Familie festgehalten werden. Des Weiteren sollten Informationen zur aktuellen Lebenssituation, zu vorhandenen wichtigen Bezugspersonen, dem ethnischen und sprachlichen Hintergrund der Familie und zu involvierten sozialen Diensten darauf vermerkt werden. Von besonderer Bedeutung ist außerdem der Grund für den Konferenzvorschlag und die Bestätigung, dass die Familie bzw. bestimmte Familienmitglieder dazu fähig sind Entscheidungen zu treffen (daher im Besitz der Zurechnungsfähigkeit sind). Am Ende sollte das Dokument von dem Familienmitglied, dem_der Zuweiser_in und dem_der Koordinator_in bzw. dem_der Manager_in der Organisation für Koordinator_innen unterschrieben werden. So wird auch die Transparenz gegenüber den Klient_innen gewährleistet.

6.5 Conclusio

Zusammenfassend können wir nun festhalten, dass sowohl die theoretische Auseinandersetzung mit Kommunikation, Beratung und der Zielgruppe als auch die Forschungsergebnisse wertvolle Erkenntnisse für die Vermittlungsarbeit der Unterstützungskonferenz im Kontext pflegender Angehöriger von älteren Menschen geliefert haben.

So ist eine der wichtigsten Erkenntnisse, der Bedarf einer Zuweisung als Zwischeninstanz zwischen der Familie bzw. der besorgten Person und dem_der Koordinator_in bzw. einer Koordinator_innenorganisation. Eine Selbstzuweisung der Familien aufgrund eines durch die Öffentlichkeitsarbeit geweckten Interesses für die Methode ist durchaus vorstellbar, dennoch bedarf es einer Vermittlung durch professionelle Helfer_innen, für die das Konzept zur Vermittlungsarbeit erstellt wurde. Dieses beinhaltet mehrere Faktoren, die ausgehend von unserer Literaturrecherche und den Erhebungen, für eine gelingende Vermittlungsarbeit sprechen. So können die Professionist_innen anhand verschiedener Kriterien, wie zum Beispiel eine anstehende Entscheidung, verfügbare familiäre und soziale Ressourcen oder vorhandener Druck bzw. Veränderungswunsch, beurteilen, wann die Unterstützungskonferenz als

Intervention sinnvoll erscheint (Clearing). Bei der Vermittlung selbst sollten dann bestimmte Gesprächsprinzipien eingehalten werden, wie zum Beispiel die Würdigung des Problems, Freiwilligkeit und den Mut machen, Hilfe anzunehmen - wir empfehlen dazu die Ressourcenorientierte Beratung nach Nestmann (2004). Ein wichtiges Element der Gesprächsführung stellt in diesem Kontext außerdem das Verwenden der Leichten Sprache dar. Die Zuweiser_innen sollten Abstand von Fachjargon nehmen, wenn nötig Fachwörter erklären und das Gespräch sinnvoll strukturieren. Wir haben zu diesem Zweck auch ein Informationsblatt für die Familien über die Methode entwickelt, welches auch gleichzeitig als Leitfaden für Leichte Sprache für die Zuweiser_innen dient. Dieses erklärt verständlich den Ablauf der Methode und geht auch auf das Alleinstellungsmerkmal der Unterstützungskonferenz ein, welches in der Vermittlungsarbeit stark fokussiert werden sollte. Der besondere Aspekt der Methode ist der Empowerment-Ansatz, wodurch den Familien die Entscheidungsmacht zurückgegeben wird und sie gemeinsam adäquate Lösungen für ihre Familiensituation finden.

In dieser ersten Vermittlungsarbeit geht es also vor allem darum, bei der Familie das Interesse zu wecken und sie von den Vorteilen dieser Methode zu überzeugen. Die abermals genaue detaillierte Erklärung der Methode obliegt dann in der Zuständigkeit des_der Koordinators_in.

Die Koordinator_innen spielen aber auch eine wichtige Rolle in der Vermittlungsarbeit - so sollte vor allem ihre Unabhängigkeit und die Verlässlichkeit des Angebots betont werden. Umgekehrt haben die Zuweiser_innen auch eine große Bedeutung für die Methodik der Unterstützungskonferenz, da sie durch die mögliche Sorgeformulierung, die Anwesenheit während der Informationsphase der Konferenz und die Planabnahme involviert sind.

Um eine Vermittlungsarbeit nach diesem Konzept befolgen zu können, empfehlen wir ein Training bzw. eine Schulung für die Zuweiser_innen, in denen ihnen die wichtigsten Aspekte nähergebracht werden. Im Zuge dessen können auch die weiteren Materialien, die wir für die Vermittlungsarbeit empfehlen - ein Zuweisungsformular, Informationsblätter über die Methode für die Familien (Leitfaden für Leichte Sprache) und eine Checkliste - weitergegeben werden.

Eine Frage, die im Zuge dieses Sondierungsprojektes allerdings nicht geklärt werden konnte, ist jene nach dem spezifischen Settings der Vermittlungsarbeit. Eine wichtige Frage, da die Vermittlungsarbeit stark von dem möglichen Setting beeinflusst wird und die es wohl noch, möglicherweise durch ein Pilotprojekt, zu klären gilt.

7 Fazit – Zusammenfassung und Ausblick

Isabella Altenhofer, Maria Lich

Abschließend möchten wir nun gerne in unserem gemeinsamen Fazit die wichtigsten Erkenntnisse resümieren. In der Darstellung der beiden Konzepte konnten bereits die wichtigsten Aufgaben für die zukünftige Ausführung von Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit festgehalten werden, die wie hier kurz zusammenfassen.

So konnte gesehen werden, dass für beide Bereiche eine Klärung der strukturellen Rahmenbedingungen von besonderer Bedeutung ist. Dazu ist es wichtig, zu vereinbaren wer, sowohl die Öffentlichkeitsarbeit als auch die Vermittlungsarbeit, durchführt und organisiert und wo diese beiden Bereiche angesiedelt werden. So hat sich durch die theoretische und empirische Auseinandersetzung unserer Masterthese herauskristallisiert, dass es beständige Personen und eine Organisation braucht, welche die Methode der Unterstützungskonferenz im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen und deren Angehörigen organisiert und durchführt. Diese übernehmen einerseits eine wichtige Rolle in der Öffentlichkeitsarbeit, da von dieser Organisation aus die Methode an die Öffentlichkeit gebracht wird und andererseits spielt sie eine Rolle für die Vermittlungsarbeit, da sie Zuweiser_innen rekrutieren und schulen/trainieren kann.

Außerdem kann diese Organisation die Vernetzung mit anderen Professionist_innen gewährleisten, wodurch weitere potentielle Zuweiser_innen als Partner_innen rekrutiert und gleichzeitig auch potentielle Teilnehmer_innen informiert und gefunden werden können. Diese Vernetzung mit anderen Fachkräften ist zudem für die Durchführung einer Unterstützungskonferenz notwendig, da sie als Informationsbringer_innen dienen und die Teilnehmer_innen bei der Planerstellung unterstützen können. Der Bedarf dieser Partner_innenschaften wurde auch bei unseren internationalen Kontakten vielfach erwähnt, da dies ein bedeutender Faktor für eine erfolgreiche Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit ist.

Eine weitere zentrale Erkenntnis unserer Themenschwerpunkte ist die Notwendigkeit der Definition der Zielgruppen von Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit. Die Zielgruppe oder auch mehrere Zielgruppen müssen klar festgelegt werden, damit die weiteren Herangehensweisen an diese Definitionen angepasst werden können. Das bedeutet unter anderem, dass diese Festlegung Auswirkung auf die Kommunikation mit der Zielgruppe hat. Bezüglich Kommunikation hat sich aus unserer Forschung ein zentraler Aspekt ergeben. Die sprachliche Gestaltung und Kommunikation muss der

Zielgruppe angepasst werden, damit die Methode als Möglichkeit der Unterstützung wahrgenommen wird. Werden zu viele spezielle Fachbegriffe und/oder Fremdwörter verwendet, so kann dies einen abschreckenden Einfluss auf die potentiellen Teilnehmer_innen haben. Die Verwendung von Leichter Sprache wird in beiden Teilgebieten als zentrale Aufgabe dargestellt, da somit möglichst viele Menschen zu dem kommunikativen Prozess Zugang haben, was auch den Standards der Methode - Partizipation - entspricht. Leichte Sprache hat außerdem einen Einfluss auf die Gestaltung der Materialien, die für die Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit benötigt werden. Um die Methode potentiellen Teilnehmer_innen und Zuweiser_innen vorzustellen braucht es unterschiedliche Materialien, mit denen kommuniziert wird. Dazu eignen sich Flyer, Informationsblätter, Formulare, eine Homepage und viele andere Formate. Gleichzeitig sind für die Erstellung dieser Materialien nicht nur die Definition der Zielgruppe und die Verwendung von Leichter Sprache notwendig, sondern wird auch die Gestaltung der Botschaften, die vermittelt werden sollten, beeinflusst. Diese Botschaften können nicht nur die wichtigsten Merkmale der Methode übermitteln, sondern auch zu einem Bewusstseinswandel anregen. Wie gesehen werden konnte, ist dies eine zentrale Aufgabe, da die Menschen immer älter und Hilfe, Pflege und Betreuung nach wie vor tabuisiert werden. Daher ist auch die Vermittlung des Nutzen und der besonderen Merkmale der Methode besonders wichtig. So können Schlagwörter wie Empowerment, Selbstbestimmung, Lebensweltorientierung, Freiwilligkeit und Vertrauen in die eigene Familie als Anregung für potentielle Teilnehmer_innen angesehen werden.

Trotz umfassender Auseinandersetzung mit den Themen Öffentlichkeits- und Vermittlungsarbeit, hat sich jedoch noch nicht geklärt, wie der methodische Ablauf der Unterstützungskonferenz auf unterschiedlichen Materialien dargestellt werden soll, speziell wie die Family-Only-Phase weitergegeben werden soll. Auch bei der Vermittlungsarbeit handelt es sich bei dem vorgestellten Konzept um keine starre Erklärungsanleitung. So gibt es zwar wesentliche Aspekte, welche zu beachten sind, wie z.B. die Betonung des Alleinstellungsmerkmals und die Prinzipien der Gesprächsführung, jedoch muss beachtet werden, dass es sich bei jedem_jeder potentiellen Teilnehmer_in, um ein Individuum handelt und somit die Herangehensweise flexibel gestaltet werden muss.

Als gemeinsame Herausforderung kann die Benennung der Methode im Kontext der Pflege und Betreuung älterer Menschen und deren Angehörigen bezeichnet werden. Wie die Methode benannt wird, beeinflusst wie sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird und welche Ideen und Bilder mit dem Namen vermittelt werden. So haben wir viele Möglichkeiten der Benennung der Methode diskutiert und uns für

unsere Masterarbeit dann auf den Begriff der Unterstützungskonferenz geeinigt. Da die Begriffe jedoch immer mit bestimmten Bildern in Verbindung gebracht werden, wird vermutlich die Bezeichnung noch weiter angepasst werden müssen. Dafür eignet sich auch eine prägnante Abkürzung, welche einen Wiedererkennungswert aufweist und jene Botschaften und Schlagwörter vermittelt, die wir zuvor benannt haben. Diese Aufgabe wird jedoch zukünftigen Forscher_innen überlassen.

Anhand unserer Konzeptdarstellung konnte außerdem festgestellt werden, dass diese derzeit in Bezug auf die Zielgruppen relativ offen gehalten sind, was bedeutet, dass beide Konzepte, sowohl für pflegende Angehörige als auch für zu pflegende Angehörige angewendet werden können. Es wäre jedoch sinnvoll, für beide Zielgruppen in der weiteren Vorgehensweise detailliertere Konzepte und Herangehensweisen zu erstellen und die Botschaften welche vermittelt werden sollen, anzupassen und zu schärfen.

8 Literatur

- Aner, Kirsten / Karl, Fred (2015): Altenarbeit. In: Thole, Werner / Höblich, Davina / Ahmed, Sarina (Hg.): Taschenwörterbuch Soziale Arbeit. 2. durchgesehene und erweiterte Auflage. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, S. 17-19.
- Bader, Cornelia (2005): Was kann Öffentlichkeitsarbeit angesichts der sozialen Umbrüche und des gesellschaftlichen Wandels zur Gemeinwesensentwicklung beitragen? In: Sozial Extra Vol. 29(2), S. 6-10.
- Berger, Peter L. / Luckmann, Thomas (1993): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt am Main: Fischer.
- Bittersam-Horejs, Patricia / Steindl, Anna (2017): Rahmenbedingungen für die Implementierung der Unterstützungskonferenz im Kontext der Betreuung älterer Menschen. Masterthese FH St. Pölten.
- Bonsen, Matthias zur (2007): Dynamic Facilitation. In: Zeitschrift für Organisationsentwicklung Nr. 3, S. 91-95.
- Budde, Wolfgang / Früchtel, Frank (2008): Verwandtschaftsrat: Bürger statt Klienten in der Hilfeplanung. In: Jugendhilfe, 46(3), S. 121-130.
- Budde, Wolfgang / Früchtel, Frank (2009): Beraten durch Organisieren: Der Familienrat als Brücke zwischen Fall und Feld. In: Kontext 40(1), S. 32-48.
- Burns, Guy / Früchtel, Frank (2014): Family Group Conference: A Bridge between Lifeworld and System. In: British Journal of Social Work Vol.44, S. 1147-1161.
- Büker, Christa (2009): Pflegende Angehörige stärken. Information, Schulung und Beratung als Aufgaben der professionellen Pflege. Stuttgart: Kohlhammer.
- Czak, Jürgen (2017): Unterstützungskonferenz im Kontext der Betreuung älterer Menschen. Die zukünftige Organisationsform der Koordinator*innen zur Bereitstellung des Angebots. Ein Modell. Masterthese FH St. Pölten.
- DayBreak (o.J.): Family Group Conferences for Adults. Evaluation Report 2007-2010. Hampshire.
- Deppermann, Arnulf (2008): Gespräche analysieren. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (2004a): „Beratung“ - Ein Selbstverständnis in Bewegung. In: Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (Hg.): Das Handbuch der Beratung. Band 1. Disziplinen und Zugänge. Tübingen: dgvt-Verlag, S. 33-44.
- Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (2004b): Inhaltverzeichnis. In: Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (Hg.): Das Handbuch der

- Beratung. Band 2. Ansätze, Methoden und Felder. Tübingen: dgvt-Verlag, S. 573-596.
- Flick, Uwe / Kardorff, Ernst von / Steinke, Ines (2012): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 9. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Froschauer, Ulrike (2009): Artefaktanalyse. In: Kühl, Stefan / Strodtholz, Petra / Taffertshofer, Andreas (Hg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. Quantitative und Qualitative Methoden. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Früchtel, Frank (2002): Die Moral des Verfahrens: Family Group Conferences als Alternative zum Hilfeplangespräch? In: Forum Erziehungshilfen 8(1), S. 13-19.
- Früchtel, Frank (2012): Theorie und Methodik des Familienrats. In: Sozialarbeit in Österreich - Zeitschrift für Soziale Arbeit, Bildung und Politik.
- Geyrhofer, Renate (1993): Public Relations für Frauenanliegen. In: Reiter, Walter / Streibel, Robert (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit für Bildungs- und Sozialinitiativen. Ein Handbuch. 2. Auflage. Wien: Verband Wiener Volksbildung, S. 111-118.
- Gross, Susanne (2015): Regeln und Standards für leicht verständliche Sprache. Ein Rundblick. In: Candussi, Klaus / Fröhlich, Walburga (Hg.): Leicht lesen. Der Schlüssel zur Welt. Wien: Böhlau-Verlag, S. 81-105.
- Großmaß, Ruth (2004): Beratungsräume und Beratungssettings. In: Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (Hg.): Das Handbuch der Beratung. Band 1. Disziplinen und Zugänge. Tübingen: dgvt-Verlag, S. 487-496.
- Großmaß, Ruth (2011): Beratung. In: Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge (Hg.): Fachlexikon der Sozialen Arbeit. 7. Auflage. Baden-Baden: Nomos, S. 94-96.
- Gruber, Janette / Weichsel, Claudia (2017): Unterstützungskonferenz als potentielle Handlungsalternative im Pflegekontext zum subjektiven Erleben aus Sicht älterer Menschen und ihrer pflegenden Angehörigen. Masterthese FH St. Pölten.
- Habermas, Jürgen (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied und Berlin.
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1984): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuauflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Häcker, Hartmut / Stapf, Kurt (2009): Dorsch Psychologisches Wörterbuch. 15. überarbeitete und erweiterte Auflage. Bern: Huber.
- Hopf, Christel (2012): Qualitative Interviews - ein Überblick. In: Flick, Uwe / Kardorff, Ernst von / Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 9. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 349-359.
- Huber, Michaela / Röck, Esther (2017): Unterstützungskonferenz - Methodische Präzisierung für den Kontext der Betreuung und Pflege älterer Menschen. Masterthese FH St. Pölten.
- Kittl-Satran, Helga / Simon, Gertrud (2015): Soziale Arbeit für ältere Menschen in Österreich. In: Aner, Kirsten / Karl, Ute (Hg.): Handbuch Soziale Arbeit und Alter. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 223-229.
- Lamnek, Siegfried (1998): Gruppendiskussion. Theorie und Praxis. Weinheim: Beltz, Psychologie Verlags Union.
- Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 5. Auflage. Weinheim: Beltz.
- Langer, Inghard / Schulz von Thun, Friedemann / Tausch, Reinhard (2015): Sich verständlich ausdrücken. 10. Auflage. München, Basel: Ernst Reinhardt Verlag.
- Lueger, Manfred. (2009). Interpretative Sozialforschung: Die Methoden. Wien: facultas.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (2002): Die Politik der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2004): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lützenkirchen, Anne / Wittig, Annika / Moll, Gabriele / Kunkel, Katharina (2014): Pflegende Angehörige besser pflegen. Soziale Arbeit für eine hochbelastete Bevölkerungsgruppe. Lage: Jacobs Verlag.
- Marchal, Peter / Spura, Ulrich K. (1981): Öffentlichkeitsarbeit im sozialen Bereich. Ein Praxisberater für Sozialarbeiter und Bürgerinitiativen. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mayring, Philipp (1995): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe / Kardorff, Ernst von / Keupp, Heiner / Rosenstiel, Lutz von / Wolff, Stephan (Hg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Auflage. Weinheim: Beltz, Psychologie Verlags Union, S. 209-213.
- Mayring, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

- Metze, Rosalie N. / Abma, Tineke A. / Kwekkeboom, Rick H. (2015): Family Group Conferencing: A Theoretical Underpinning. In: Health Care Anal Vol.23, S. 165-180.
- Müller, Katja / Kriener, Martina (2008): Für mehr Partizipation: Hilfeplanung mal ganz anders. In: Forum Erziehungshilfen, Jg. 14(1), S. 44-48.
- Nestmann, Frank (2004): Ressourcenorientierte Beratung. In: Engel, Frank / Nestmann, Frank / Sickendiek, Ursula (Hg.): Das Handbuch der Beratung. Band 2. Ansätze, Methoden und Felder. Tübingen: dgvt-Verlag, S. 725-735.
- Pochobradsky, Elisabeth / Bergmann, Franz / Brix-Samoylenko, Harald / Erfkamp, Henning / Laub, Renate (2005): Situation pflegender Angehöriger. Wien: Bundesministerium für Soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz.
- Puhl, Ria (2003): Klappern gehört zum Handwerk. Funktion und Perspektive von Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Puhl, Ria / Thorun, Walter (2011): Öffentlichkeitsarbeit. In: Deutscher Verein für Öffentliche und Private Fürsorge (Hg.): Fachlexikon der sozialen Arbeit. 7. Auflage. Baden-Baden: Nomos, S. 621-623.
- Puttenat, Daniela (2012): Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Der kleine PR-Coach. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Reiter, Walter / Streibel, Robert (Hg.) (1993): Öffentlichkeitsarbeit für Bildungs- und Sozialinitiativen. Ein Handbuch. 2. Auflage. Wien: Verband Wiener Volksbildung.
- Richter, Helmut (2001): Öffentlichkeit. In: Otto, Hans-Uwe / Thiersch, Hans (Hg.): Handbuch. Sozialarbeit. Sozialpädagogik. 2. Auflage. Neuwied: Luchterhand.
- Signitzer, Benno (1993): Grundlagen strategischer Public Relations. In: Reiter, Walter / Streibel, Robert. (Hg.). Öffentlichkeitsarbeit für Bildungs- und Sozialinitiativen. Ein Handbuch. 2. Auflage. Wien: Verband Wiener Volksbildung, S. 59-74.
- Streibel, Robert (1993): Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. In: Reiter, Walter / Streibel, Robert (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit für Bildungs- und Sozialinitiativen. Ein Handbuch. 2. Auflage. Wien: Verband Wiener Volksbildung, S. 147-174.
- Watzlawick, Paul (2013): Wie wirklich ist die Wirklichkeit. Wahn, Täuschung, Verstehen. 12. Auflage. München Zürich: Piper.
- Widulle, Wolfgang (2012): Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit. Grundlagen und Gestaltungshilfen. 2. durchgesehene Auflage. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wissert, Michael (2015): Soziale Arbeit in Beratungsstellen der Altenhilfe. In: Aner, Kirsten / Karl, Ute (Hg.): Handbuch Soziale Arbeit und Alter. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 113-120.

Zembaty, Andreas (1993): Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Vereins für Bewährungshilfe und soziale Arbeit. In: Reiter, Walter / Streibel, Robert (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit für Bildungs- und Sozialinitiativen. Ein Handbuch. 2. Auflage. Wien: Verband Wiener Volksbildung, S. 93-106.

Zwirschmayr, Yvonne (2017): Family Group Conferences – Vergleich nationaler und internationaler Einsatzbereiche in der Erwachsenenarbeit. Masterthese FH St. Pölten.

Online

Caritas St. Pölten (2015): KiPKE - Beratung von Kindern mit psychisch kranken Eltern. Online: <https://www.caritas-stpoelten.at/hilfe-angebote/menschen-mit-psychischen-erkrankungen/beratungsangebote/kipke/> [letzter Zugriff 15.04.2017]

Duden (2017): Vermitteln. Bedeutungsübersicht. Online: <http://www.duden.de/rechtschreibung/vermitteln>. [letzter Zugriff 10.03.2017]

Eigen Kracht Centrale (2017a): What we do. Online: <https://www.eigen-kracht.nl/what-we-do/> [letzter Zugriff 05.04.2017]

Eigen Kracht Centrale (2017b): Informatiemateriaal. Online: <https://www.eigen-kracht.nl/contact/informatiemateriaal/> [letzter Zugriff 15.04.2017]

Netzwerk Leichte Sprache (2015): Die Regeln für Leichte Sprache. Online: <http://www.leichtesprache.org/index.php/startseite/leichte-sprache/die-regeln>. [letzter Zugriff 10.04.2017]

Statistik Austria (2016): Vorausberechnete Bevölkerungsstruktur für Österreich 2015-2100 laut Hauptszenario. Online: https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/demographische_prognosen/bevoelkerungsprognosen/027308.html [letzter Zugriff 18.04.2017]

Video

Landeshauptstadt Stuttgart (2013): FamilienRat in Stuttgart. Video, hg. Landeshauptstadt Stuttgart, Jugendamt und Abteilung Kommunikation, Produktion: Cinevita.de, Stuttgart. Online: <https://www.youtube.com/watch?v=OuzPk-usBc0> [letzter Zugriff 03.04.2017]

Unzugängliche Literatur

- Adamy, Sina (o.A.a): Broschüre. Familienrat. Informationen für Auftraggeber. o.A. Online: <http://www.sina-adamy.de/wp-content/themes/sina-adamy/global/pdf/sina-adamy-flyer2.pdf> [letzter Zugriff 07.04.2017]
- Adamy, Sina (o.A.b): Broschüre. Familienrat. Informationen für Familien. o.A. Online: <http://www.sina-adamy.de/wp-content/themes/sina-adamy/global/pdf/sina-adamy-flyer.pdf> [letzter Zugriff 07.04.2017]
- DayBreak (o.A.a): Broschüre. Advocacy in Family Group Conferences. West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- DayBreak (o.A.b): Broschüre. A Guide for Families and Friends. West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- DayBreak (o.A.c): Broschüre. Have you been DayBreak trained? West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- DayBreak (2014): Zuweisungsformular. Family Group Conference. Referral Form. Hampshire Adult Services. West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- DayBreak (2015a): Informationsblatt. What is a Family Group Conference (FGC)? – Information for adult Service Users and their Families. West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- DayBreak (2015b): Informationsblatt. Family Group Conferences for Adults. Information for commissioners, referrers and other service providers. West Lodge, Leyland Farm, Colden Common, Winchester, Hampshire.
- JaKuS gGmbH (o.A.): Broschüre. Familienrat. Berlin. Online: <http://www.jakus.org/files/Dokumente/Flyer/familienrat.pdf> [letzter Zugriff 13.04.2017]
- Kinder- und Jugendhilfe Österreich (o.A.): Zuweisungsformular. Vereinbarung über die Unterstützung der Erziehung gemäß §§39, 44 Kinder- und Jugendhilfegesetz. o.A.
- Kudrnovsky, Eva / Delorette, Michael (2012): Checkliste. Familienrat – Checkliste für Sozialarbeiter*innen. o.A.
- Landeshauptstadt Stuttgart (2013a): Broschüre. Familienrat. Unterstützung für Familien in schwierigen Zeiten. Stuttgart. Online: <http://www.stuttgart.de/img/mdb/item/472430/76677.pdf> [letzter Zugriff 07.04.2017]
- Landeshauptstadt Stuttgart (2013b): Broschüre. Familienrat. Wenn Kinder und Jugendliche Hilfe brauchen. Stuttgart. Online:

<http://www.stuttgart.de/img/mdb/item/472430/85883.pdf>
07.04.2017]

[letzter Zugriff

9 Datenverzeichnis

Fälle

F1 Fall Tirol

F1-1-1, Transkript 1, Nachinterview mit Koordinatorin, erstellt von Patricia Bittersam-Horejs, 24.Juni 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F1-1-2, Transkript 2, Nachinterview mit Koordinatorin, erstellt von Patricia Bittersam-Horejs, 24.Juni 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F1-2, Transkript, Nachinterview mit Teilnehmerin, erstellt von Isabella Altenhofer, Patricia Bittersam-Horejs und Maria Lich, 29.Juli 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F2 Fall Wien

F2-1-1, Transkript 1, Erstgespräch mit Teilnehmerin, erstellt von Isabella Altenhofer, Maria Lich, 12.November 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F2-1-2, Transkript 2, Erstgespräch mit Teilnehmerin, erstellt von Yvonne Zwirchmayr, 12.November 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F2-2, Transkript, Nachinterview mit Koordinatorin, erstellt von Michaela Huber, 12.November 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F3 Fall Weinviertel 1

F3-1, Transkript, Nachinterview mit Koordinatorin, erstellt von Michaela Huber und Esther Röck, 03.02.2017, Zeilen durchgehend nummeriert.

F4 Fall Weinviertel 2

F4-1, Transkript, Telefoninterview mit Zuweiserin, erstellt von Michaela Huber, 20.02.2017, Zeilen durchgehend nummeriert.

F5 Fall Mostviertel

F5-1, Transkript, Erstgespräch mit Teilnehmerin, erstellt von Michaela Huber, 11.07.2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

F5-2, Transkript, Nachinterview mit Koordinatorin, erstellt von Michaela Huber, 05.08.2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

Gruppendiskussionen

G1-1, Transkript 1, Gruppendiskussion Stakeholder_innen, erstellt von Isabella Altenhofer, Michaela Huber, Janette Gruber, Maria Lich, 05.April 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G1-2, Transkript 2, Gruppendiskussion Stakeholder_innen, erstellt von Isabella Altenhofer, Michaela Huber, Janette Gruber, Maria Lich, 05.April 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G2, Transkript, Gruppendiskussion Pflegende Angehörige 1, erstellt von Claudia Weichsel, 04.Mai 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G3, Transkript, Gruppendiskussion Land NÖ, erstellt von Isabella Altenhofer, Maria Lich, 03.August 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G4, Transkript, Gruppendiskussion Klausur mit Studierenden der Projektgruppe, erstellt von Isabella Altenhofer, Maria Lich, Anna Steindl, 03.September 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G5, Transkript, Gruppendiskussion Pflegende Angehörige 2, erstellt von Isabella Altenhofer, Janette Gruber, Maria Lich und Claudia Weichsel, 23.September 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G6, Transkript, Gruppendiskussion mit DayBreak, erstellt von Isabella Altenhofer, Jürgen Czak, Michaela Huber, Janette Gruber und Maria Lich, 02.November 2016, Zeilen durchgehend nummeriert.

G7, Audiodatei, Gruppendiskussion Sounding Board, 26.01.2017.

Interviews

I1, E-Mail von DayBreak-Mitarbeiterin 1, Isabella Altenhofer (30.01.2017), mit Seitenzahlen versehen.

I2, Interviewprotokoll mit DayBreak-Mitarbeiterin 2, erstellt von Maria Lich (24.01.2017), mit Seitenzahlen versehen.

I3, Interviewprotokoll mit Koordinatorin DE, erstellt von Maria Lich (07.09.2016), mit Seitenzahlen versehen.

10 Anhang

Checkliste für Zuweiser_innen (Vermittler_innen)

Unterstützungskonferenz im Kontext zur Unterstützung pflegender Angehöriger von älteren Menschen

Diese Checkliste soll professionelle Helfer_innen bei der Vermittlung der Unterstützungskonferenz an Familien als Unterstützung dienen. Folgende Aspekte sollte dabei bedacht werden:

Merkmale, die für eine Unterstützungskonferenz sprechen:

- Anstehende Entscheidung
- Verfügbares soziales Netzwerk bzw. Ressourcen
- Entscheidungskompetenz innerhalb der Familie
- Gegebener Druck bzw. Veränderungswunsch seitens der Familie
- Freiwilligkeit
- „Härtefälle“

Wichtige Gesprächsprinzipien:

- Problemwürdigung
- Mut machen – Hilfe annehmen ist keine Schande
- Freiwilligkeit
- Zeit – die Vermittlung ist oft ein Beratungsprozess
- Offenheit und Transparenz
- Verschwiegenheit
- Leichte Sprache
 - o Verzicht auf Fachjargon, Erklärung der Begriffe, Einfachheit und Strukturiertheit
- Empfohlene Beratungsform: Ressourcenorientierte Beratung

Zielgruppenwissen:

- Autonomie der älteren Menschen achten und würdigen
- Sensibler Umgang mit schambehafteter Hemmung Hilfe anzunehmen
- Würdigung des Redebedarfs

Aspekte, die bei der Vermittlung der Methode zu betonen sind:

- Alleinstellungsmerkmal
Empowerment-Ansatz – die Familie sucht gemeinsam Lösungen und trifft alleine, ohne Einwirkung von Fachkräften, Entscheidungen
- Freiwilligkeit
Die Unterstützungskonferenz ist nur eine Wahlmöglichkeit und kann jederzeit auf Wunsch der Familie beendet werden
- Unterstützung durch Koordinator_in
Familie wird bei der Vorbereitung intensiv unterstützt und während der ganzen Konferenz von einer_m ausgebildeten Koordinator_in begleitet
- Verlässlichkeit des Angebots
Intervention wird nur auf Wunsch der Familie beendet und es gibt verlässliche Ansprechpartner_innen
- Ablauf der Konferenz
Der Ablauf der Konferenz muss nicht ins Detail erklärt werden, da dies später noch von der_dem Koordinator_in übernommen wird. Allerdings kann dazu das Informationsblatt herangezogen werden, welches gleichzeitig auch als Leitfaden für Leichte Sprache für die Zuweiser_innen dient
- Involvierung von Fachkräften
Auf Wunsch der Familie werden benötigte Fachkräfte involviert und nehmen an der Informationsphase teil

Die_der Zuweiser_in soll am Ende gemeinsam mit der Familie bzw. der besorgten Person das Zuweisungsformular für die_den zuständige_n Koordinator_in ausfüllen und unterschreiben (lassen)!

Zuweisungsformular an die_den Koordinator_in
Unterstützungskonferenz für ältere Menschen und deren pflegenden
Angehörigen

Zuweiser_in und Organisation:

Name	Organisation	E-Mail-Adresse & Telefonnummer	Datum, Ort

Besorgte Person, zu pflegende/ältere Person und Familie/soziales Netzwerk:

Besorgte Person:	
Adresse:	
Telefonnummer:	
E-Mail-Adresse:	
Verhältnis zu der zu pflegenden Person:	
Zu pflegende/ältere Person(en):	
Adresse:	
Telefonnummer:	
E-Mail-Adresse:	
Wichtige Bezugspersonen:	

Wenn vorhanden, Sachwalter_in:	
Wenn vorhanden, involvierte Fachkräfte:	

Derzeitige Familiensituation und Rahmenbedingungen:

Kurze Situationsdarstellung:	
Anstehende Entscheidung:	
Kultureller/Ethnischer und Sprachlicher Hintergrund der Familie:	

Vorgeschlagene Koordinator_in:

Name:	
Adresse:	
Telefonnummer:	
E-Mail-Adresse:	

Datum

_____ Besorgte Person	_____ Zuweiser_in	_____ Koordinator_in
---------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

Die Unterstützungskonferenz

Informationsblatt für Familien und Teilnehmer_innen

Was ist eine Unterstützungskonferenz?

Die Unterstützungskonferenz hilft Ihnen dabei Probleme oder schwierige Situationen gemeinsam mit der Familie, Freund_innen oder Nachbar_innen zu lösen. Oft weiß die Familie viel besser als andere Fachkräfte, was sie brauchen und welche Hilfe Sie sich wünschen. Sie treffen sich mit allen Leuten, die Ihnen helfen können und entscheiden gemeinsam darüber, wie es weitergehen kann. Bei der Organisation dieser Unterstützungskonferenz hilft Ihnen ein_e Koordinator_in.

Was macht der_die Koordinator_in?

Ein_e Koordinator_in hilft Ihnen die Unterstützungskonferenz zu organisieren. Der_die Koordinator_in ist auf diesem Gebiet ausgebildet und kann Ihnen auch die Unterstützungskonferenz nochmal genauer erklären. Der_die Koordinator_in hilft Ihnen dabei die Unterstützungskonferenz vorzubereiten und ist auch während der gesamten Unterstützungskonferenz anwesend.

Die Vorbereitungsphase

Eine Unterstützungskonferenz muss vorbereitet werden. Beim ersten Zusammentreffen erklärt Ihnen der_die Koordinator_in, was eine Unterstützungskonferenz genau ist und wie diese abläuft. Dann können Sie sich in Ruhe überlegen, ob eine Unterstützungskonferenz für Sie und Ihre Familie in Frage kommt. Entscheiden Sie sich dafür, treffen sie sich erneut und planen gemeinsam den eigentlichen Tag der Unterstützungskonferenz. Dabei entscheiden Sie, welche Menschen wichtig für Sie sind und wen Sie einladen möchten. Das können Personen sein, die Ihnen nahe stehen wie Verwandte und/oder enge Freunde, aber auch Personen die Ihnen nicht ganz so nahe stehen wie zum Beispiel ein_e Nachbar_in oder der_die Trainer_in eines Vereins etc. Außerdem können Sie auch Fachkräfte wie z.B.: Pflegepersonal und/oder Mobile Dienste einladen, um bei Bedarf Informationen bezüglich der Betreuung und Pflege zu bekommen.

Danach bestimmen Sie einen geeigneten Termin und Ort für die Unterstützungskonferenz und schreiben Einladungen für alle Teilnehmer_innen – der_die Koordinator_in unterstützt Sie dabei!

Vielleicht haben Sie in Ihrem Familienkreis eine besondere Tradition oder einen besonderen Brauch wie Sie andere Treffen, z.B.: Feste und Geburtstage feiern. Diese Traditionen haben auch in der Unterstützungskonferenz Platz. Sehen Sie die Unterstützungskonferenz als Ihren Tag, der für Sie und Ihre Gäste so schön wie möglich gestaltet werden soll, z.B.: mit einem leckeren Kuchen, einem schönen Essen oder was haben Sie noch für Ideen?

Der Tag der Unterstützungskonferenz

1. Informationsphase

Nachdem alle Ihre eingeladenen Gäste wie Familie, Freund_innen, Bekannte und eventuell Fachkräfte eingetroffen sind, werden Sie und der_die Koordinator_in die Gäste begrüßen und es folgt eine Vorstellung aller Anwesenden. Anschließend stellen Sie selbst Ihre Sorgen vor. Danach werden alle Gäste auf den gleichen Informationsstand gebracht werden und gegebenenfalls geladene Fachkräfte kurz einen fachlichen Vortrag zu den für Sie wichtigen Themen geben.

2. Familienzeit

Die zweite Phase beginnt mit der Vorstellung der wichtigsten Regeln zum Ablauf der Unterstützungskonferenz (z.B.: Vereinbarung von Gesprächsregeln). Dann beginnt die eigentliche Familienzeit. Der_die Koordinator_in und alle anderen Fachkräfte lassen Sie und Ihre Gäste alleine, damit Sie in Ihrem Familienkreis gemeinsam Ideen entwickeln und daraus einen schriftlichen Lösungsplan erstellen können. Sie werden jedoch nicht völlig alleine gelassen, der_die Koordinator_in ist telefonisch immer erreichbar und kann jederzeit hinzu gerufen werden.

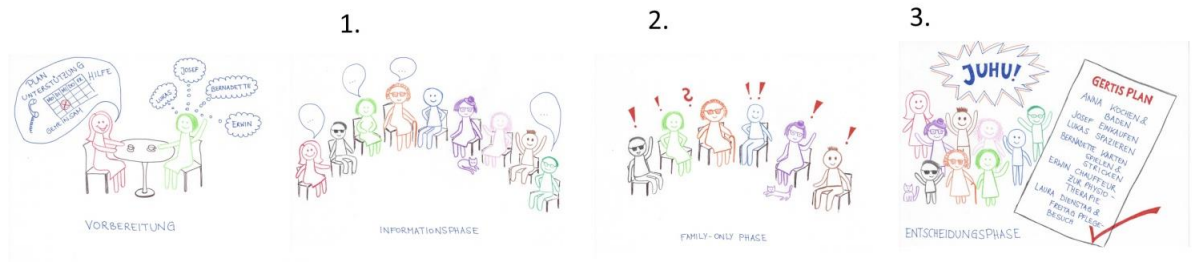
3. Planvorstellung

Nachdem Sie einen Lösungsplan erstellt haben, rufen Sie den_die Koordinator_in und Fachkräfte wieder zurück in den Raum und stellen Ihren erarbeiteten Plan vor. Die Einzelheiten des Plans werden besprochen. Wenn der Plan so gestaltet ist, dass es allen Beteiligten gut geht und alle Gäste einverstanden sind, wird der Plan akzeptiert. Alle Teilnehmer_innen unterschreiben den Plan und bekommen später eine Kopie des Plans.

Der Ablauf einer Unterstützungskonferenz



Tag der Unterstützungskonferenz:



Mithilfe der im Plan festgelegten Lösungen, kann die Familie nun Ihre Sorgen und Probleme mit Unterstützung aller, die eine Aufgabe übernommen haben, lösen.

Nach 2-3 Monaten gibt es die Möglichkeit, dass sich alle Teilnehmer_innen erneut zu einer Folgekonferenz treffen, wo noch einmal nachgefragt wird, ob die gefundenen Lösungen passend sind und alle Absprachen eingehalten werden, oder gegebenenfalls weitere Lösungen gefunden werden müssen.

Wir sind sicher, dass Sie als Familie einen Weg und Lösungen finden und eine Unterstützungskonferenz für Sie eine gute Entscheidung ist!

UNTERSTÜTZUNGSKONFERENZ FÜR FAMILIEN,
FREUNDE UND FREUNDINNEN

PFLEGE GEMEINSAM ORGANISIEREN



**Selbstbestimmt die
Zukunft gestalten**



*„Ich hab das schon sehr positiv
aufgenommen, dass mir da Hilfe
angeboten wird und dass ich da
unterstützt werde“*

Pflegende Angehörige (Pilotprojekt FH St.
Pölten)

www.unterstuetzungskonferenz-muster.at

Kontakt

Mustername Unterstützungskonferenz
Musterstraße 123
1000 Musterstadt

Telefon: 0275/9283950

Warum eine Unterstützungskonferenz?

In jeder Familie gibt es von Zeit zu Zeit Herausforderungen in der Betreuung und Pflege eines/einer Angehörigen, welche manchmal nur mit Unterstützung von außen gelöst werden können.

Eine Unterstützungskonferenz bietet die Gelegenheit die Themen zu besprechen, die für Sie, Ihre Familie und Ihre FreundInnen wichtig sind, um daraufhin Entscheidungen zu treffen.



Bei einer Unterstützungskonferenz können beispielsweise folgende Fragen besprochen werden:

- * Wer kann welche Aufgaben übernehmen?
- * Wie kann die Betreuung und Pflege zuhause organisiert werden?
- * Was ist, wenn die Betreuung und Pflege zu Hause nicht mehr möglich ist?
- * Wie möchte ich Älterwerden und wer kann mich dabei wie unterstützen?

Was macht eine Unterstützungskonferenz so besonders?

Bei einer Unterstützungskonferenz handelt es sich um Ihr Treffen. Sie treffen die Entscheidungen, da es sich um Ihr Leben und um Ihre Zukunft handelt.

Trotzdem sind Sie nicht alleine! Sie werden von Anfang an während dem ganzen Prozess von einer/einem KoordinatorIn begleitet und gemeinsam bereiten Sie die Unterstützungskonferenz vor. Der/die KoordinatorIn ist eine speziell ausgebildete Fachkraft, die unabhängig von einer sozialen Einrichtung ist.

Wie kommt eine Unterstützungskonferenz zu Stande?

Bei einer Unterstützungskonferenz handelt es sich um Ihr Treffen. Sie treffen die Entscheidungen, da es sich um Ihr Leben und um Ihre Zukunft handelt.

Trotzdem sind Sie nicht alleine! Sie werden von Anfang an während dem ganzen Prozess von einer/einem KoordinatorIn begleitet und gemeinsam bereiten Sie die Unterstützungskonferenz vor. Der/die KoordinatorIn ist eine speziell ausgebildete Fachkraft, die unabhängig von einer sozialen Einrichtung ist.



Wie läuft eine Unterstützungskonferenz ab?

Am Tag der Unterstützungskonferenz kommen alle eingeladenen Personen an dem von Ihnen gewählten Ort zusammen.

Nach einer Vorstellungsrunde werden alle Anwesenden auf den gleichen Stand gebracht und falls eingeladen, können die Fachkräfte Informationen geben. Anschließend besprechen Sie und Ihre eingeladenen Gäste, ohne KoordinatorIn und Fachkräfte, die zu lösende Frage und Sie erstellen gemeinsam einen Plan. Dieser Plan wird am Ende allen, auch den Fachkräften, vorgestellt.

Wenn es notwendig ist, kann der Plan zu einem späteren Zeitpunkt in einer Folgekonferenz überprüft und gegebenenfalls verändert werden.

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **Isabella Altenhofer**, geboren am **14.01.1992** in **Rohrbach in Oberösterreich**, erkläre,

1. dass ich diese Masterthese bzw. die in meiner Verantwortung stehenden Abschnitte der Masterthese selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe,
2. dass ich meine Masterthese bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,

Wien, 25.04.2017

A handwritten signature in blue ink, reading "Altenhofer Isabella".

Unterschrift

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **Maria Lich**, geboren am **24.04.1993** in **Schwaz in Tirol**,
erkläre,

1. dass ich diese Masterthese bzw. die in meiner Verantwortung stehenden Abschnitte der Masterthese selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe,
2. dass ich meine Masterthese bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,

Wien, 25.04.2017

A handwritten signature in blue ink that reads "Lich Maria".

Unterschrift