

Medizin / Pflege



Stefan Müller

Wohnen im Alter

Entscheidungskriterien, Kundenzufriedenheit und Managementrelevanz

Ambulante, stationäre Betreuung oder neue Wohnformen?

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Impressum:

Copyright © 2016 Studylab

Ein Imprint der GRIN Verlag, Open Publishing GmbH

Druck und Bindung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany

Coverbild: Freepik.com | Flaticon.com | GRIN

Stefan Müller

**Wohnen im Alter.
Entscheidungskriterien, Kundenzufriedenheit und Managementrelevanz**

Ambulante, stationäre Betreuung oder neue Wohnformen?

2015

Inhaltsverzeichnis

1 Grundlagen und Ziele der Arbeit	6
2 Die Wohn - bzw. Pflegeformen	8
3 Determinanten der Entscheidungsfindung	9
3.1 Die Stakeholder als Entscheidungskriterium	9
3.1.1 Der Einfluss der Stakeholder als Entscheidungskriterium.....	9
3.1.2 Stakeholder der alten Menschen	10
3.2 Die Lebenslage als Entscheidungskriterium	11
3.2.1 Grundlegendes zur Lebenslage	12
3.2.2 Die Bedeutung der Lebenslage als Entscheidungskriterium.....	12
3.3 Der Einfluss der Systeme	14
3.3.1 Grundlegendes zu Systemen	14
3.3.2 Der Einfluss des Gesellschaftssystems	14
3.3.3 Der Einfluss des Systems der sozialen Sicherung	16
3.3.4 Der Einfluss des politischen Systems, der Sozialpolitik und der Aufgabenteilung zwischen Bund und Ländern.....	20
3.4 Niedrigschwellige Organisationsstrukturen und Prozesse.....	22
3.5 Kulturelle Einflüsse.....	23
4 Probleme und Aufgaben bei der Umsetzung einer verbesserten Teilhabe – Die Rolle der Beteiligten	24
5 Auswirkungen der Kundenorientierung auf das Management sozialer Dienst- leistungsunternehmen	27
5.1 Kundenorientierung und Managementbereiche	28
5.1.1 Marketing sozialer Organisationen	28
5.1.2 Der Einsatz der Instrumente des (sozialen) Marketings als Hilfsmittel zu einer umfassenden Kundenorientierung.....	29
5.1.3 Umsetzung der Kundenorientierung mit den Methoden des Marketings unter Beachtung der Einflusskriterien - Beispiele.....	35
5.1.4 Einfluss des Marketings auf andere Managementbereiche (Beispiele)	41

5.2	Die Prozesse des Marketing-Managements sozialer Organisationen	42
5.2.1	Die Grundlagen betrieblicher Prozesse.....	42
5.2.2	Die Gestaltung betrieblicher Prozesse aus Kundensicht.....	44
5.3	Grenzen des Marketings und der Kundenorientierung	44
6	Die Auswahl: Ambulant, Stationär oder neue Wohnform?	47
6.1	Wohnformen im Alter – Vor- und Nachteile	47
6.2	Die Auswahl der Wohnform – Ein Fazit.....	52
7	Kundenorientierung, eigene Erfahrungen und Reflexion der Arbeit	53
7.1	Vorschläge des Autors zu Verbesserung der Teilhabe	53
7.2	Ein Fazit zur Erstellung der Arbeit	55
8.	Literaturverzeichnis.....	56
9.	Anlagen.....	81
	Anlage 1.....	81
	Anlage 2.....	82
	Anlage 3.....	83
	Anlage 4.....	84
	Anlage 5.....	85

1 Grundlagen und Ziele der Arbeit

Früher oder später stellt sich für die Mehrzahl der alten Menschen die Frage hinsichtlich einer ambulanten oder stationären Pflege und Betreuung (vgl. Westhoff, Westhoff 2013: 11). Das ist oftmals mit tiefgreifenden Einschnitten und Veränderungen in der persönlichen Lebensführung der alten Menschen verbunden (vgl. VMLS o.J.; Nordmann 2013). Die gesellschaftlichen Forderungen nach einer Stärkung der Teilhabe alter Menschen an ihrer Pflege- und Betreuungssituation nehmen stetig zu (vgl. Rübler, Stiel 2014). Die alten Menschen sollen und wollen zunehmend mitbestimmen dürfen in Fragen, die ihre Pflege betreffen. Teilhabe und Kundenorientierung bedeuten Entscheidungsfreiheit für den alten Menschen (vgl. Schöneberg 2010; Garms-Homalova et al. 2008). Bei der Auswahl, für eine bestimmte Form der Betreuung und Pflege sind sowohl subjektive Aspekte als auch objektive Kriterien ausschlaggebend. Anspruch und Wirklichkeit klaffen dabei häufig stark auseinander (vgl. Walker 2013). Trotz der verstärkten Bemühungen um eine verbesserte Teilhabe gehören alte Menschen häufig zu den Verlierern der Gesellschaft. Ihre Meinung wird ignoriert (vgl. Heslop, M. et al. 2002). Ein Problem hierbei stellt die oftmals nur als gering anzusehende Kundenorientierung derjenigen Personen, Gruppen und Organisationen - die auf das Leben alter Menschen Einfluss nehmen wollen oder können - dar. Der Kundenbegriff geht sogar noch über den Begriff der Teilhabe hinaus. Denn dieser bedeutet nichts weiter, als dass man sich auf Augenhöhe begegnet, seinen Gegenüber als kundig, als ebenbürtig einstuft (vgl. Maren 2012: 182 ff.; Quernheim 2010). Die Kundenorientierung unterliegt vielerlei Faktoren. Diese begrenzen und steuern die Kundenorientierung (vgl. Wurzer 2013; Korf, Kalkert 2011). Zur Teilhabe gehört auch die Akzeptanz von differenzierten Altersbildern (vgl. Volkssolidarität 2012).

In dieser Arbeit geht es um die Entscheidungen alter Menschen bezüglich ihres weiteren Lebens, dabei insbesondere um ihre Wohnsituation. Ein Ziel der Arbeit besteht darin, über die Einflussfaktoren, die die Wahl einer bestimmten Form der Pflege und Betreuung durch die alten Menschen beeinflussen, aufzuklären. Das zweite Ziel der Arbeit soll aufzeigen, inwieweit die Kundenorientierung in Bezug auf die Wahl einer Pflege- und Betreuungsform von allen Akteuren, die das Leben der alten Menschen mitbestimmen, gesteigert werden kann. Weiterhin soll (als drittes Ziel) aufgezeigt werden, wie soziale Dienstleistungsunternehmen als Einheiten, die operativ mit den Kunden arbeiten, diese Kundenorientierung umsetzen können.

Dabei sind die erwähnten Einflusskriterien von diesen unbedingt bei der Leistungserstellung mit zu berücksichtigen.

Zunächst erfolgt eine kurze Darstellung der grundlegenden Arten der Betreuung und Pflege von pflegebedürftigen alten Menschen. Im Folgenden setzt sich die Arbeit mit besagten Einflusskriterien, welche die Entscheidungen der alten Menschen bezüglich ihrer Pflege und Betreuung betreffen, auseinander. Im nächsten Kapitel werden einige Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Teilhabe aller am Leben der alten Menschen beteiligten Personen oder Gruppen diskutiert. Im Anschluss werden die Auswirkungen der Kundenorientierung auf das Management sozialer Institutionen erläutert. Gleichzeitig wird in diesem Zusammenhang die Managementrelevanz der Einflusskriterien berücksichtigt. Schließlich geht es um die Auswahl einer Form des Wohnens. Hierzu werden einige Vor- und Nachteile der jeweiligen Pflege- und Betreuungsformen aufgezeigt und ein Fazit gezogen. Eigene Gedanken des Autors verbunden und einer Reflexion der Arbeit runden die Arbeit ab.

Unter anderem geht es um die Darlegung der Vielfalt der Einflussfaktoren, welche auf die Entscheidungen alter Menschen bezüglich der Auswahl ihrer Wohnsituation einwirken können. Da diese Arbeit vom Umfang her begrenzt ist, kann es sich nur um eine erste Übersicht über diese Einflussfaktoren handeln. Deshalb muss auf eine ausführliche, tiefere Beschreibung der Eigenschaften der geschilderten Faktoren verzichtet werden. Das gleiche gilt auch für die Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Teilhabe und die Darstellung der Managementrelevanz. Weiterhin wird zur Vereinfachung ausschließlich die männliche Geschlechtsform benutzt. Einige Begriffe werden synonym gebraucht, z.B. Betreuung und Pflege und Wohnsituation. Obwohl der Ausdruck der Kundenorientierung höher zu bewerten ist als die reine Teilhabe, werden beide Begriffe wegen ihrer engen Verwobenheit nicht streng voneinander getrennt. Der synonyme Gebrauch gilt auch für: Institution, Organisation und Unternehmen. Die Erläuterungen beziehen sich auf die Situation in Deutschland. Weiterhin ist zu erwähnen, dass es zwischen allen Aspekten, die in dieser Arbeit geschildert werden sowohl zu internen als auch zu externen Überschneidungen und Wechselwirkungen kommt. Das entspricht auch der Realität bzw. der Praxis. Bei allen Bemühungen in Bezug auf die Kundenorientierung sollte eine integrierte Sichtweise erfolgen. Der Autor verzichtet innerhalb der jeweiligen Kapitel auf gesonderte Hinweise bezogen auf diese Tatsachen.