

# **Freiwilligenarbeit und Alterspolitik im Kanton Bern**

Besuchsdienste, eine Chance für die Zukunft?

## **Diplomarbeit**

eingereicht im Rahmen des Nachdiplomstudiums

Public Management an der

**Hochschule für Sozialarbeit, HSA Bern**

vorgelegt von

Barbara von Escher

Referentin

Claudia Buol, lic. phil. Psychologin, Studienleiterin NDK und NDS

Korreferentin

Margrith Erni, dipl. Sozialarbeiterin und Supervisorin HFS

9. November 2004

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Management Summary</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Ausgangslage</b>	<b>5</b>
2.1	<b>Alterspolitik im Kanton Bern</b>	<b>5</b>
2.1.1	Demografische Angaben	6
2.2	<b>Anlaufstellen heute</b>	<b>7</b>
2.3	<b>Freiwilliges Engagement in der Schweiz</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Fragestellung</b>	<b>9</b>
3.1	<b>Besuchsdienste als Präventionsmassnahme</b>	<b>10</b>
3.2	<b>Ehrenamtliches Engagement erhöhen</b>	<b>10</b>
3.3	<b>Abgrenzung</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Begriffsklärung</b>	<b>12</b>
4.1	<b>Freiwilligenarbeit</b>	<b>12</b>
4.1.1	Arbeitszeit – Freizeit - Sozialzeit oder die Umverteilung der Arbeit	13
4.2	<b>Freiwillige Besuchsdienste</b>	<b>14</b>
4.3	<b>Besuchsdienste, eine alte Institution neu gedacht</b>	<b>15</b>
4.3.1	Kirchgemeinden	16
4.3.2	Frauenvereine	16
4.3.3	Heime	16
4.3.4	Spitex	17
4.3.5	Spezifische Zielgruppen	17
4.3.6	Benevol (unabhängige Fach- und Vermittlungsstelle für Freiwilligenarbeit)	17
4.3.7	Sozialdienste	17
4.3.8	Schweizerisches Rotes Kreuz Kanton Bern	18
4.3.9	Pro Senectute	18
<b>5</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>Mission, Vision, Leitbild "Besuchsdienste für den Kanton Bern"</b>	<b>19</b>
6.1	<b>Mission</b>	<b>19</b>
6.2	<b>Vision</b>	<b>20</b>
6.3	<b>Leitbild</b>	<b>21</b>
6.3.1	Ein erster Entwurf	22
<b>7</b>	<b>Umfeld analysieren</b>	<b>23</b>
7.1	<b>Untersuchung Besuchsdienste</b>	<b>24</b>
7.1.1	Kriterien für die untersuchten Besuchsdienste:	24
7.1.2	Aufbau des Fragebogens:	25
7.1.3	Auswertung der Befragung	27
7.1.4	Leitbild anpassen	30
7.2	<b>Untersuchung potentielle Freiwillige</b>	<b>32</b>
7.2.1	Auswahl der befragten Personen	32
7.2.2	Aufbau des Fragebogens	33
7.2.3	Auswertung der Befragung	34
7.2.4	Leitbild anpassen	37
<b>8</b>	<b>Kundenanalyse</b>	<b>39</b>
8.1	<b>Freiwillige</b>	<b>40</b>

<b>8.2</b>	<b>Organisationen als Nutzniessende</b>	<b>40</b>
<b>8.3</b>	<b>Private als Nutzniessende</b>	<b>41</b>
<b>9</b>	<b>Produkte des Besuchsdienste</b>	<b>42</b>
<b>10</b>	<b>Strategielandkarte</b>	<b>43</b>
<b>10.1</b>	<b>Hauptstossrichtungen mit den Hauptmassnahmen</b>	<b>44</b>
<b>10.2</b>	<b>Abzustimmende Elemente</b>	<b>44</b>
10.2.1	Öffentlichkeitsarbeit und Marketing	44
10.2.2	Vernetzung vor Ort mit andern Organisationen	45
10.2.3	kantonale Vernetzung der regionalen Besuchsdienste	47
<b>10.3</b>	<b>Abbaufelder</b>	<b>49</b>
<b>10.4</b>	<b>Vorgehen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit</b>	<b>49</b>
10.4.1	Leitbild mit Vision formulieren:	49
10.4.2	Die eigenen Produkte definieren:	50
10.4.3	Situation, Umfeld klären:	50
10.4.4	Zielgruppen definieren:	50
10.4.5	Marketinginstrumente bestimmen:	51
10.4.6	Regelmässige Evaluation	52
<b>11</b>	<b>Beispiel: "Zyt ha für Anderi", Besuchsdienst Muri Gümligen</b>	<b>53</b>
<b>12</b>	<b>Schlussfolgerungen für das weitere Vorgehen</b>	<b>54</b>
<b>12.1</b>	<b>Nächste Schritte:</b>	<b>55</b>
<b>13</b>	<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>56</b>
<b>13.1</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>56</b>
<b>13.2</b>	<b>Internetverweise</b>	<b>56</b>
<b>14</b>	<b>Verzeichnis der Abbildungen</b>	<b>57</b>
<b>15</b>	<b>Anhänge</b>	<b>57</b>
<b>16</b>	<b>Erklärung</b>	<b>69</b>

# 1 Management Summary

Die demografische Entwicklung im Kanton Bern verlangt nach neuen Modellen in der Alterspolitik. Der Bericht "Alterspolitik im Kanton Bern" (2004) zeigt auf, dass ein wichtiges Ziel sein muss, Betagte möglichst lange zu Hause in der gewohnten Umgebung zu begleiten. Einschränkungen in der Mobilität bewirken eine zunehmende Isolation und Einsamkeit der Betagten. Sie brauchen kleine Hilfen in der Bewältigung von Alltagsaktivitäten. Die Spitexdienste unterstützen im Haushalt sowie bei der Kranken- und Körperpflege, stossen aber rasch an ihre Einsatzgrenzen, wenn weitere Präsenz erwünscht wäre. Mehrmals wird im Bericht auf den Beizug von Freiwilligen hingewiesen ohne konkrete Konzepte zur Freiwilligenarbeit.

Als Geschäftsführerin von Benevol Biel und Umgebung, einer Freiwilligenagentur, arbeitet die Autorin sowohl direkt mit Freiwilligen zusammen als auch mit verschiedenen Besuchsdiensten. Die vorliegende Arbeit geht der Frage nach, ob freiwillige Besuchsdienste eine ergänzende Dienstleistung im Angebot für Betagte werden könnten, die zur Kostendämmung in diesem Bereich beitragen helfen. Zwei Problemkreise werden angeschaut:

- Was zeichnet einen erfolgreichen Besuchsdienst aus?
- Wie können neue Freiwillige zu einem Engagement motiviert werden?

Ausgangslage bilden die Antworten auf zwei von der Autorin entwickelten Fragebogen, einen für Leiterinnen von Besuchsdiensten und einen für zukünftige Freiwillige. Anhand der Unterlagen des Skripts "Moderne Managementmethoden" (Hunziker/Deloséa 2004) wird danach eine Vision für zukünftige Besuchsdienste entwickelt, die heutige Situation analysiert und eine Strategie für das weitere Vorgehen dargestellt.

Erfolgreiche Besuchsdienste im untersuchten Gebiet können wie folgt charakterisiert werden:

Sie werden professionell geleitet, verfügen über strategische Führungsinstrumente und evaluieren ihre Arbeit mittels einer Statistik. Für ihre Arbeit setzen sie eigene Werbemittel ein. Freiwillige suchen sie über verschiedene Kanäle. Ihren Freiwilligen bieten sie ein breites Spektrum an Unterstützung an.

Die in dieser Studie befragten potentiellen Freiwilligen sind bereit, sich zu engagieren, sobald sie beruflich und familiär nicht mehr voll eingespannt sind. Ein Einsatz muss ihnen persönlich etwas bieten und zeitlich begrenzt sein. Sie wissen, wie stark und in welchen Bereichen sie sich engagieren wollen. Eine Anlaufstelle erwarten sie in ihrer nächsten Umgebung. Sie bevorzugen einen relativ unabhängigen Besuchsdienst, der sie begleitet. Um neue Freiwillige zu gewinnen, müssen verschiedenste Kanäle der Werbung und Kommunikation genutzt werden.

Aufgrund dieser Ergebnisse wird die Bildung eines "Netzwerks Besuchsdienste" vorgeschlagen. Grössere Gemeinden bilden einen professionellen lokalen Besuchsdienst. Lokale Anlaufstellen erleichtern in kleinen Gemeinden den Erstkontakt zu den Freiwilligen. Sie schliessen sich einem professionellen Besuchsdienst an. Im Kanton Bern sollen sechs bis acht regionale Besuchsdienste eingerichtet werden zur Betreuung der unabhängigen Anlaufstellen. Zusätzlich übernehmen sie Aufgaben, welche kleine Stellen nicht wahrnehmen können. Darunter fallen, die Weiterentwicklung der Besuchsdienste, ein grosser Teil der Weiterbildung der Freiwilligen und der Leiterinnen der Besuchsdienste.

In den Schlussfolgerungen werden nächste Schritte aufgeführt, die bei der Weiterentwicklung des "Netzwerks Besuchsdienste" angepackt werden müssen.

## 2 Ausgangslage

Die stetige Zunahme an betagten und hochbetagten Menschen stellt eine grosse Herausforderung an die Gesundheits-, Sozial- und Fürsorgepolitik im Kanton Bern dar. Der grösste Teil dieser Menschen lebt bei guter Gesundheit (Altersbericht, 2004, S. 3). Aber rund 5% der 65- bis-79-Jährigen und 27% der mindestens 80-Jährigen sind pflegebedürftig.

Zur Steigerung der Lebensqualität der betagten Menschen existieren freiwillige Besuchsdienste (ab jetzt "Besuchsdienste" genannt). Diese haben eine lange Tradition, ermöglichen soziale Kontakte und beinhalten kleine Hilfestellungen zur Erhaltung der Selbstständigkeit der Besuchten. Im kirchlichen Bereich und in gemeinnützigen Frauenvereinen haben meist Frauen unzählige Personen über kürzere oder längere Zeit begleitet. In diesem Rahmen ist es in den letzten Jahren immer schwieriger geworden, neue Freiwillige zu finden. Heute stellt sich daher die Frage, wie Besuchsdienste wieder belebt und flächendeckend weitergeführt werden können, zum Wohle der Betagten und zur Unterstützung einer möglichst grossen Unabhängigkeit der älteren Menschen einerseits, zur finanziellen Entlastung der öffentlichen Hand in der Alterspolitik andererseits.

Untersuchungsgebiet ist das Berner Seeland. Dieses Gebiet umfasst sowohl eine grössere Stadt mit ihrer Agglomeration als auch schlecht erschlossene und schwach besiedelte Randgebiete des Kantons. Mit Biel ist auch der französischsprachige Teil einbezogen. In Kapitel 12 muss reflektiert werden, inwiefern es diese Auswahl erlaubt, Rückschlüsse auf den ganzen Kanton zu ziehen.

In diesem Kapitel werden einerseits die Herausforderungen der Alterspolitik in den nächsten 25 Jahren dargestellt. Andererseits soll die Ausgangslage in der Freiwilligenarbeit und bei den Besuchsdiensten kurz umrissen werden.

### 2.1 Alterspolitik im Kanton Bern

Bereits 1993 hat die Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern in ihrer Broschüre "Alterspolitik 2005: **Ziele**. Und **Wege** zum Ziel" das Thema Freiwilligenarbeit im Altersbereich aufgegriffen (S. 11). Auch wurde bereits damals gefordert: "*Die Freiwilligen werden durch professionelles Pflegepersonal begleitet und beraten*"( S. 22). Im "Zwischenbericht zum Stand der Umsetzung Alterspolitik 2005" von Oktober 2002 kommt das Wort "Freiwillige" nicht mehr vor. Einzig auf Seite 19 steht indirekt zum Faktor "Verfügbarkeit sozialer Unterstützung" kurz: "Einflussmöglichkeiten gering; nimmt tendenziell ab."

Zwei Jahre später, im Frühjahr 2004, schickt der Kanton Bern den Bericht "Alterspolitik im Kanton Bern" in die Vernehmlassung. Darin wird klar dargestellt, dass die heutige Alterspolitik in fünfundzwanzig Jahren nicht mehr finanzierbar ist. Die demografische Entwicklung - immer mehr Menschen werden über 80 Jahre alt – verlangt nach neuen Konzepten. Auch Pflegepersonal in Heimen wird bei gleich bleibenden Rahmenbedingungen kaum in genügendem Umfang verfügbar sein.

Ein Wunsch der meisten älteren Menschen ist es, möglichst lange daheim in der gewohnten Umgebung zu bleiben. Pflege daheim ist bedeutend billiger als die Pflege in einem Heim. Der Bericht zur Alterspolitik setzt daher einen Schwerpunkt auf die Frage, welche Unterstützung ältere Menschen brauchen, damit ein Heimeintritt möglichst hinausgezögert oder gar vermieden werden kann. Prävention und ambulante Versorgungsangebote sollen aus diesen Gründen massiv ausgebaut werden. Die Angehörigen der betagten Menschen leben heute räumlich oft nicht mehr in deren Nähe, so dass sie nur noch teilweise die Unterstützung im Alltagsleben gewährleisten können.

In neun Handlungsfeldern beschreibt der Kanton, wie er gedenkt, die Herausforderungen der Zukunft anzugehen. In drei Handlungsfeldern werden Besuchsdienste explizit erwähnt:

- Unterstützung der Selbstständigkeit und der Gesundheit im Alter
- Unterstützung der Pflege und Betreuung zu Hause
- Angebote für demenzkranke Menschen

Aber auch in weiteren Bereichen sind Besuchsdienste sinnvoll und möglich zur Verbesserung der Lebensqualität Betagter und zur gezielten Unterstützung des Pflegepersonals:

- Zukunftsorientierte Wohn- und Betreuungsplätze
- Kommunale Altersplanung
- Ergänzende Dienstleistungen in Alters-, Pflege- und Krankenheimen
- Gezielte Entlastung von pflegenden Angehörigen

Der Altersbericht nimmt nicht Stellung zu Fragen der Führung und Organisation von Besuchsdiensten.

### **2.1.1 Demografische Angaben**

Der Anteil älterer Menschen (über 65-jährig) nimmt im Kanton Bern in den nächsten 25 Jahren um über 50% von 168 000 auf 253 000 zu. Bei den über 80-Jährigen beträgt die Zunahme gar 56%. Heute braucht es rund 14 000 Plätze in Alters-, Pflege- und Krankenheimen. Die übrigen Betagten leben selbständig zu Hause, werden ambulant gepflegt oder von ihren Angehörigen

betreut. Unter der Annahme, dass sich der Anteil pflegebedürftiger betagter Menschen gleich entwickelt wie bisher, braucht es im Jahr 2030 62% mehr Kapazität oder rund 8700 zusätzliche Pflegebetten.

Der Altersbericht (2004) geht auf Grund von Bevölkerungsprognosen für das Jahr 2030 im Kanton Bern konkret von folgenden Zuwachsraten aus (S.3f):

**Abbildung 1: Zuwachs der älteren Menschen insgesamt zwischen 2003 und 2030:**

Alter	2003	2030	Zuwachs	In %
65 - 79	120 000	178 000	58 000	48
80 +	48 000	75 000	27 000	56
Total	168 000	253 000	85 000	51

**Abbildung 2: Zuwachs der pflegebedürftigen älteren Menschen zwischen 2003 und 2030 bei gleich bleibendem Anteil von Pflegebedürftigen :**

Alter	2003	2030	Zuwachs	In %
65 - 79	6 000	9 300	3 300	55
80 +	13 000	21 500	8 500	65
total	19 000	30 800	11 800	62

Dieser enorme Zuwachs ist einerseits auf die Kinderboomjahre der Nachkriegszeit zurückzuführen. Diese Menschen werden jetzt nach und nach pensioniert. Andererseits bewirkt der Pillenknick, dass weniger Personen ins erwerbsfähige Alter kommen, und drittens werden die Menschen im Vergleich zu früher immer älter.

## **2.2 Anlaufstellen heute**

Gemäss einer Umfrage im Berner Seeland (von Escher 2002) bieten folgende Institutionen eine Anlaufstelle für Besuchsdienste an:

- Kirchgemeinden
- Frauenvereine

- Heime
- Spitex
- spezifische Zielgruppen
- unabhängige Fach- und Vermittlungsstelle für Freiwilligenarbeit

Zusätzlich bieten folgende Organisationen teilweise in anderen Gebieten des Kantons Besuchsdienste an:

- Sozialdienste
- SRK, Schweizerisches Rotes Kreuz Kanton Bern
- Pro Senectute

Vor Ort arbeiten diese Organisationen selten zusammen. Es kommt sogar vor, dass zwei benachbarte Besuchsdienste nichts voneinander wissen. Eine regionale Zusammenarbeit ist die Ausnahme (Benevol Biel). Es ist mehr oder weniger dem Zufall überlassen, wer Zugang zum Besuchsdienst findet und wer nicht. Sowohl für potentielle Freiwillige als auch für Menschen, die gerne von einem Besuchsdienst profitieren würden, ist diese Situation nicht befriedigend.

### ***2.3 Freiwilliges Engagement in der Schweiz***

Seit 1997 erhebt das Bundesamt für Statistik regelmässig und systematisch Zahlen zur Freiwilligenarbeit. Die neusten Daten stammen von 2000. Jede vierte Person in der Schweiz führt mindestens eine unbezahlte Tätigkeit im Rahmen der formellen Freiwilligenarbeit (siehe auch Kapitel 4.1) aus. 23% arbeiten im Bereich der informellen Freiwilligenarbeit. Die von Freiwilligen geleistete Arbeit entspricht rund 44 Millionen Stunden pro Monat. (Nr. 424-0000, BFS, Neuenburg, 2001). Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich hier um jede Art von freiwilligen oder ehrenamtlichen Einsätzen handelt (Sport, Kultur, Umwelt, Politik etc.). Die vorliegende Arbeit konzentriert sich auf Einsätze im sozialen Bereich.



### 3 Fragestellung

Ausgangspunkt ist der Bericht „Alterspolitik im Kanton Bern“ (2004). Mit verschiedenen Massnahmen will der Kanton erreichen, dass ältere Menschen möglichst lange in der eigenen Wohnung leben können und möglichst spät, oder gar nicht in ein Heim eingewiesen werden müssen. Eine konkrete Massnahme unter vielen ist die Förderung und Unterstützung von Besuchsdiensten (siehe auch Kapitel 4.2), die mit Freiwilligen arbeiten. Auch nach dem Heimeintritt kann die Lebensqualität alter Menschen dank regelmässigen Besuchen durch Freiwillige gesteigert werden.

Bereits bestehende Strukturen sollen gezielt gefördert werden. So sollen ein oder mehrere Modelle entstehen, die es erlauben, im Kanton Bern flächendeckend Besuchsdienste anzubieten. Heute gibt es sehr verschiedenartig aufgebaute Dienste. Einige funktionieren sehr gut, können auch immer wieder neue Freiwillige rekrutieren. Andere hatten gute Zeiten, müssen aber heute eine Überalterung der Besucherinnen feststellen und finden keinen Nachwuchs.

In Anlehnung an die Unterlagen des Faches „Moderne Management Methoden“ mit dem 10-Schritte-Modell von E. Deloséa (2004) wird versucht, sich zwei Themen zu nähern:

- **Organisation der Besuchsdienste**

Welche qualitativen, eventuell auch quantitativen Faktoren zeichnen einen erfolgreichen Besuchsdienst mit Freiwilligen aus?

Können anhand dieser Faktoren ein oder eventuell mehrere Modelle für erfolgreiche Besuchsdienste in der zukünftigen Alterspolitik entwickelt werden, damit flächendeckend ein Netz von Diensten entsteht, die allen Bedürftigen zur Verfügung stehen?

- **Freiwilliges Engagement erhöhen**

Eine deutsche repräsentative Studie (Rosenblatt 2000) zeigt, dass knapp 1/3 der Bevölkerung Freiwilligenarbeit leistet. Ein weiteres Drittel wäre grundsätzlich bereit, sich zu engagieren. Es gibt keinen Anlass anzunehmen, dass in der Schweiz die Situation grundsätzlich anders ist.

Wie kann die Gruppe der noch nicht aktiven Menschen motiviert werden, tätig zu werden? Welche Erwartungen haben sie? Welche Ansprüche stellen sie an einen organisierten Besuchsdienst? Über welche Kanäle sind sie ansprechbar?

### **3.1 Besuchsdienste als Präventionsmassnahme**

Von den rund 13 800 Personen, die heute im Altersheim leben, sind 1800 Personen nicht pflegebedürftig (Altersbericht 2004, S. 27). Einsamkeit und soziale Isolierung sind wichtige Gründe für diese Menschen, in ein Wohnheim zu wechseln.

Das Projekt EIGER (<http://www.ticino.com/usr/opadlina/new/ph/eiger.htm>) **E**rforschung innovativer **g**eriatischer Hausbesuche, NFP32) untersuchte den Einfluss von präventiven Besuchen (vier pro Jahr) im Gesundheitsbereich auf betagte Menschen. *"Die Ergebnisse des Pilotprojektes zeigen, dass die Interventionen vor allem bei noch relativ gesunden älteren Menschen zu einer Abnahme sowohl der Pflege- und Betreuungsbedürftigkeit als auch der Heimeinweisungen führten."* (Altersbericht 2004, S. 11) Es ist zu erwarten, dass auch das psychosoziale Wohlbefinden von älteren Menschen durch regelmässige Besuche beeinflusst und ein Heimeintritt zumindest verzögert werden kann. Da der Effekt der Besuche nur bei noch relativ gesunden älteren Menschen nachgewiesen werden konnte, ist das Einsetzen eines Besuchsdienstes frühzeitig vorzusehen, wenn möglich schon bevor eine teilweise Pflegebedürftigkeit eintritt und zum Beispiel Spitexdienste genutzt werden müssen.

### **3.2 Ehrenamtliches Engagement erhöhen**

Studien aus Deutschland zeigten, dass knapp ein Drittel der Bevölkerung sich einen Einsatz als Freiwillige vorstellen könnte, zum Zeitpunkt der Umfrage aber nicht persönlich aktiv war (Rosenblatt 2000).

Wenn in Zukunft Freiwillige vermehrt in die Altersarbeit einbezogen werden sollen, müssen diese potentiellen Freiwilligen erreicht und überzeugt werden. Die Motivation dieser Zielgruppe muss genauer betrachtet werden. Regnet (in Rosenkranz 2002, S. 106) vergleicht Motivation und Rahmenbedingungen von Hauptberuflichen und Ehrenamtlichen. Sie zählt folgende Hauptpunkte für Freiwillige auf:

- Altruistische Motive
- Etwas Sinnvolles tun, das Spass macht und der Weiterentwicklung dient
- Persönliche Kenntnisse und Erfahrungen erweitern
- Zusätzliche soziale Kontakte pflegen
- Learning by doing
- Ergänzung zum beruflichen Alltag
- Unterstützung
- Zeitlich beschränkter Einsatz
- Weniger verbindlich

- Anerkennung, Dank
- Jederzeit kündbar

### 3.3 Abgrenzung

Diese Untersuchung soll bewusst die Möglichkeiten aufdecken, die ein **freiwilliger** Besuchsdienst in der Alterspolitik in Zukunft bieten könnte.

- Es geht also um **formell** organisierte Freiwilligenarbeit. Jede Art **bezahlte** Direkthilfe ist von der Untersuchung ausgeschlossen. Zu diesen nicht untersuchten Besuchen gegen Entgelt gehört zum Beispiel der vom Verein Solodaris entwickelte Besuchsdienst für psychisch Behinderte. Behinderte Frauen und Männer lernen in einem Kurs, regelmässige Besuche bei Kranken und Betagten zu machen. Sie werden dabei von ausgebildeten Personen begleitet und unterstützt.
- Die Organisation, Führung und Koordination der hier untersuchten Besuchsdienste muss allerdings nicht ehrenamtlich geleistet werden. Zunehmend wird diese Arbeit nur noch professionell geleistet oder zumindest professionell begleitet.
- Nicht behandelt wird in dieser Untersuchung der ganze Bereich der **informellen** Hilfe, die nicht durch Aussenstehende begleitet wird. Dazu sind die Nachbarschaftshilfe oder die gegenseitige Unterstützung durch Angehörige zu zählen. Diese funktionieren ohne professionelle Unterstützung und entziehen sich weitgehend dem Einfluss Dritter.
- Ebenfalls nicht einbezogen in die Untersuchung werden spezialisierte Dienste, die nur eine sehr beschränkte Unterstützung in einem bestimmten Bereich anbieten:
  - Mahlzeitendienste: Eine Hauptmahlzeit pro Tag wird nach Hause geliefert.
  - Fahrdienst: Gegen eine Bezahlung der Fahrspesen werden Betagte zur Therapie, zum Arzt oder zum Einkaufen begleitet.
  - Notruf: Mit einem speziellen Gerät am Arm können Betagte in Notsituationen direkt Hilfe anfordern.
- Beschränkung auf das Seeland: Aufgrund einer Voruntersuchung (von Escher 2002) wird die Untersuchung auf das Seeland und die Stadt Biel beschränkt.

## 4 Begriffsklärung

Auf zwei Schlüsselbegriffe, die in dieser Studie immer wieder auftauchen, soll in diesem Kapitel näher eingegangen werden:

- Freiwilligenarbeit
- Besuchsdienste

### 4.1 Freiwilligenarbeit

*"Freiwilligenarbeit ist ein gesellschaftlicher Beitrag an Mitmenschen und Umwelt. Sie wird unentgeltlich und zeitlich befristet geleistet. Freiwilligenarbeit ergänzt und unterstützt die bezahlte Arbeit, tritt zu ihr aber nicht in Konkurrenz."* So lautet die Definition von Benevol Schweiz ([www.benevol.ch/](http://www.benevol.ch/) Definition Standards). *"Freiwillige Arbeit bietet Möglichkeiten für die persönliche Entfaltung und Weiterbildung sowie für Kontakte und Einblicke in andere Tätigkeiten."* (ebenda) Zusätzlich zu dieser Definition haben die Dachorganisationen der Fach- und Vermittlungsstellen der Schweiz: Benevol Schweiz, Le groupe romand de promotion du bénévolat (GRPB) und Conferenza del volontariato sociale (CVS), Standards entwickelt die Aussagen machen über die Anerkennung der Freiwilligenarbeit sowie über Rechte und Pflichten der Freiwilligen und der Einsatzorganisationen (Anhang 2).

In der Schweiz unterscheidet man drei Kategorien von freiwilligen Einsätzen:

- Informelle Einsätze im Rahmen der Nachbarschaftshilfe
- Formelle Freiwilligenarbeit
- Ehrenamtliche Arbeit

Unter **Nachbarschaftshilfe** oder informeller Freiwilligenarbeit versteht man die Übernahme sämtlicher kleiner Hilfen, welche in der Nachbarschaft geleistet werden: gegenseitig Kinder hüten, einkaufen für die kranke Nachbarin, mit dem Auto jemanden zum Arzt fahren und so weiter. Diese wertvollen Einsätze, die teilweise über Jahre geleistet werden, entziehen sich meist der Freiwilligenvermittlung, weil sie ohne Unterstützung und Begleitung von aussen gut funktionieren.

Von **ehrenamtlicher Arbeit** spricht man bei Ämtern, in die man auf eine bestimmte Zeit gewählt wird, wie politische Ämter im Milizsystem, Vorstandsaufgaben und ähnliches.

Werden bei nicht gewinnorientierten Organisationen gezielt Freiwillige für konkrete Aufgaben und Projekte eingesetzt, spricht man von **formeller Freiwilligenarbeit**.

In der ehrenamtlichen Arbeit engagieren sich mehrheitlich Männer. In der formellen und informellen Freiwilligenarbeit sind vor allem Frauen aktiv. (Bundesamt für Statistik 1999)

Im Bereich Alterspolitik geht es auf dieser Grundlage um zwei Ziele: Einerseits muss Sorge getragen werden zu der ohne Einfluss durch Dritte funktionierenden Nachbarschaftshilfe. Andererseits muss untersucht werden, ob und wie formelle Freiwilligenarbeit gefördert werden könnte, die ergänzend zur Nachbarschaftshilfe dort einsetzt, wo das nachbarschaftliche Netz nicht oder nicht mehr ausreichend funktioniert.

#### 4.1.1 Arbeitszeit – Freizeit - Sozialzeit oder die Umverteilung der Arbeit

In diesem Kapitel soll ein weiterer Zugang zum Begriff Freiwilligenarbeit gesucht werden. Der Sozialethiker Hans Ruh (Hans Ruh, 1995) befasst sich seit Anfang der neunziger Jahre mit dem Thema "Arbeitszeit und Arbeitslosigkeit" und sucht nach Strategien zur Überwindung der Arbeitslosigkeit. Dabei merkt er, dass die heute übliche Zweiteilung der Aktivitäten des Menschen in "Arbeitszeit" und "Freizeit" dem menschlichen Handeln nicht gerecht wird. Er entwirft ein Dreikreismodell und redet von Arbeitszeit, Freizeit und neu von Sozialzeit.

Die **Arbeitszeit** ist der Teil der Arbeit, in der ein Mensch gegen Lohn arbeitet, um seine Grundbedürfnisse befriedigen zu können. Diese Arbeit kann relativ fremdbestimmt sein und braucht nicht sinnerfüllt zu sein. Verkürzt kann man sagen:

In der Arbeitszeit arbeitet der Mensch für Geld.

In der **Freizeit** erholt sich der Mensch. Er geht Aktivitäten nach, die er liebt, die er in der Erwerbszeit nicht ausleben kann. Zur Freizeit gehören unter anderem der Breitensport, die Kultur, die Religion oder die Gesundheitspflege:

In der Freizeit widmet sich der Mensch seinem persönlichen Wohlbefinden.

Neu als dritten Bereich entwickelt Ruh in Anlehnung an Spescha (1981) den Begriff **Sozialzeit**. In der Sozialzeit widmet sich das Individuum der Gemeinschaft und der Umwelt. Nach Ruh gehört auch der Bereich der Familienarbeit zur Sozialzeit. Er unterscheidet zwischen obligatorischer Sozialzeit und freiwilliger Sozialzeit. Die obligatorische Sozialzeit soll - ähnlich dem heutigen Militärdienst - von jeder einsatzfähigen Person zum Wohle der Gesellschaft geleistet werden müssen. Sie soll die soziale Verantwortung sowie das soziale Wirken des Menschen fördern und entwickeln. Dadurch wird auch die freiwillige Sozialzeit gefördert, welche das Individuum nach der obligatorischen Sozialzeit leisten kann.

In der Sozialzeit engagiert sich das Individuum für Gesellschaft und Umwelt

Im Dreikreismodell besteht ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeitszeit, Freizeit und Sozialzeit. Jeder Mensch betätigt sich nach Ruh im Laufe seines Lebens in allen drei Kreisen gleichermassen. Dieses Modell bewirkt langfristig eine Umverteilung der Arbeit. Familienarbeit wird auf Männer und Frauen verteilt. Die Erwerbsarbeit einer vollzeitig arbeitenden Person nimmt zu Gunsten der Sozialzeit ab. Dies wiederum hat zur Folge, dass es mehr bezahlte Arbeitsplätze geben muss, was zu einer Verminderung der Arbeitslosenrate führen wird.

In diesem Modell hat Freiwilligenarbeit im Rahmen der Sozialzeit denselben Stellenwert wie die Erwerbsarbeit. Jeder Tätigkeitsbereich genießt in der Gesellschaft dasselbe Ansehen. Die Frage der Anerkennung und Wertschätzung der Freiwilligenarbeit ist daher kein Thema mehr.

Etwas problematisch erscheint der Ansatz, Familienarbeit der Sozialzeit zuzurechnen. Wenn zwei Personen sich entscheiden, Kinder gross zu ziehen, wird die Arbeit der Betreuung zu einer langjährigen Verpflichtung, die nicht mehr freiwillig geleistet wird und aus der man nicht ohne weiteres aussteigen kann.

Eine Weiterentwicklung von Ruh's Modell muss zu einem Vierkreismodell führen mit einem eigenen Kreis für die Familienarbeit. Dieser Kreis würde neben der Kindererziehung die Hausarbeit beinhalten, sowie die Betreuung von kranken, betagten oder behinderten Angehörigen.

Die Begleitung betagter Menschen findet in diesem Modell der Umverteilung der Arbeit an mehreren Orten einen Zugang:

- in der Begleitung der eigenen Angehörigen im Rahmen der freiwilligen Sozialzeit oder der Familienzeit
- als Teil eines obligatorischen Sozialzeiteinsatzes
- als freiwillige Sozialzeit zum Beispiel nach der Aufgabe der Erwerbsarbeit
- und natürlich als Erwerbsarbeit in einem Pflegeberuf

## **4.2 Freiwillige Besuchsdienste**

Seit Jahrzehnten organisieren kirchliche Kreise und Frauenvereine Besuchsdienste für betagte und einsame Menschen. Die Besucherinnen waren traditionellerweise nichterwerbstätige Frauen, die nach der Phase der Kindererziehung eine neue Herausforderung suchten. Die Zahl erwerbstätiger Frauen nimmt laut Bundesamt für Statistik stetig zu. Damit ist auch der Nachwuchs dieser Besuchsdienste nicht mehr gesichert. Viele Organisationen mussten daher diese ehrenamtlichen Aktivitäten in den letzten Jahren aufgeben oder stark reduzieren.

### **4.3 Besuchsdienste, eine alte Institution neu gedacht**

Nun versuchen verschiedene Organisationen, Besuchsdienste zu neuem Leben zu erwecken und mit professionellen Mitteln motivierte Menschen zu suchen, die bereit sind, in ihrer Freizeit als freiwillige Besucher und Besucherinnen eine oder mehrere Personen regelmässig zu begleiten. Teilweise arbeitet eine Angestellte direkt mit den Freiwilligen zusammen, teilweise arbeitet die Angestellte mit lokalen Anlaufstellen zusammen. Diese Anlaufstellen werden ebenfalls von einer freiwilligen Mitarbeiterin koordiniert. So ist der Bezug zur lokalen Ebene, wo sich die Menschen besser persönlich kennen, gut gewährleistet.

Die Aufgaben dieser Besucher und Besucherinnen:

- Regelmässige Besuche als Prophylaxe gegen Vereinsamung
- Begleitung beim Einkaufen
- Begleitung zum Arzt, Coiffeur, zur Therapie
- Begleitung bei Behördengängen
- Mithilfe beim Bezahlen von Rechnungen
- Gemeinsame Ausflüge
- Vorlesen, Gespräche führen, zuhören
- Regelmässige Entlastung pflegender Angehöriger

Die Besucherinnen sind kein Ersatz für Spitex-Einsätze. Dementsprechend übernehmen sie keine Pflegeleistungen. Sie sind kein Ersatz für Hausangestellte und übernehmen weder Putz- noch Waschaufgaben. Sie sind auch nicht Ersatz für Vormundschaften oder Finanzberater. Bei der Erledigung der Alltagsarbeiten können sie dort unterstützend eingreifen, wo Betagte unsicher werden.

Diese neuen Besuchsdienste informieren sich für ihre Arbeit bei Stellen, die sich professionell mit Freiwilligenarbeit befassen, und richten sich nach deren Standards (Anhang 2).

Folgende Organisationen und Institutionen bieten Besuchsdienste an (von Escher 2002):

- Kirchgemeinden
- Frauenvereine
- Heime
- Spitex
- Spezifische Zielgruppen
- Benevol

Folgende Organisationen und Behörden, die auch mit Betagten zusammenarbeiten, sind an einem Besuchsdienst interessiert, bieten aber im Seeland selbst keinen an:

- Sozialdienste
- Schweizerisches Rotes Kreuz
- Pro Senectute

### **4.3.1 Kirchgemeinden**

Viele Kirchgemeinden, sowohl der Landeskirchen als auch der, Freikirchen kennen eigene Besuchsdienste. Teilweise handelt es sich dabei allerdings um Besuche bei Betagten zum Geburtstag oder auf Weihnachten, und nicht um eine regelmässige Begleitung über eine längere Zeit.

Die Verantwortung für den Besuchsdienst ist sehr unterschiedlich geregelt. In kleineren Gemeinden ist ein Mitglied des Kirchgemeinderates zuständig, manchmal auch der Pfarrer oder die Pfarrerin. In grösseren Gemeinden leiten Angestellte der Sozialdiakonie den Dienst. Diese professionellen Sozialdienste sind darauf bedacht, neue Freiwillige zu motivieren. Die reformierten Kirchgemeinden Bern - Jura – Solothurn haben bei der Fachstelle Gemeinde-Entwicklung eine Beauftragte für Freiwilligenarbeit angestellt. Diese arbeitet eng mit den Fachstellen im Kanton Bern zusammen und empfiehlt, die Besuchsdienste nach den Standards von Benevol Schweiz auszurichten.

### **4.3.2 Frauenvereine**

Die gemeinnützigen Frauenvereine in städtischen Gebieten und Landfrauenvereine in ländlichen Gebieten haben lange Zeit Besuchsdienste betrieben. Vor allem nicht erwerbstätige Ehefrauen haben ihre Zeit für die Begleitung älterer Menschen angeboten.

Nachdem immer mehr Frauen unabhängig von ihrem Zivilstand erwerbstätig bleiben, leiden diese Vereine unter Nachwuchsproblemen für den Besuchsdienst. Ihre Freiwilligen sind meist selber betagt oder sogar schon hochbetagt.

Die Verantwortung für den Besuchsdienst übernimmt in der Regel ebenfalls eine Freiwillige. Standards und Weiterbildung kennen sie nicht.

### **4.3.3 Heime**

Besuchsdienste in Alters-, Pflege- und Krankenheimen sind sehr unterschiedlich geregelt. Teilweise arbeitet das Heim mit externen Vereinen zusammen, zum Beispiel den Frauenvereinen der Herkunftsgemeinden ihrer Klienten und Klientinnen. Teilweise ist intern eine Besuchsdienstgruppe aktiv, die selbst auch ehrenamtlich geführt wird. Einige Altersheime



gliedern den Besuchsdienst intern dem Sozialdienst an, der für die Organisation, die Weiterbildung und die Integration der Freiwilligen zuständig ist. Eine Zusammenarbeit mit Fachstellen ist noch nicht die Regel. Die Standards sind noch nicht sehr bekannt.

#### **4.3.4 Spitex**

Seit kurzem (Spitex Bürglen seit 2000) beginnen auch Spitexdienste eigene Besuchsdienste mit Freiwilligen aufzubauen. Diese stehen nur den eigenen Kunden und Kundinnen zur Verfügung. Sie werden professionell geführt und verfügen über eine klare Auftragsbeschreibung. Sie bemühen sich um Qualitätssicherung und kennen die Standards.

#### **4.3.5 Spezifische Zielgruppen**

Verschiedene Besuchsdienste sind für spezifische Zielgruppen geschaffen worden. Sie sind aus der Mitte von Selbsthilfegruppen entstanden. Ein Beispiel ist der FBK im Seeland, der Verein **Freiwillige Begleitung von kranken und sterbenden Menschen**. Ein kantonaler Besuchsdienst für Angehörige von demenzkranken Menschen ist gegenwärtig am Entstehen. In der Regel sind diese Dienste gemeindeübergreifend organisiert. Sie bieten ihren Freiwilligen Weiterbildung an, insbesondere in Bezug auf ihre Zielgruppe.

#### **4.3.6 Benevol (unabhängige Fach- und Vermittlungsstelle für Freiwilligenarbeit)**

Ein Verein führt die unabhängigen Fach- und Vermittlungsstellen. Benevol ist professionell geführt und vermittelt Freiwillige an verschiedenste Organisationen, auch an Besuchsdienste. In Ausnahmefällen werden Freiwillige direkt an Privatpersonen vermittelt. Diese Einsätze betreut die Vermittlungsstelle selber.

#### **4.3.7 Sozialdienste**

Keine Gemeinde im Seeland hat gemäss einer Umfrage (von Escher 2002) einen von den Sozialdiensten geleiteten Besuchsdienst. Einige Gemeinden arbeiten allerdings mit lokal vorhandenen Besuchsdiensten zusammen. In einigen Gemeinden besuchen die Mitglieder der Fürsorgekommission ihre Sozialhilfebezüger ein bis zwei Mal pro Jahr (Weihnacht, Geburtstag). Von Besuchsdienst reden sie in diesem Zusammenhang nicht. Sie bieten den Besuchenden auch keine Unterstützung an.

### **4.3.8 Schweizerisches Rotes Kreuz Kanton Bern**

Im Seeland bietet das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) keinen Besuchsdienst an. Es arbeitet aber mit Benevol zusammen. Zwei andere Regionalgruppen des Roten Kreuzes im Kanton Bern betreiben einen Besuchsdienst. Sie haben über den nationalen Verband einen Leistungsvertrag mit dem Bundesamt für Sozialversicherung. Wie diese Besuchsdienste organisiert sind, ist der Autorin nicht bekannt.

### **4.3.9 Pro Senectute**

Im Seeland ist Pro Senectute (PS) im Bereich freiwillige Besuchsdienste nicht aktiv. Als Mitglied von Benevol Biel und Umgebung leitet PS Anfragen in diese Richtung an die Geschäftsstelle von Benevol weiter. Die PS Region Bern führt als einzige Regionalstelle im Kanton einen eigenen Besuchsdienst an. Dessen Organisation ist der Autorin nicht bekannt.

## **5 Methodisches Vorgehen**

Im folgenden Kapitel wird beschrieben, mit welchen Methoden in dieser Studie gearbeitet wurde. Die Unterlagen zum Fach "Moderne Managementmethoden" (Hunziker/Deloséa, 2004) dienen als Grundlage: Im Lauf von drei Phasen - Analyse, Strategie, Transfer – wird anhand von zehn Schritten das Vorgehen für strategisches Planen und Handeln beschrieben. Die ersten beiden Phasen, Analyse und Strategie, werden hier vertieft behandelt. Zum Transfer, der dritten Phase, werden im Kapitel Schlussfolgerungen Anregungen für das weitere Vorgehen gezogen.

Zuerst wurden Mission, Vision und ein erster Entwurf eines Leitbildes entwickelt. Die Analyse des Umfeldes wurde mit zwei Befragungen vertieft. Diese wurden qualitativ ausgewertet.

Die Leiterinnen von unterschiedlich strukturierten Besuchsdiensten aus dem Berner Seeland wurden befragt. Die Auswertung der Befragung diente zur Ergänzung des Leitbildes.

Danach wurden Personen befragt, die im Moment nicht freiwillig tätig sind, sich aber ein Engagement vorstellen könnten. Die Auswertung diente einer weiteren Anpassung des Leitbildes.

Die beiden Befragungen erfolgten in der Form eines Fragebogens von je zwei Seiten. Wo möglich, wurden mit geschlossenen Fragen gearbeitet. Offene Fragen wurden dort gestellt, wo Vorgaben hätten suggestiv wirken können.

Bei beiden Fragebogen wurden die Befragten gezielt nach zuvor festgelegten Kriterien ausgesucht, um ein möglichst vielfältiges Bild zu erhalten.

Die Analyse des Umfeldes soll zusammen mit einer Kundenanalyse die Grundlage für eine Strategielandkarte sein, aus der ein oder mehrere Modelle für die Freiwilligenarbeit entwickelt werden mit verschiedenen Produkten die einen erfolgreichen Besuchsdienst ausmachen können.

## 6 Mission, Vision, Leitbild "Besuchsdienste für den Kanton Bern"

Hunziker/Deloséa beschreiben in ihrem Skript vom Januar 2004 zum Fach "Moderne Management Methoden" einen Zehn-Schritte-Zyklus. In drei Phasen – Analyse, Strategie, Transfer - soll die Verwaltung ihre Arbeit regelmässig überprüfen und sich so laufend den neuen Herausforderungen der Gesellschaft anpassen können. Dieser Prozess ist auch hilfreich bei der Erarbeitung der vorliegenden Fragestellung. Kapitel 6 bis 9 befassen sich mit dem Analyseteil.

*" Als **Mission** formulieren (wir), was wir darstellen wollen oder wie unser Unternehmen von anderen gesehen werden soll.*

*Unsere **Vision** beinhaltet, was wir für wen erreichen wollen.*

*Im **Leitbild** steht für die Beteiligten und Betroffenen, wie und nach welchen Leitsätzen wir die Vision erreichen wollen.*

*Die **Strategien** des Unternehmens zeigen den einzuschlagenden Kurs."*

(Hunziker/ Deloséa 2004, S. 9)

In der ersten Phase, der Analyse, werden im vorliegenden Kapitel die Mission, die Vision und das Leitbild beschrieben.

### 6.1 Mission

Die Mission befasst sich mit der Frage, wie die Besuchsdienste von anderen wahrgenommen werden sollen. "Wer sind die andern?" ist hier die Frage. Dies sind sicher die Personen die besucht werden und die Institutionen, die selber mit Freiwilligen für Besuche arbeiten, sowie die Freiwilligen selber. Die andern, das sind aber auch die Behörden und politischen Instanzen, die allenfalls die Besuchsdienste finanziell unterstützen müssen, sowie die Medien, mit denen Verantwortliche der Besuchsdienste zusammenarbeiten müssen.

#### **A Lokal handelnd, regional vernetzt, kantonale präsent**

Der Kanton Bern verfügt über ein Netz von regionalen Besuchsdiensten, die mit lokalen Institutionen und Freiwilligen zusammenarbeiten und diese in ihrer Arbeit unterstützen. Die regionalen Besuchsdienste sind untereinander vernetzt.

**B Kompetent und professionell geführt**

Die regionalen Besuchsdienste sind Kompetenzzentren für die lokalen Besuchsdienstgruppen, deren Freiwillige sowie die nutznießenden Personen und Institutionen. Sie werden professionell geleitet.

**C Bekannt**

Die regionalen Besuchsdienste und ihre Dienstleistungen sind in der Bevölkerung und den betroffenen Institutionen bekannt. Die Bevölkerung anerkennt die Funktion der Besuchsdienste.

## 6.2 Vision

Eine Vision beschreibt, was eine Organisation für welche Anspruchsgruppen erreichen will und kann. Sie gibt Antwort auf die Frage: "Wann ist eine Organisation erfolgreich?"

Übertragen auf Besuchsdienste im Kanton Bern gibt es folgende **Anspruchsgruppen**:

- die Freiwilligen
- die Personen, die besucht werden
- pflegende Angehörige, die Freiwillige zur eigenen Entlastung beanspruchen
- Organisationen, die einen eigenen Besuchsdienst führen
- Organisationen, welche Freiwillige über Besuchsdienste suchen
- der Kanton Bern, der daran interessiert ist, dass Betagte kostengünstig möglichst lange daheim bleiben können
- die Leiterinnen (angestellte und ehrenamtliche) der verschiedenen Besuchsdienste

**Erfolgsfaktoren** für einen regionalen Besuchsdienst

- Alle betroffenen Institutionen, sowie Betagte und deren Angehörige haben **Zugang** zu einem Besuchsdienst und nutzen diesen auch bei Bedarf.
- Die Besuchsdienste arbeiten zusammen in einem **Netzwerk** mit den betroffenen Institutionen und arbeiten gemeinsam an der **Weiterentwicklung** des Angebots.
- Die **Bevölkerung** engagiert sich vermehrt als freiwillig Mitarbeitende.
- Die Besuchsdienste **rekrutieren** die notwendige Anzahl freiwilliger Mitarbeitenden.
- Die Besuchsdienste organisieren eine angemessene **Begleitung**, kontinuierliche **Weiterbildung und Anerkennung** der Freiwilligen (Sozialzeitausweis).
- Die regionalen Besuchsdienste sind kantonal miteinander vernetzt.

- Besuchsdienste haben Zugang zu einer **professionellen Unterstützung**. Begleitung Weiterbildung und Vernetzung können längerfristig nicht durch ehrenamtliche Arbeit gewährleistet werden

### 6.3 Leitbild

*"Ein Leitbild ist ein System von Grundsätzen, durch welche das künftige Verhalten eines Unternehmens charakterisiert wird."* (Hunziker/Deloséa 2004)

Das Leitbild hat zwei Funktionen:

- **Nach innen** soll es in der Form von Leitsätzen allen Beteiligten die gemeinsamen Wertvorstellungen vor Augen führen, die eignen Kernkompetenzen darstellen und Ziele formulieren, nach denen die eigene Arbeit geführt und evaluiert werden kann.
- **Nach aussen** ist es ein PR-Instrument, das den Anspruchsgruppen die eigenen Kernprodukte vorstellt sowie gegenwärtigen und zukünftigen Finanzierern bestätigen soll, dass ihr Geld gut investiert ist.

Nach Hunziker/Deloséa (2004) wird ein Leitbild in Zusammenarbeit mit den Beteiligten mit folgenden Zielen entwickelt:

- Aktuelle und kundenorientierte Umsetzung/ Konkretisierung des Auftrags
- Ableitung eines zukunfts- und erfolgsorientierten Unternehmenszweckes
- Klärung der künftigen Anforderungen, intensive Auseinandersetzung mit der Umwelt
- Analyse der eigenen Kernkompetenzen und Defizite
- Definition strategischer Handlungsfelder
- Festlegen der Grundausrichtung
- Setzen von Leitplanken für die Entscheide

Das Leitbild muss gut verständlich sein und eine für den eiligen Leser zumutbare Länge aufweisen.

In Bezug auf diese Arbeit muss eine Einschränkung gemacht werden. Das kantonale Netzwerk der Besuchsdienste ist im Moment noch Vision. Es gibt kein gemeinsames Netzwerk, sondern bloss eine Summe von wenig koordinierten Einzelinitiativen. Die Autorin hat deshalb folgendes Vorgehen gewählt: Aufgrund der gemachten eigenen Erfahrungen an ihrem Arbeitsort (Benevol Biel, Freiwilligenvermittlung) und der daraus entwickelten Mission und Vision wird ein erster Entwurf eines Leitbildes entwickelt. Nach der Befragung von Leiterinnen von Besuchsdiensten wird der Entwurf ein erstes Mal überarbeitet und nach der Befragung von potentiellen zukünftigen Freiwilligen in seine definitive Form gebracht.

### 6.3.1 Ein erster Entwurf

## LEITBILD FÜR BESUCHSDIENSTE

### Ein Glied der Alterspolitik im Kantons Bern

Besuchsdienste sind ein Glied der Alterspolitik im Kanton Bern. Sie tragen dazu bei, dass ältere Menschen möglichst lange in ihrer gewohnten Umgebung leben können. Ihre Arbeit richtet sich nach den Standards der Freiwilligenarbeit von "Benevol Schweiz". Besuchsdienste unterstehen einer professionellen Leitung und bemühen sich, dass die Standards auch an den Einsatzorten der Freiwilligen respektiert werden.

### Flächendeckendes Angebot

Besuchsdienste bilden im Kanton ein flächendeckendes Netz von Anlaufstellen. Die Besuchsdienste sind untereinander vernetzt. Sie stehen allen Interessierten offen.

### Rekrutierung und Vermittlung

Als Kompetenzzentren für Einsätze von Freiwilligen zur Begleitung von Betagten rekrutieren Besuchsdienste Freiwillige und vermitteln sie an die Einsatzorte. Den Freiwilligen bieten Besuchsdienste die Möglichkeit, einen sinnvollen Einsatz für die Gemeinschaft zu leisten, die eigenen Kompetenzen zu erweitern und neue Erfahrungen zu machen.

### Beratung, Koordination

Besuchsdienste beraten Freiwillige und Leiterinnen der lokalen Anlaufstellen. Sie koordinieren Weiterbildungsmöglichkeiten für Leiterinnen und Freiwillige.

### Zusammenarbeit

Besuchsdienste arbeiten Hand in Hand mit bestehenden Organisationen der Altersbetreuung wie Spitex, Kirchgemeinden, Heimen und Pro Senectute. Sie treten nicht in Konkurrenz zu bezahlter Arbeit, sondern ergänzen deren Angebote.

### Abbildung 3: Leitbild erster Entwurf

## 7 Umfeld analysieren

Eine erfolgreiche Strategieentwicklung entsteht aufgrund einer genauen Analyse des Umfeldes. Diese Analyse muss einerseits die heutige Situation erfassen, andererseits zukünftige Entwicklungen vorwegnehmen und alternative Entwicklungen einbeziehen (Hunziker/ Deloséa, 2004). In diesem Kapitel

Auflistung positiver und negativer Aspekte in Gegenwart und Zukunft anhand einer Vierfelder Analyse:

	Ist	Soll
positiv	<b>Stärken</b> Viele Modelle Wenig finanzieller Aufwand Historisch gewachsene Strukturen Individuell hoher persönlicher Einsatz "Dem Nächsten etwas gutes tun"	<b>Chancen</b> Gesellschaftliche Einbindung des Individuums fördern Flächendeckendes Angebot Betagte Menschen länger zu Hause pflegen Verschiedene Anbieter arbeiten zusammen Gezielt neue Zielgruppen ansprechen Sinnvoller Einsatz für Freiwillige und Besuchte Professionalität, Arbeiten mit Zielen
negativ	<b>Schwächen</b> Nachwuchssorgen Besuchsdienste verschwinden Konzeptlos Nicht allen Bedürftigen zugänglich Zugang zum Angebot ist dem Zufall überlassen	<b>Risiken</b> Verdrängen privater Einzelinitiativen Zu viel Bürokratie Rekrutierung neuer Freiwilliger Abgrenzung zu bezahlter Arbeit

**Abbildung 4: Soft Analyse der Besuchsdienste**

Die traditionellen Besuchsdienste waren das Verdienst vieler Einzelinitiativen, die vor Ort lokal verankert waren. Die Rekrutierung geschah vor allem bei den nicht erwerbstätigen Frauen oder bei direkt betroffenen Angehörigen.

Heute sind sehr viele Frauen erwerbstätig. Die traditionellen Besuchsdienste leiden daher unter Personalmangel. Das Motiv zu diesen Einsätzen, "jemandem etwas Gutes tun" kann heute nicht

mehr genügend anregen, sich einzusetzen. Die heutige Verankerung dieser Besuchsdienste in ihren Organisationen (Kirche, Frauenvereine) geschieht über die Tradition: "Das führen wir schon lange. Also soll es auch weiter existieren!" ist die Grundhaltung

Neue Besuchsdienste entstehen heute aus einem diagnostizierten Manko heraus. Eine unbefriedigende Situation verlangt nach einer Lösung. Die Planung von neuen Besuchsdiensten wird heute professionell in Angriff genommen und hängt nicht allein vom persönlichen Engagement einzelner ab. Sie ist auch nicht bloss in einer ethisch, moralischen Motivation (z.B. Kirche) begründet.

Mit Hilfe von zwei Fragebogen (Anhänge 3 und 6) sollen zwei Themen vertieft werden, weil sie zentral sind für die Zukunft des "Netzwerk Besuchsdienste".

- Wie ist ein erfolgreicher Besuchsdienst aufgebaut?
- Welche Ansprüche haben Freiwillige heute und in Zukunft?

## **7.1 Untersuchung Besuchsdienste**

Untersuchungsgebiet ist das Berner Seeland mit der Stadt Biel. Das Gebiet weist eine gewisse Repräsentativität in Bezug auf die Fragestellung für den ganzen Kanton auf. Mit Biel ist eine Stadt des Kantons dabei. Biel ist zu knapp 40% französisch sprechend und hat einen Agglomerationsgürtel. Im Berner Seeland gibt es auch schlecht erschlossene Randgebiete, mit wenig Infrastruktur, zum Beispiel ohne gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr und ohne Einkaufsmöglichkeiten im Dorf.

Der Fragebogen für die Leiterinnen wurde in zwei Schritten entwickelt. In einem ersten Schritt wurden die zu behandelnden Bereiche festgelegt und ein Entwurf erarbeitet. Dieser wurde der Leiterin von Benevol Bern (unabhängige Freiwilligenvermittlung der Stadt Bern) unterbreitet mit der Bitte, zu prüfen, ob die Fragen verständlich formuliert seien, und ob die aus der Sicht einer Expertin wichtigen Themen behandelt werden. Auf Grund der Rückmeldungen ist der Fragebogen erarbeitet worden.

### **7.1.1 Kriterien für die untersuchten Besuchsdienste:**

Folgende Kriterien wurden bei der Auswahl der Besuchsdienste berücksichtigt, um der Vielfalt der Dienste gerecht zu werden:

- Geographische Aspekte:
  - Stadt
  - Land
  - Agglomeration



- Professionalität:
  - Ehrenamtlich geführt
  - Leitung durch eine bezahlte Angestellte
- Zugehörigkeit zu verschiedenen Organisationen:
  - Spitex
  - Kirchgemeinde
  - Heim
  - Verein

Aufgrund dieser Kriterien wurden acht Besuchsdienste ausgewählt, die zusammen diese Kriterien erfüllen. In einer telefonischen Anfrage wurde zuerst angefragt, ob die entsprechenden Leiterinnen zur Teilnahme bereit seien. Alle sagten zu:

- Zwei Spitexdienste, die einen freiwilligen Besuchsdienst im Rahmen der Spitex anbieten:
  - einer aus einer Agglomerationsgemeinde,
  - einer aus einer Landgemeinde.
- Zwei Heime:
  - ein städtisches Heim mit einem geleiteten Besuchsdienst und
  - ein ländliches Heim mit freiwilligen Besucherinnen ohne eigene Leitung.
- Zwei Vereine:
  - ein Frauenverein in einer grösseren Gemeinde, der einen traditionellen Besuchsdienst voll ehrenamtlich führt
  - ein regionaler Verein, der einen Besuchsdienst für eine bestimmte Zielgruppe mit speziell ausgebildeten Freiwilligen führt.
- Zwei Kirchgemeinden:
  - eine reformierte Kirchgemeinde in einer Agglomerationsgemeinde, bei der durch die Sozialdiakonie ein Besuchsdienst neu aufgebaut wird.
  - eine städtische katholische Kirchgemeinde, bei der eine engagierte Schwester den Besuchsdienst leitet.

Eine Leiterin hat ihr Angebot zurückgezogen, weil ihr Besuchsdienst neu sehr eng mit einem der Vereine zusammenarbeitet und sie dadurch eine Vermischung der Argumente befürchtete. So sind schlussendlich sieben Fragebogen ausgewertet worden.

### **7.1.2 Aufbau des Fragebogens:**

Der Fragebogen für die Besuchsdienstleiterinnen (Anhang 3) wurde in sechs Bereiche aufgeteilt und zusammen mit einem Begleitbrief (Anhang 4) versandt.

Folgende Bereiche wurden befragt:

- a) Bestandesaufnahme mit Eckdaten des Besuchsdienstes
- b) Einbettung in die Organisation
- c) Zusammenarbeit mit Dritten
- d) Zielgruppen, die sich an den Besuchsdienst wenden können
- e) Rekrutierung der Freiwilligen
- f) Anerkennung und Unterstützung der Freiwilligen

#### Ad a) Bestandesaufnahme

Bei der Bestandesaufnahme wurde gefragt, wie viele Freiwillige beschäftigt sind, wie alt diese im Durchschnitt sind und wie die Verteilung bezüglich der Geschlechter ist. Im Weiteren wurde gefragt, wie viele Einsätze pro Jahr vermittelt werden. Diese letzte Frage konnte als einzige nicht ausgewertet werden, weil sie missverständlich beantwortet wurde.

#### Ad b) Einbettung in die Organisation

Sechs der sieben Besuchsdienste sind Teil einer grösseren Organisation oder Institution. Nur bei einem Verein sind Besuche und Begleitung einer Zielgruppe Hauptzweck. Es wurde gefragt, von wem der Besuchsdienst geleitet wird, wie er im Erscheinungsbild der Organisation verankert ist. Es wurde auch nach dem Vorhandensein einer Vision und eines Leitbildes gefragt. Beide sind laut Hunziker/Deloséa (2004) zentral für eine zukunftsweisende Strategie einer Organisation.

#### Ad c) Zusammenarbeit mit Dritten

In diesem Abschnitt interessierte, ob die Organisation mit anderen die Zusammenarbeit sucht und ob sie das Umfeld kennt und einbezieht.

#### Ad d) Zielgruppen, die sich an den Besuchsdienst wenden können

Besuchsdienste dienen verschiedenen Zielgruppen nicht nur den Betagten. Dieser Abschnitt sollte Antworten geben zur Frage, wer von Besuchsdiensten profitieren kann, aber auch wer nicht anspruchsberechtigt ist.

#### Ad e) Rekrutierung der Freiwilligen

Hier wurde gefragt, über welche Kanäle Freiwillige rekrutiert werden.

#### Ad f) Anerkennung und Unterstützung der Freiwilligen

Heute wollen Freiwillige nicht bloss dem Nächsten dienen. Sie wollen auch für sich selber profitieren, und sie wollen ernst genommen, anerkannt werden. Dieser Abschnitt ging der Frage

nach, wie Besuchsdienste Anerkennung zeigen und wie sie die Freiwilligen in ihrer Arbeit unterstützen.

### 7.1.3 Auswertung der Befragung

Ziel dieser Befragung war es, Merkmale zu suchen, die erfolgreiche von stagnierenden Besuchsdiensten unterscheiden. Dabei handelte es sich um eine qualitative Befragung. Indem die Besuchsdienste in drei Gruppen aufgeteilt wurden und danach die stagnierende Gruppe der wachsenden Gruppe gegenübergestellt wurde, konnten qualitative Aussagen über die Unterschiede gemacht werden, die in einer nächsten Studie quantitativ untermauert werden müssen.

Die Grösse der Besuchsdienste schwankt zwischen 12 und 75 Freiwilligen. Jährlich stossen zwischen weniger als einer Person und 8 neuen Freiwilligen zu den untersuchten Besuchsdiensten. Austritte aus dem Besuchsdienst gibt es zwischen 0 und 3 Personen pro Jahr. Als Mass für einen erfolgreichen Besuchsdienst wird das Verhältnis zwischen der Zahl der Freiwilligen und dem jährlichen Zuwachs genommen. Ein Besuchsdienst mit 12 Freiwilligen, der jährlich 1 neue Freiwillige motivieren kann, ist demnach erfolgreicher als ein Besuchsdienst mit 75 Mitgliedern, der jährlich um 2 Personen wächst. Dieses Vorgehen scheint mir gerechtfertigt, wenn man davon ausgeht, dass in Zukunft mehr Freiwillige gefunden werden müssen, damit Besuchsdienste einen Beitrag zur Alterspolitik im Kanton Bern leisten können.

Die Besuchsdienste werden aufgrund dieser Verhältniszahl in eine Rangordnung gebracht und in drei Gruppen aufgeteilt:

- **Stagnierende Gruppe**, die beiden schwächsten Besuchsdienste
- **mittlere Gruppe**, die drei mittleren Besuchsdienste
- **wachsende Gruppe**, die beiden wachsenden Besuchsdienste

Nachdem zwei Besuchsdienste dieselbe Verhältniszahl erreichten, ist die "wachsende Gruppe" um einen Besuchsdienst erweitert worden, so dass zwei stagnierende Besuchsdienste drei wachsenden gegenübergestellt werden können.

Die Zusammenstellung der Antworten für diese fünf Besuchsdienste kann der folgenden Tabelle entnommen werden. (Tabelle mit sämtlichen Besuchsdiensten Anhang...)

#### Legende zu Abbildung 5:

- Bereiche ohne Differenzen
- Verhältniszahl, die für die Zuordnung des Besuchsdienstes in "stagnierend" oder "wachsend" verantwortlich ist.
- Unterschiede bezüglich der Organisation
- Unterschied bezüglich den Freiwilligen
- Unterschiede bezüglich der Unterstützung, Anerkennung
- Unterschiede bezüglich Rekrutierung und Einschränkungen

\* Nicht alle Befragten führen eine Statistik mit den entsprechenden Angaben

	Stagnierende Dienste		wachsende Dienste		
Besuchsdienst	Frauenverein	Alters- und Pflegeheim	Spitex A	Spitex B	Besuchsdienst ref. Kirchgemeinde
Anzahl FW total	20	45	12	12	34
Frauen	19	44	11	12	32
Männer	1	1	1	0	2
Alter Durchschn.	67	60+	58	55	50
Anzahl Einsätze*			3 -13	5	10
Neue pro Jahr	0.4	2	2	2	6
Aussteigende pro Jahr	0.5	1	2	0	2
prozentualer Zuwachs	2	4.44	16.67	16.67	17.65
Art der Leitung	Ehrenamtlich	keine Leitung	Angestellte	Angestellte	Sozialarbeiterin, in den einzelnen Dörfern (4): ehrenamtlich
Erwähnung im Jahresbericht	ja/ an MV im Jahresbericht	unregelmässig	ja	ja	eigener Jahresbericht
Statistik	nein	nein	ja	ja	ja
eigenes Leitbild	nicht schriftlich	nein	Leitbild, Prospekt	Richtlinien, Prospekt	Leitbild, Prospekt
Zusammenarbeit mit anderen	Sozialdienst, Heime	Spitex, Spitäler	Heime, persönlich auch mit Kirchge-meinde	Kirchgemeinde Sozialdienst, Heime	Spitex, Kirchgemeinde, Sozialdienst, Heime, Gemeindebe-horde Pro Senectute, Mütter/ Väterberatung
Zielgruppen	Wohnsitz in der Gemeinde: Betagte, Kranke, HeimbewohnerInnen	Eigene Klientel	Eigene Klientel	Eigene Klientel	Wohnsitz in der Kirch-gemeinde: Betagte, Heime, Behinderte, Familien, Einsame, Stellenlose
Rekrutierung	Aufruf in Gemeindebblatt, Ansprechen an MV vom Verein	Mund zu Mund	Mund zu Mund Inserate, via Aerzte,	Mund zu Mund, Inserate	Informationsveranstaltung, ansprechen, Mund zu Mund
weitere Unterstützung	Erstgespräch, Begleitung beim 1.Mal, Beratung durch Ehrenamtliche, keine Spesen		Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen, Einführungskurs	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen, Einführungskurs geplant
Einschränkungen	3 Monate Probe, dann definitive Aufnahme	fast keine Einschränkung, bisher erst eine Ablehnung	Abklärung in Erstgespräch	Abklärung in Erstgespräch	stabile Persönlichkeit, keine Sucht, keine psychisch Kranke, Abklärung in Erstgespräch
Anerkennung	Dankeschontreffen mit Imbiss	zwei Mal Zvieri mit Referat	gemeinsames Essen, SZA	gemeinsames Essen	SZA, Merci Veranstaltung mit Essen und Vortrag

Abbildung 5: Zusammenstellung der Antworten der Leiterinnen

Gemeinsamkeiten:

Alle Besuchsdienste leben von Frauen. Männer bilden überall ein kleine bis verschwindende Minderheit. Die Freiwilligen werden bei einem Erstgespräch in ihre Arbeit eingeführt. Zur Anerkennung der geleisteten Arbeit gehört ein gemeinsames Essen als Dankeschön. Die Zielgruppen der Besuchsdienste beschränken sich auf die nähere Umgebung, teilweise auf die eigene Klientel (Spitex, Heim). Bezüglich der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen lassen sich keine Unterschiede feststellen. Alle arbeiten mit anderen Organisationen zusammen, systematisch und möglichst breit allerdings nur ein Besuchsdienst.

Unterschiede:

Kriterien	Stagnierend	wachsend
Leitung	Ehrenamtlich	Angestellte
Jahresbericht	Teilweise/ mündlich an Mitgliederversammlung	Ja/ eigener Jahresbericht für Besuchsdienst
Leitbild / Prospekt/ Richtlinien	Nein	ja
Statistik	Nein	ja
Durchschnittsalter FW	Über 60	Zwischen 50 und 58
Rekrutierung	Interne Medien/ Mund zu Mund	Inserate, Informationsveranstaltung, Mund zu Mund
Einschränkung	"Fast keine", Probezeit	Anlässlich des Erstgesprächs wird evaluiert.
Unterstützung, Anerkennung	Schmales Angebot (höchstens 5 von 10 Antwortmöglichkeiten)	Breites Angebot (mindestens 7 von 10 Antwortmöglichkeiten)

**Abbildung 6: Unterschiede zwischen stagnierenden und wachsenden Besuchsdiensten**

Und wie antworteten die beiden Besuchsdienste der mittleren Gruppe?

Ein Besuchsdienst wird von einer Ordensschwester geleitet, die sich persönlich sehr für ihre Freiwilligen engagiert. Täglich sind direkte Kontakte mit ihr möglich. Ihr einziges Führungsmittel ist eine "charte" (Vereinbarung), die sie mit neuen Freiwilligen durchgeht und die unterschrieben werden muss. Ein Teil der Besuche umfasst Gebet und Kommunionsspende, die nur durch praktizierende katholische Personen abgegeben werden kann. Die Bindung an die Kirche ist relativ stark.

Der zweite Besuchsdienst betreut eine bestimmte Zielgruppe. Er wird ehrenamtlich geleitet. Die Verantwortung ist auf mehrere Personen verteilt. Es ist sehr viel informelles Wissen vorhanden, das aber nirgends aufgeschrieben wird. An die Freiwilligen werden sehr hohe Anforderungen gestellt. So muss im Voraus während einem halben Jahr einmal pro Woche ein Einführungskurs besucht werden. Die regelmässige Weiterbildung und Supervision ist ebenfalls obligatorisch.

**Fazit:**

- Die drei **wachsenden Besuchsdienste** werden professionell geleitet. Sie verfügen über strategische Führungsinstrumente (Leitbild, Richtlinien) und evaluieren ihre Arbeit mittels einer Statistik. Für ihre Arbeit werben sie mit einem eigenen Prospekt. Freiwillige suchen sie über verschiedene Kanäle. Ihren Freiwilligen bieten sie ein breites Spektrum an Unterstützung an.
  
- Die **zwei stagnierenden Besuchsdienste** werden ehrenamtlich geführt. Sie leben von langjährigen Freiwilligen. Ihre Arbeit evaluieren sie nicht. Sie verfügen weder über ein Leitbild noch über schriftliche Richtlinien. Ihre Arbeit ist begründet in der Tradition ihrer Organisation. Die Freiwilligen werden in ihre Einsätze eingeführt, danach aber nur noch minimal begleitet. Für ihre Anliegen werben sie nicht und suchen über Mund-zu-Mund Propaganda im eigenen Umfeld nach neuen Freiwilligen.
  
- Die beiden **leicht wachsenden Besuchsdienste** zeichnen sich dadurch aus, dass auch ihre Strukturen zwischen den beiden Extremen stehen. Eine hohe Identifikation mit dem Grundthema - einmal die Religion, einmal das Thema der Zielgruppe - bestimmen sowohl die Leitung als auch die Freiwilligen. Der ehrenamtlich geführte Besuchsdienst holt sich die Professionalität, indem er intensiv mit Fachleuten zusammenarbeitet.

**7.1.4 Leitbild anpassen**

Die Befragung der sieben Besuchsdienste hat gezeigt, dass ein Besuchsdienst, der wachsen will, professionelle Strukturen braucht oder in eine professionelle Leitung eingebettet ist. Daher wird das Leitbild mit einem Abschnitt über die Leitung von Besuchsdiensten ergänzt:

## LEITBILD FÜR BESUCHSDIENSTE

### Ein Glied der Alterspolitik im Kantons Bern

Besuchsdienste sind ein Glied der Alterspolitik im Kanton Bern. Sie tragen dazu bei, dass ältere Menschen möglichst lange in ihrer gewohnten Umgebung leben können. Ihre Arbeit richtet sich nach den Standards der Freiwilligenarbeit von "Benevol Schweiz". Sie bemühen sich darum, dass diese auch an den Einsatzorten der Freiwilligen respektiert werden.

### Professionelle Leitung

Besuchsdienste unterstehen einer professionellen Leitung. Sie arbeiten mit Führungsinstrumenten und entwickeln ein Informationskonzept. Sie evaluieren ihre Arbeit.

### Flächendeckendes Angebot

Besuchsdienste bilden im Kanton ein flächendeckendes Netz von Anlaufstellen. Die Besuchsdienste sind untereinander vernetzt. Sie stehen allen Interessierten offen.

### Rekrutierung und Vermittlung

Als Kompetenzzentren für Einsätze von Freiwilligen zur Begleitung von Betagten rekrutieren Besuchsdienste Freiwillige und vermitteln sie an die Einsatzorte. Den Freiwilligen bieten Besuchsdienste die Möglichkeit, einen sinnvollen Einsatz für die Gemeinschaft zu leisten, die eigenen Kompetenzen zu erweitern und neue Erfahrungen zu machen.

### Beratung, Koordination

Besuchsdienste beraten Freiwillige und Leiterinnen der lokalen Anlaufstellen. Sie koordinieren Weiterbildungsmöglichkeiten für Leiterinnen und Freiwillige.

### Zusammenarbeit

Besuchsdienste arbeiten zusammen mit bestehenden Organisationen der Altersbetreuung. Sie treten nicht in Konkurrenz zu bezahlter Arbeit, sondern ergänzen deren Angebote.

### Abbildung 7: Leitbild 1. Ergänzung

## **7.2 Untersuchung potentielle Freiwillige**

Die Rekrutierung neuer Freiwilliger ist ein zentrales Anliegen, wenn Besuchsdienste in Zukunft einen substantiellen Beitrag in der Alterspolitik leisten sollen. Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurde ein Vorgehen gewählt, das erlauben sollte, zentrale Faktoren herauszuschälen, die noch nicht freiwillig tätige Personen ermuntern könnten, selber aktiv zu werden. Diese Personen wurden potentielle Freiwillige genannt.

Ein Fragebogen mit Begleitbrief (Anhänge 6 und 7) für die potentiellen Freiwilligen wurde in drei Schritten entwickelt. In einem ersten Schritt wurden die zu behandelnden Bereiche festgelegt und ein Entwurf erarbeitet. Im zweiten Schritt musste ein potentieller Freiwilliger die Fragen lesen und Verständnisfragen stellen. Darauf wurden Anpassungen vorgenommen und dieselbe Person versuchte, die Fragen jetzt selbstständig zu beantworten. Noch einmal wurden einige kleine Anpassungen vorgenommen.

### **7.2.1 Auswahl der befragten Personen**

Im weiteren persönlichen Umfeld der Autorin wurden Personen unterschiedlichen Alters, unterschiedlichen Geschlechts und unterschiedlicher Herkunft gesucht, die im Moment der Befragung keinem freiwilligen oder ehrenamtlichen Engagement nachgingen.

Mündlich wurden zuerst folgende Fragen gestellt, um die gezielt vorgehen zu können:

- Sind Sie im Moment in irgendeinem freiwilligen Bereich aktiv?
- Stellen Sie sich vor, Sie hätten Zeit für einen Einsatz als Freiwillige/r: Wäre für Sie ein Einsatz bei betagten oder behinderten Menschen vorstellbar?
- Sind Sie bereit, einen zweiseitigen Fragebogen auszufüllen, explizit ohne weitere Verpflichtung?

Befragt wurden Personen, die im Moment nicht freiwillig tätig waren und sich einen Einsatz zu einem späteren Zeitpunkt eventuell vorstellen konnten. 5 Personen mit möglichst unterschiedlichem Hintergrund füllten unter diesen Bedingungen den Fragebogen aus.

Die Befragten erfüllten folgende Kriterien:

- Geschlecht: 1 Mann 4 Frauen
- Erwerbstätigkeit: 1 Vollzeit berufstätig, 3 Teilzeit berufstätig, 1 Rentnerin
- Lebensformen: 1 allein stehend, 1 allein erziehend, 2 verheiratet mit Kindern, 1 Wohngemeinschaft ohne Kinder
- Wohnort: 2 Stadt, 2 Agglomeration, 1 Land
- Alter: zwischen 22- und 61-jährig



## 7.2.2 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen für die potentiellen Freiwilligen (Anhang 6) wurde in sechs Bereiche aufgeteilt:

Zu folgenden Bereichen wurden Antworten gesucht:

- a) Personalien
- b) Motivation
- c) Anlaufstellen
- d) Rahmenbedingungen
- e) Persönliche Einsatzmöglichkeiten
- f) Ansprechbarkeit

### Ad a) Personalien

Folgende Personalien wurden erhoben: Geschlecht, Alter, Wohnort, Erwerbstätigkeit, Wohn-/Lebenssituation.

### Ad b) Motivation

Es wurde nach egozentrischen und altruistischen Motiven gefragt. Es ist bekannt (Regnet, in Rosenkranz, 2002), dass Freiwillige sich nicht mehr nur aus altruistischen Gründen engagieren wollen; deshalb diese Aufteilung.

### Ad c) Anlaufstellen

Die Fragen in diesem Abschnitt befassten sich mit der Frage, wo die Befragten sich Informationen holen würden, welche Anlaufstellen ihnen bekannt waren und welche Dienstleistungen sie bei einem allfälligen Einsatz erwarten würden.

### Ad d) Rahmenbedingungen

Die bestehenden Besuchsdienste sind Teil verschiedenster Organisationen. Es interessierte, zu welchen sich die potentiellen Freiwilligen hingezogen fühlten und ob sie einzelnen Organisationen als Anlaufstellen eher skeptisch gegenüber standen.

### Ad e) Persönliche Einsatzmöglichkeiten

Wie in Kapitel 4.2. beschrieben, gibt es sehr verschiedene Einsatzmöglichkeiten bei einem freiwilligen Besuchsdienst. In diesem Abschnitt sollte in Erfahrung gebracht werden, in welcher Lebensphase die Befragten sich einen Einsatz vorstellen konnten, wie regelmässig und in welchen Gebieten sie sich diesen Einsatz vorstellten.

### Ad f) Ansprechbarkeit

Abschliessend wurde gefragt, über welche Werbemittel die Befragten ansprechbar wären.

## **7.2.3 Auswertung der Befragung**

Die Befragung hatte zum Ziel, Antworten auf folgende Fragen zu suchen:

- Welche Erwartungen haben potentielle Freiwillige an einen Besuchsdienst?
- Wie können potentielle Freiwillige erreicht werden?

Wegen der kleinen Auswahl an Befragten können nur qualitative Aussagen gemacht werden. Bei hoher Übereinstimmung der doch sehr unterschiedlichen Personen können Tendenzen sichtbar gemacht werden, die in einer weiteren Studie vertieft werden müssen.

Es wurde folgendes Vorgehen gewählt: Die Antworten wurden tabellarisch (siehe nächste Seite) dargestellt und die Antworten gemäss den Bereichen a) bis f) kommentiert.

### a) Personalien

**Engagement ab 60 Jahren:** Alle können sich ein Engagement erst vorstellen, wenn sie gegen 60 Jahre alt sind. Eine Frau bringt es auf den Punkt: "Wenn die familiären und beruflichen Verpflichtungen nicht mehr so wichtig sind". Einzig der junge Mann ohne Familie glaubt, mit zirka 50 Jahren für ein solches Engagement bereit zu sein. Die Rentnerin ist denn auch als einzige bereit, sofort einen Einsatz zu leisten.

### b) Motivation

**Für die Freiwilligen: "Ein Einsatz muss auch mir etwas bringen."** Die beiden Jüngeren erhoffen sich eine materielle Gegenleistung (Steuererlass oder Militärdienstreduktion). Die drei älteren Personen denken, dass ihnen ein Einsatz Befriedigung, Bereicherung und Freude bereiten wird. Zwei führen dies präzise aus. Eine rein altruistische Motivation, anderen etwas Gutes tun, wird niemals erwähnt.

**Für die Besuchten: Immaterielle Werte bieten und nicht Ersatz für bezahlbare Dienste sein** (Zufriedenheit, Erleichterung, Einsamkeit mindern, Ansprechperson sein, zuhören). Alle Befragten hoffen, den Besuchten immaterielle Wert bieten zu können und nicht konkrete Dienstleistungen, die auch bezahlt werden könnten, wie Pflege oder Mahlzeitendienst.

Person	A	B	C	D	E
<b>Alter</b>	22	39	49	52	61
<b>Geschlecht</b>	m	w	w	w	w
<b>Arbeit</b>	Heizungsmonteur, Vollzeit	Fitnessinstrukturin, Teilzeit	Heilpädagogin Teilzeit	employée de commerce, Teilzeit	Rentnerin
<b>Lebensform</b>	Wohngemeinschaft	Familie	Familie	Familie	Allein
<b>Motivation für sich</b>	Militärdienstlerlass Steuererlass	Steuerermässigung	Freude und Interesse an sozialen Kontakten, Kommunikation mit älteren oder Behinderten	pour des enrichissants (expérience de vie, histoire de vie personnelle) un accompagnement dans une tranche de vie difficile	Befriedigung
<b>für Gegenüber</b>	Freude, Zufriedenheit	Zufriedenheit	Gesprächspartnerin, Ansprechperson bei verschiedenen Fragen	un soulagement, un dialogue, le plaisir d'avoir quelqu'un qui vient, qui me rend service, qui m'apporte un certain confort et une écoute active.	notwendige Hilfe leisten; damit sich die Person nicht einsam fühlt
<b>Anlaufstelle</b>	Gemeinde anfragen, Heim	Gemeinde	Kirche, Spitex, Frauenverein in der eigenen Gemeinde	internet, cercle d'amies, institution, (Spitex, Pro Senectute)	Verein
<b>bekannte Stelle</b>	Benevol Biel	nein	Kirche, Spitex Frauenverein	Benevol, services sociaux, Institution	Benevol
<b>Ansprüche an Stelle</b>	genaue Vorabklärung, Beratung, Weiterbildung, Spesenentschädigung, gute Erreichbarkeit der Stelle, genaue Information im Voraus, Arb.bestätig'g	genaue Vorabklärung, Beratung, Weiterbildung, Spesenentschädigung, gute Erreichbarkeit der Stelle, Arbeitsbestätigung	genaue Vorabklärung, Beratung, Weiterbildung, Erfahrungsaustausch	Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, gute Erreichbarkeit	Beratung, Erfahrungsaustausch, Begleitung beim 1. Besuch, gute Erreichbarkeit der Stelle
<b>Akzeptanz der Anlaufstelle</b>	Spitex, Heim, Frauenvereine, unabhängiger BD, Sozialdienst, Pro Senectute	unabhängiger Besuchsdienst	spielt keine Rolle	nur unabhängiger Besuchsdienst	Anlaufstelle soll unabhängig sein
<b>Distanz</b>	ÖV: --- Auto: 15 km	ÖV: --- Auto: 20 km	ÖV: 20 Min. Auto: 5 km	ÖV: 20-30 Min Auto: 10-15 km	ÖV: 30 Min Auto: ---
<b>Ab wann</b>	Ab ca 50 jährig	ab ca.60 jährig	nach Pensionierung	la phase, où les obligations familiales ev. la vie professionnelle sont moins importantes.	jetzt
<b>wie oft</b>	1 Mal pro Monat mindestens	1 Mal pro Woche	1 Mal pro Woche	14-täglich	1 Mal wöchentlich
<b>Tätigkeiten</b>	spazieren, Gespräche führen, einkaufen, Ausflug machen	spazieren, Gespräche führen	alles, was vorgeschlagen wird	spazieren, Gespräche führen, Behördengänge	spazieren, vorlesen, Ausflüge machen
<b>Werbung: angesprochen durch</b>	Inserat, Standaktion, Flugblatt im Briefkasten, direkte Anrede	Inserat	Inserat, Prospekt, direkte Anrede	Inserat, Prospekt, Standaktion, information par la radio et la télév. locale	Standaktion, direkte Anrede

Abbildung 8: Zusammenfassung der Antworten der potentiellen Freiwilligen

### c) Anlaufstelle suchen

**Anlaufstelle in der Nähe, professionelle Unterstützung.** Alle Freiwilligen würden sich einen Einsatz über Institutionen in der nächsten Umgebung suchen (Gemeindeverwaltung, Kirchgemeinde, Spitex). Die Befragten sind nicht bereit, lange Wege auf sich zu nehmen, um einen Besuchsdienst aufzusuchen. Sie erwarten vom Besuchsdienst ein gutes Angebot an Einführung, Unterstützung und Weiterbildung. Vorhandene Anlaufstellen sind mit Ausnahme von "Benevol" (drei Personen) kaum bekannt. Diese Häufung hat (leider) weniger mit dem Bekanntheitsgrad dieser unabhängigen Vermittlungsstelle zu tun, als mit der Auswahl der Befragten. Alle leben im erweiterten persönlichen Umfeld der Autorin, die bei Benevol angestellt ist.

### d) Rahmenbedingungen

**Unabhängige Besuchsdienste im Umkreis von 20 km.** Die Befragten zeigen klare Vorlieben. Nur einer Person spielt es keine Rolle, zu welcher Organisation ein Besuchsdienst gehört. Zwei akzeptieren nur unabhängige Besuchsdienste. Vier Personen würden sich nicht bei einem Besuchsdienst der Kirchgemeinde melden.

Die Befragten sind nicht bereit, lange Wege auf sich zu nehmen, um einen Besuchsdienst aufzusuchen. Beim öffentlichen Verkehr liegt die Schmerzgrenze bei einer halben Stunde Reise. Mit dem Auto sind die Befragten höchstens bereit, 20 Kilometer weit zu fahren.

### e) Persönliche Einsatzmöglichkeiten

**Genauere Stellenbeschreibungen erleichtern die Suche.** Die Befragten können sich vorstellen, zwischen ein Mal pro Woche und "mindestens ein Mal pro Monat" einen Besuch zu machen. Diese Häufigkeit entspricht auch den Standards von Benevol Schweiz (siehe Anhang 2). Bei Einsätzen von mehr als 4-6 Stunden pro Woche sind demnach andere Lösungen als die Verpflichtung von Freiwilligen zu suchen.

Den Befragten wurden mehrere Tätigkeiten vorgeschlagen. Sie haben diese Frage sehr unterschiedlich beantwortet. Nicht zwei haben dieselben Tätigkeiten angekreuzt. Das heisst, sie wissen genau, was sie wollen und können, aber auch, welche Tätigkeiten ihnen nicht entsprechen. Freiwillige erfolgreich suchen, heisst demnach, sehr genau umschreiben, was in jedem Fall gesucht wird.

### f) Ansprechbarkeit

**Marketingkonzept.** Vier Befragte erklären, ein Inserat könne sie ansprechen, drei wollen direkt angesprochen werden oder informieren sich bei einer Standaktion. Zwei Mal werden Prospekte angekreuzt und einmal das Flugblatt. Unter "andere Ideen" werden das Internet, sowie Lokalradio und Lokalfernsehen genannt. Diese Vielfalt von Antworten zeigt, dass es nicht nur ein

einziges gutes Werbemittel gibt. Ein Marketingkonzept zur Rekrutierung von neuen Freiwilligen, das je nach Zielgruppe andere Kanäle nutzt, ist sicher sinnvoll.

Fazit:

➤ Die fünf Befragten sind bereit, sich zu engagieren, wenn sie im Beruf nicht mehr voll eingespannt sind und weniger familiäre Verpflichtungen haben, wenn sie **ca. 60-jährig** sind. Ein Einsatz muss ihnen persönlich auch etwas bieten. Sie wissen, wie stark und in welchen Bereichen sie sich engagieren wollen.

➤ Die fünf Befragten suchen sich eine **Anlaufstelle in ihrer nächsten Umgebung** und erwarten einen Besuchsdienst im Umkreis von rund 20 km. Sie erwarten eine Einführung in ihre Arbeit, Unterstützung und Weiterbildungsangebote.

➤ Der Besuchsdienst kann verschiedenen Organisationen oder Institutionen angegliedert sein. Skepsis herrscht gegenüber einem kirchlichen Besuchsdienst, bevorzugt wird ein unabhängiger Besuchsdienst.

➤ Um neue Freiwillige zu gewinnen, braucht es ein Marketingkonzept, das die verschiedenen Kanäle der Werbung berücksichtigt.

#### 7.2.4 Leitbild anpassen

Die Befragung der fünf potentiellen Freiwilligen zeigt, dass sie wenige Anlaufstellen kennen. Konkrete Einsatzmöglichkeiten sind wenig bekannt. Hingegen scheinen die Befragten zu wissen, wann sie welchen Einsatz leisten könnten. Um diese Personen mit den möglichen Einsatzorten bestmöglich zu verknüpfen, braucht es gezielte Öffentlichkeitsarbeit und ein Marketingkonzept. Deshalb wird im Leitbild noch ein Abschnitt diesem Thema gewidmet.

## LEITBILD FÜR BESUCHSDIENSTE

### Ein Glied der Alterspolitik im Kantons Bern

Besuchsdienste sind ein Glied der Alterspolitik im Kanton Bern. Sie tragen dazu bei, dass ältere Menschen möglichst lange in ihrer gewohnten Umgebung leben können. Ihre Arbeit richtet sich nach den Standards der Freiwilligenarbeit von "Benevol Schweiz". Sie bemühen sich darum, dass diese auch an den Einsatzorten der Freiwilligen respektiert werden.

### Professionelle Leitung

Besuchsdienste unterstehen einer professionellen Leitung. Sie arbeiten mit Führungsinstrumenten und entwickeln ein Informationskonzept. Sie evaluieren ihre Arbeit.

### Flächendeckendes Angebot

Besuchsdienste bilden im Kanton ein flächendeckendes Netz von Anlaufstellen. Die Besuchsdienste sind untereinander vernetzt. Sie stehen allen Interessierten offen.

### Öffentlichkeitsarbeit

Besuchsdienste entwickeln ein Marketingkonzept, um ihre Angebote breiten Bevölkerungskreisen bekannt zu machen.

### Rekrutierung und Vermittlung

Als Kompetenzzentren für Einsätze von Freiwilligen zur Begleitung von Betagten rekrutieren Besuchsdienste Freiwillige und vermitteln sie an die Einsatzorte. Den Freiwilligen bieten Besuchsdienste die Möglichkeit, einen sinnvollen Einsatz für die Gemeinschaft zu leisten, die eigenen Kompetenzen zu erweitern und neue Erfahrungen zu machen.

### Beratung, Koordination

Besuchsdienste beraten Freiwillige und Leiterinnen der lokalen Anlaufstellen. Sie koordinieren Weiterbildungsmöglichkeiten für Leiterinnen und Freiwillige.

### Zusammenarbeit

Besuchsdienste arbeiten zusammen mit bestehenden Organisationen der Altersbetreuung. Sie treten nicht in Konkurrenz zu bezahlter Arbeit, sondern ergänzen deren Angebote.

### Abbildung 9: Leitbild definitive Fassung

## 8 Kundenanalyse

*"Für die Bestimmung der Kundschaft gilt es vorerst drei Fragen auseinander zu halten:*

*Wer bestimmt die Leistung? → Leistungsbesteller*

*Wer finanziert die Leistung? → Leistungsfinanzierer*

*Wer empfängt/ benutzt die Leistung → Leistungsempfänger"*

(Hunziker/ Deloséa, 2004)

In der Privatwirtschaft bestellt oft dieselbe Person eine Leistung, die sie auch bezahlt und danach benutzt. Im Fall der unabhängigen Besuchsdienste ist die Antwort etwas komplexer. Finanzierer werden zu einem grossen Teil nicht die Benutzer sein. Die Frage der Finanzierung wird aber nicht im Rahmen dieser Arbeit erörtert. Auch die Definition des Leistungsbestellers wird hier nicht definitiv bestimmt. Der Bericht der kantonalen Gesundheits- und Fürsorgedirektion zur Alterspolitik (2004) kann in einer ersten Annäherung Hinweise für einen zukünftigen Leistungsbesteller geben. In diesem Kapitel wird der Schwerpunkt bei den Leistungsempfängern liegen. Dabei greift die Autorin auch auf ihre persönlichen Erfahrungen als Geschäftsführerin einer unabhängigen Vermittlungsstelle in Biel zurück.

In Kapitel 5.1. wurden folgende Anspruchsgruppen definiert:

- die Freiwilligen
- die Personen, die besucht werden
- Angehörige, die Freiwillige zur eigenen Entlastung beanspruchen
- Organisationen, die einen eigenen Besuchsdienst führen
- Organisationen, welche ihre Freiwilligen über Besuchsdienste suchen
- der Kanton Bern, der daran interessiert ist, dass Betagte kostengünstig möglichst lange daheim bleiben können
- die Leiterinnen (angestellte und ehrenamtliche) der verschiedenen Besuchsdienste

Die verschiedenen Anspruchsgruppen werden in diesem Kapitel in drei Kundengruppen aufgeteilt:

- die Freiwilligen
- Organisationen als Nutzniessende
- Privatpersonen als Nutzniessende

## **8.1 Freiwillige**

Die Freiwilligen, die bis jetzt schon Einsätze für einen Besuchsdienst leisten, gehören zu deren Stammkundschaft. Die Bedürfnisse der bisherigen Freiwilligen als Kunden der Besuchsdienste werden nicht näher untersucht, in der Annahme, dass sie sich nicht grundsätzlich von denjenigen der potentiellen Freiwilligen unterscheiden.

Rosenblatt (2000) stellt in einer repräsentativen Studie in Deutschland fest, dass rund 30 % der nicht freiwillig Tätigen grundsätzlich bereit wären, einen Einsatz zu leisten. Die fünf befragten Personen (Kapitel 6.2.) gehören zu dieser Gruppe. Die Auswertung der fünf Fragebogen (Kapitel 6.2.2.) ist daher eine gute Grundlage für eine Kundenanalyse der zukünftigen Kunden.

Die Befragung zeigt, dass alle sich einen Einsatz ab ca. 60 Jahren vorstellen können. Familiäre Verpflichtung und berufliche Belastung sind für die noch nicht als Freiwillige arbeitenden Personen Hinderungsgründe für ein Engagement. In der Alterspolitik des Kantons Bern sind Lösungsvorschläge für die nächsten 25 Jahre gesucht. Bis auf eine befragte Person werden alle innerhalb dieses Zeitraumes pensioniert. Die zukünftigen Besuchsdienste müssen dieses Potential an neuen Freiwilligen als wichtige Kundschaft im Auge behalten.

Es fragt sich, ob neben den frisch Pensionierten weitere Zielgruppen als potentielle Freiwillige in Frage kommen. Es ist bekannt, dass es in der Schweiz immer mehr Einpersonenhaushalte gibt. Wenn familiäre Verpflichtungen ein wichtiger Hinderungsgrund für ein freiwilliges Engagement sind, kann man auch die Gruppe der Singles als zusätzliche Zielgruppe für einen freiwilligen Einsatz in Betracht ziehen.

Die potentiellen Freiwilligen erwarten von einem Besuchsdienst, dass er gut erreichbar ist, dass sie gut in ihre Arbeit eingeführt werden und eine Möglichkeit für Erfahrungsaustausch oder Weiterbildung erhalten.

Freiwilligenarbeit soll bezahlte Arbeit ergänzen und nicht konkurrenzieren. Die Abgrenzung der Freiwilligenarbeit von bezahlter Arbeit ist ein wichtiges Kriterium bei der Planung einer Vermittlung. Freiwillige können sich ausgenutzt vorkommen, wenn von ihnen erwartet wird, dass sie zum Beispiel Haushaltarbeiten gratis verrichten sollen. Aufgabe des Besuchsdienstes ist es, auf die Grenzen der Freiwilligenarbeit hinzuweisen.

## **8.2 Organisationen als Nutzniessende**

Kunden des Besuchsdienstes können Organisationen sein, die mit Betagten zusammenarbeiten:

- Organisationen, die einen eigenen Besuchsdienst führen
- Organisationen, welche ihre Freiwilligen über Besuchsdienste suchen
- die Leiterinnen (angestellte und ehrenamtliche) der verschiedenen Besuchsdienste



Organisationen mit einem Besuchsdienst sind einerseits **Heime**, andererseits Non Profit-Organisationen, die einen eigenen Besuchsdienst als Ergänzung zu ihrem Grundangebot führen: **Kirchgemeinden, Spitexdienste, Selbsthilfeorganisationen**. Diese Besuchsdienste sind relativ stark auf sich selber gestellt. Unabhängige Besuchsdienste beanspruchen sie einerseits zur Rekrutierung neuer Freiwilliger für ihren Dienst, andererseits als Beratungsstelle bei Fachfragen. Verschiedene Nonprofit-Organisationen führen keinen eigenen Besuchsdienst, nutzen aber lokal vorhandene Dienste oder arbeiten regional mit unabhängigen Vermittlungsstellen zusammen. Darunter fallen die meisten Regionalstellen von Pro Senectute oder des Schweizerischen Roten Kreuzes, aber auch viele Spitexdienste und Sozialdienste. Die Rekrutierung von Freiwilligen wird dort immer schwieriger, wo eine professionelle Infrastruktur fehlt, welche die Freiwilligen bei ihren Einsätzen unterstützt.

Organisationen erwarten als Kunden eines unabhängigen Besuchsdienstes zwei Dinge:

- fachkompetente Beratung
- Delegation von Teilen der Verantwortung für die Freiwilligen an eine Fachinstanz

### **8.3 Private als Nutzniessende**

Der letzte Kundenkreis sind private Nutzniessende des Besuchsdienstes. Es sind dies einerseits Personen, die selber besucht werden wollen, andererseits aber auch Angehörige, die ihre betagten Verwandten selber pflegen und eine regelmässige zeitliche Entlastung suchen. Die Bedürfnisse dieser beiden Gruppen von Nutzniessenden sind sehr unterschiedlich.

Die Betagten selbst wünschen einerseits Kontakte, um nicht zu vereinsamen. Andererseits suchen sie Unterstützung in der Bewältigung ihrer Alltagsfragen. Während Freiwillige bereit sind, einen zeitlich befristeten Einsatz zu leisten, erwarten die Besuchten oft eine freundschaftliche Beziehung. Eine wichtige Aufgabe des Besuchsdienstes ist es, die Leistungen, die erbracht werden können, genau zu definieren und so die gegenseitigen Erwartungen aufeinander abzustimmen.

Pflegende Angehörige leisten heute einen grossen Beitrag an die Versorgung pflegebedürftiger Betagter. Gemäss dem Bericht "Alterspolitik im Kanton Bern" (2004, S. 4f) werden beispielsweise 50% der demenzkranken Menschen zu Hause gepflegt. Die schweizerische Alzheimervereinigung geht gar von 60% aus.

Pflegende sind rund um die Uhr für ihre Angehörigen da und stossen dabei an physische und psychische Grenzen. Vom Besuchsdienst erwarten sie einen engagierten Hütedienst, damit sie getrost einmal ausser Haus gehen können.

Sowohl pflegende Angehörige als auch die Betagten selbst erwarten vom Besuchsdienst die Vermittlung von sozial kompetenten, engagierten Freiwilligen.

## 9 Produkte des Besuchsdienste

Auf die Frage, "Was ist ein Produkt?" lautet die Antwort von Hunziker/Deloséa (2004): "Jede Leistung, die eine Verwaltungsstelle für Dritte erbringt, ist ein Produkt." und etwas später: "Amtsinterne Leistungen, die nicht an Dritte weitergegeben werden, sind im Sinne der "Wirkungsorientierten Verwaltungsführung" keine Produkte."

Aufgrund dieser Definition und der bisher gemachten Überlegungen schälen sich folgende Produkte für Besuchsdienste heraus:

Produkt	Arbeit mit Freiwilligen	Abklärung bei Nutzniessenden	Öffentlichkeitsarbeit
<b>Teilprodukte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekrutierung</li> <li>- Einführung der FW</li> <li>- Beratung</li> <li>- Weiterbildung</li> <li>- Erfahrungsaustausch</li> <li>- Anerkennung</li> <li>- Unterstützung der Leitung der lokalen Anlaufstellen (siehe auch Kapitel 10.2.3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Situationsanalyse bei Nutzniessenden</li> <li>- In Heimen zusätzlich: Einbettung der Freiwilligen in die Heimorganisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vernetzung mit Organisationen der Altersbetreuung</li> <li>- Information der Bevölkerung</li> <li>- Sensibilisierung der Behörden</li> <li>- Koordination unter den verschiedenen Besuchsdiensten</li> </ul>

**Abbildung 10: Produkte der Besuchsdienste**

Das Produkt "Arbeit mit Freiwilligen" umfasst alle Dienstleistungen, die den Freiwilligen gegenüber erbracht werden müssen. Die Teilprodukte sind aufgrund der Befragung der potentiellen Freiwilligen entstanden. In einer repräsentativen Studie muss diese Einteilung der Produkte überprüft und allenfalls angepasst werden. Ohne konkrete Erfahrungen ist dies zum jetzigen Zeitpunkt nicht sinnvoll.

Zum Produkt "Abklärung bei den Nutzniessenden": Es ist Aufgabe der Besuchsdienste, Abklärungen vor Ort zu machen um herauszufinden, welche Dienste von den Freiwilligen erwartet und erfüllt werden können. Hier geht es insbesondere darum abzuklären, ob es sich wirklich um einen freiwilligen Dienst handelt. Bezahlte Arbeit soll nicht konkurrenziert werden.

Die Öffentlichkeitsarbeit wurde in einem eigenständigen Produkt zusammengefasst. Bei den neuen freiwilligen Besuchsdiensten handelt es sich um ein neues Angebot, das zuerst bekannt gemacht werden muss. Für eine längerfristige finanzielle Sicherung des Angebotes muss intensiv Lobbying betrieben werden. Diese beiden wichtigen Punkte rechtfertigen es ein eigenes Produkt zu postulieren.

## 10 Strategielandkarte

Nach der Analysephase soll in diesem Kapitel die zukünftige Strategie entwickelt werden. Bisher ist anhand von Mission und Vision des Netzwerks Besuchsdienste im Kanton Bern ein Leitbild entwickelt worden. Die Leiterinnen von Besuchsdiensten im Seeland sowie potentielle Freiwillige sind befragt worden. Die Quintessenz der Befragungen ist in das Leitbild eingeflossen. Die Frage der Kunden der zukünftigen Besuchsdienste ist ebenfalls erarbeitet worden. Anhand dieser Vorarbeiten sollen Hauptstossrichtungen definiert werden, die zu erfolgreichen Besuchsdiensten in der Alterspolitik im Kanton Bern führen. Anhand dieser Eckpfeiler wird überlegt, wo ein hoher Abstimmungsbedarf gegenüber dem Ist-Zustand besteht. Einerseits werden Massnahmen aufgelistet, die in einem nächsten Schritt weiter bearbeitet werden müssen. Es geht andererseits um Abbaufelder, die nicht weiter verfolgt werden sollen. Dieser Prozess wird anhand einer Grafik, der Strategielandkarte (Hunziker/Deloséa, S.28, 2004), dargestellt. Da es noch keine kantonale Strategie für Besuchsdienste gibt, werden entsprechend wenig Aussagen zu den Abbaufeldern zu finden sein.

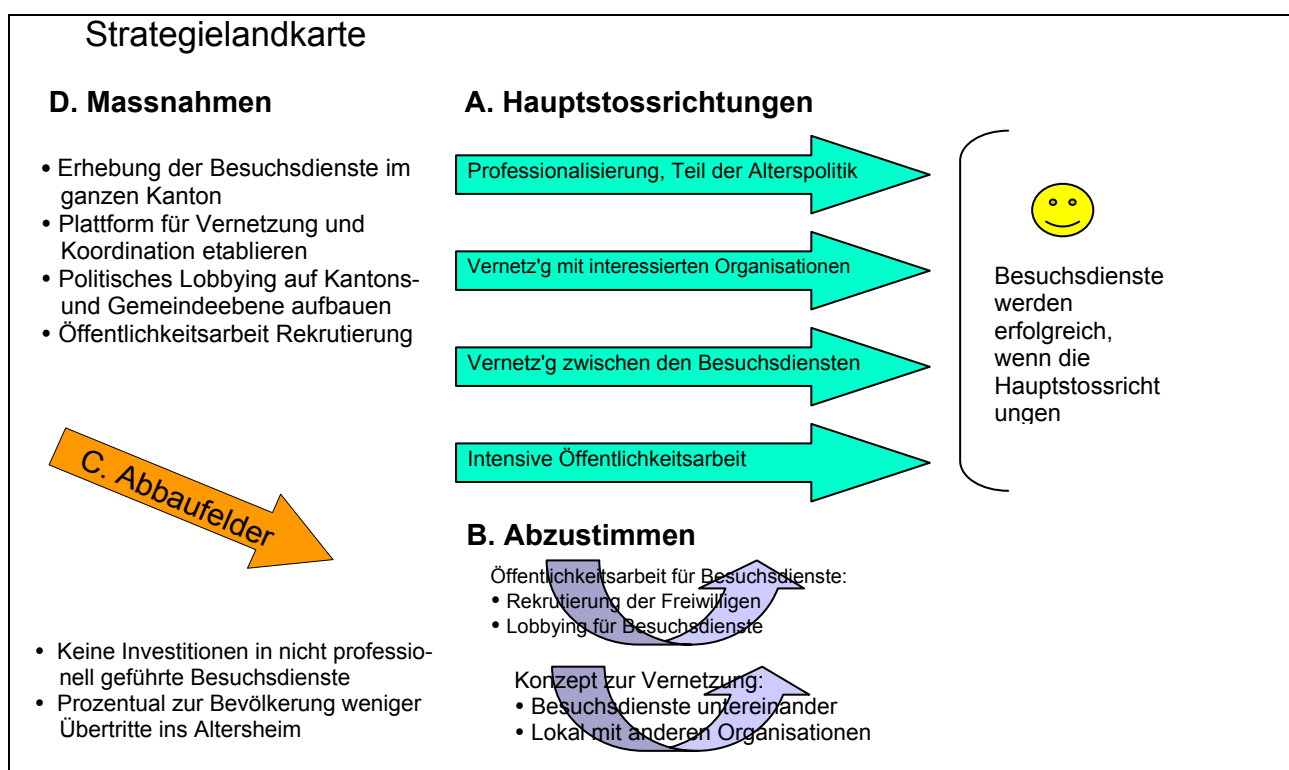


Abbildung 11: Strategielandkarte nach Hunziker, / Deloséa (2004, S. 28)

## 10.1 Hauptstossrichtungen mit den Hauptmassnahmen

Vier Hauptstossrichtungen lassen sich aus den bisher gemachten Überlegungen ableiten:

- Regionale Besuchsdienste betreiben intensiv Öffentlichkeitsarbeit.
- Regionale Besuchsdienste nutzen bestehende Netze in der Altersarbeit und suchen lokal die Zusammenarbeit mit ihnen.
- Lokale Besuchsdienste vernetzen sich untereinander und treten gemeinsam gegenüber der öffentlichen Hand auf.
- professionelle Besuchsdienste werden ein anerkanntes Glied in der kantonalen Alterspolitik.

## 10.2 Abzustimmende Elemente

In der Strategielandkarte wurden zwei Bereiche definiert, die abgestimmt werden müssen:

- Öffentlichkeitsarbeit
- Vernetzung

In der Öffentlichkeitsarbeit geht es darum, Besuchsdienste bekannter zu machen und deren Akzeptanz in der Bevölkerung und insbesondere in der Politik zu sichern. Bekannter werden müssen sie, damit in Zukunft genügend Freiwillige für die Begleitung betagter Menschen gefunden werden und das Angebot bei den betagten Menschen Beachtung finden kann. Die Akzeptanz ist zentral, weil die Leitung der Besuchsdienste Kosten verursachen, die von der öffentlichen Hand mitgetragen werden sollen.

Bei der Vernetzung, dem zweiten abzustimmenden Element sind ebenfalls zwei Aspekte zu berücksichtigen. Damit alle Betagten Besuchsdienste beanspruchen können, braucht es ein flächendeckendes Angebot, das vernetzt sein muss, zur Qualitätssicherung und Weiterentwicklung der Dienstleistungen. Vor Ort müssen die Besuchsdienste vernetzt sein mit den lokalen Organisationen, die sich mit Altersfragen beschäftigen.

### 10.2.1 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

*"ÖA ist die Kunst, durch das gesprochene oder gedruckte Wort, durch Handlungen oder durch sichtbare Symbole für die eigene Organisation und deren Dienstleistungen eine günstige öffentliche Meinung zu schaffen".* ([www.kurzundbuendig.ch/PDF/5-2\\_Definitionen.pdf](http://www.kurzundbuendig.ch/PDF/5-2_Definitionen.pdf))

*"Marketing ist die Kunst, Kunden auf gewinnbringende Weise zu finden und zufrieden zu stellen."* ([www.marketingcliff.de](http://www.marketingcliff.de))

Diese beiden Definitionen sollen das folgende Kapitel begleiten. Es gibt sehr viele Definitionen zu obigen Begriffen. Die beiden hier ausgewählten deuten an, dass es hier nicht um eine exakte Wissenschaft geht, sondern weitere Aspekte einbezogen werden müssen.

Besuchsdienste sind bei den potentiellen Freiwilligen kaum bekannt. Die alten Dienste mögen nur noch wenige zu befriedigen, die neu entstehenden sind noch nicht etabliert. Der Öffentlichkeitsarbeit und dem Marketing muss deshalb beim Aufbau des Netzwerks Besuchsdienste im Kanton Bern besondere Beachtung geschenkt werden.

Die bisherigen Ausführungen zeigen, dass freiwillige Besuchsdienste nur mit einer professionellen Leitung eine Zukunftsperspektive im Rahmen der Alterspolitik haben werden. Eine Professionalisierung verlangt nach einer gesicherten Finanzierung. Weder Kanton noch Gemeinden haben sich bisher systematisch mit freiwilligen Besuchsdiensten auseinandersetzen müssen. Die politische Ebene muss daher als Zielgruppe in der Öffentlichkeitsarbeit bewusst einbezogen werden.

Fazit:

➤ Besuchsdienste müssen Vorstellungen entwickeln über die Zusammenarbeit mit anderen Alterseinrichtungen, Spitex, Heimen und Sozialdiensten.

➤ Besuchsdienste müssen ein Marketingkonzept entwickeln in Bezug auf die Rekrutierung von Freiwilligen, die Information der Nutzniessenden und der Finanzierer.

### **10.2.2 Vernetzung vor Ort mit andern Organisationen**

Nachdem die Zeit der rein ehrenamtlich geführten Besuchsdienste dem Ende entgegen geht, ist beim Aufbau der neuen Strukturen eine enge Zusammenarbeit mit bestehenden lokalen Organisationen in der Altersbetreuung zu suchen. Nur dadurch können Synergien genutzt werden und gleichzeitig die Vorteile einer lokalen Verankerung der Besuchsdienste optimal eingesetzt werden. Die potentiellen Freiwilligen wünschten sich ja in der vorliegenden Studie eine Anlaufstelle in der Nähe. Der erste Kontakt war immer auf Gemeindeebene gesucht worden.

Die Gemeindestrukturen des Kantons Bern mit vielen sehr kleinen Gemeinden erlauben es nicht, an jedem Ort einen professionellen Besuchsdienst einzurichten. Es gibt aber auch grössere Gemeinden, in denen die Kirchgemeinde, der Frauenverein und die Spitex sich je unabhängig um einen Besuchsdienst bemühen, ohne mögliche Synergien zu nutzen.

In den Gemeinden gibt es mehrere Organisationen, die einen gemeinsamen Besuchsdienst in

Zusammenhang mit Altersbetreuung nutzen könnten:

- Sozialdienst
- Spitex
- Kirchgemeinde

Regional kommen weitere Organisationen hinzu:

- Pro Senectute
- Schweizerisches Rotes Kreuz
- Alters- und Pflegeheime

Aufgrund dieser Überlegungen scheint es sinnvoll, in möglichst vielen Gemeinden eine lokale Anlaufstelle für Besuchsdienste zu postulieren. Wo möglich, ist auf bestehende Traditionen Rücksicht zu nehmen. Am sinnvollsten ist es, wenn für diese lokale Anlaufstelle ein einziger gemeinsamer Träger bestehend aus allen interessierten lokalen Organisationen entsteht. Das Beispiel "reformierte Kirchgemeinde" in der vorliegenden Studie zeigt, dass diese lokalen Anlaufstellen in kleineren Gemeinden erfolgreich ehrenamtlich geführt werden können, wenn sie in professionelle Strukturen eingebunden sind. Die grösste dieser kleineren Gemeinden hat zirka 3300 Einwohner. Der kleinste Besuchsdienst mit professionellen Strukturen in der vorliegenden Studie umfasst ein Gebiet mit etwas mehr als 6000 Einwohnern in vier Gemeinden.

Alle untersuchten Besuchsdienste mit professionellen Strukturen sind entweder einer Kirchgemeinde oder der Spitex angegliedert und werden auch durch sie finanziert. Mit einer Ausnahme sind es keine Vollzeitstellen, meist ist der Besuchsdienst ein kleiner Teil des Pflichtenheftes einer Angestellten.

Während die Kirchgemeinden ihre Besuchsdienste allen Personen ihres Einzugsgebietes zur Verfügung stellen, beschränken sich die Spitexdienste auf ihre eigene Kundschaft. Wenn eine einzige Anlaufstelle pro Gemeinde postuliert wird, ist hier ein Konfliktpotential vorhanden, für das konstruktive Lösungen gesucht werden müssen.

Verschiedene Dienstleistungen der Besuchsdienste werden für eine relativ kleine Gruppe von Freiwilligen relativ zeitaufwändig immer wieder neu entwickelt und angeboten. Einführungskurse, Vorträge, Weiterbildung gehören dazu. Die Einführung in ein spezielles Thema, wie die Begleitung von dementen oder psychisch kranken Menschen kann von einem lokalen Besuchsdienst kaum angeboten werden. Die Leiterinnen, die nur Teilzeit für den Besuchsdienst arbeiten, sind bei ihrer Arbeit oft relativ stark auf sich allein gestellt. Die Studie von Escher (2002) hat festgestellt, dass ein grosses Bedürfnis nach einem Erfahrungsaustausch unter den Leiterinnen im Seeland besteht.

Sinnvoll ist daher die Angliederung der ehrenamtlichen Anlaufstellen auf Gemeindeebene an einen professionellen Besuchsdienst pro Region. So kann einerseits eine professionelle Unterstützung gewährleistet werden. Andererseits sind Synergien im Bereich Administration und Dienstleistungen

zu erwarten. Die Grösse der Regionen wird in Kapitel 10.2.3 noch zu diskutieren sein. Ebenda soll auch dargelegt werden, ob regionale Besuchsdienste einer bestehenden Organisation anzugliedern sind, oder ob eine eigene neue Organisation aufgebaut werden muss.

### **10.2.3 kantonale Vernetzung der regionalen Besuchsdienste**

In einem ersten Schritt müssen die Daten der bestehenden Besuchsdienste im ganzen Kanton erhoben werden. Dann wird sich weisen, ob die im Seeland erhobenen Werte auf den ganzen Kanton übertragen werden können. Wenn freiwillige Besuchsdienste ein flächendeckendes Angebot in der Alterspolitik werden sollen, braucht es eine Koordination dieser Besuchsdienste und eine Abstimmung der Angebote. Lücken und Doppelspurigkeiten müssen gezielt abgebaut werden. Bestehende funktionierende Besuchsdienste sollen in diese Zukunftsperspektiven eingebaut werden.

Wünschbar wäre langfristig ein gemeinsames Erscheinungsbild, damit diese Dienste von allen Freiwilligen und allen Nutzniessenden gut erkannt und angesprochen werden könnten.

Das neue Netzwerk Besuchsdienste ist in Zusammenarbeit mit bestehenden Besuchsdiensten aufzubauen. Unter der Annahme, dass sich die Aussagen aus dem Seeland übertragen lassen, ergibt sich folgende Struktur:

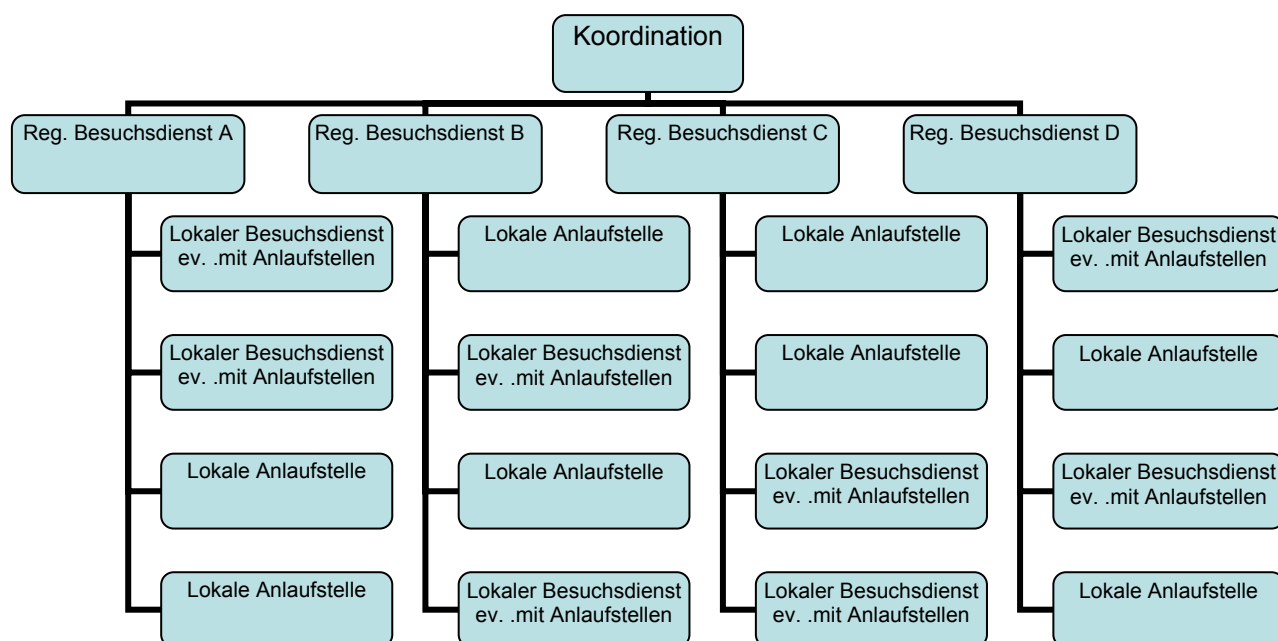
Gemeinden mit bis zu ca. 3500 Einwohnern brauchen eine ehrenamtliche Anlaufstelle, die dem Besuchsdienst einer grösseren Gemeinde oder einem regionalen Besuchsdienst angeschlossen ist. Grössere Gemeinden verfügen über einen Besuchsdienst mit professionellen Strukturen. Diese Besuchsdienste treten selbständig auf, sind aber möglichst einer bestehenden lokalen Organisation anzugliedern, die sich auch mit Altersfragen auseinandersetzt, wie Spitex, Kirchgemeinden oder Sozialdienste.

Regional müssen Besuchsdienste aufgebaut werden, denen sich die freien Anlaufstellen anschliessen. Diese regionalen Dienste übernehmen Aufgaben, die von ehrenamtlichen oder kleinen Besuchsdiensten nicht wahrgenommen werden können. Darunter fallen, die Weiterentwicklung der Besuchsdienste, ein grosser Teil der Weiterbildung der Freiwilligen und der Leiterinnen der Besuchsdienste. Die regionalen Besuchsdienste können auch gemeinsam im Rahmen der Alterspolitik gegenüber dem Kanton als Verhandlungspartner auftreten. Die potentiellen Freiwilligen gaben in der Befragung an, ein Weg von maximal einer halben Stunde sei tragbar. Unter dieser Voraussetzung braucht es im Kanton ca. sechs bis acht regionale Besuchsdienste.

Auch hier ist es sinnvoll, nach Partnern zu suchen, mit denen die Infrastruktur geteilt werden kann. Mögliche Partner sind beispielsweise die regionalen Stellen der Pro Senectute oder die sechs Sektionen des Kantonalverbandes des Schweizerischen Roten Kreuzes. Wenn ein solcher Partner anvisiert wird, kann dieser gegenüber dem Kanton als Verhandlungspartner auftreten zugunsten der regionalen Besuchsdienste. Ein weiterer möglicher Partner können auch die unabhängigen

Fach- und Vermittlungsstellen für Freiwillige sein. Im Moment gibt es nur in den Städten Bern und Biel solche Stellen (Benevol Biel und Bern und die Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit KFA). Weitere Abklärungen wären allenfalls nötig.

Das Organigramm eines Netzwerks Besuchsdienste könnte demnach so aussehen, wobei die Koordinationsstelle nicht die Funktion einer Vorgesetztenstelle hätte, sondern wie der Name es andeutet, Koordinationsaufgaben übernehmen müsste:



**Abbildung 12: Organigramm Besuchsdienstnetz im Kanton Bern**

### Zusammenfassend:

Ein solches Schema lässt viel Freiraum. Anschliessen können sich diejenigen Besuchsdienste, die an einer engeren Zusammenarbeit interessiert sind und sich verpflichten wollen, einen Beitrag zur Alterspolitik zu leisten. Die rein ehrenamtlichen Dienste müssen sich überlegen, ob sie bei diesem Professionalisierungsschub mitmachen wollen oder ob sie frei bleiben wollen. Das Netzwerk Besuchsdienste muss zum Ziel haben, mit einem gemeinsamen Angebot für Freiwillige, Nutzniessende und interessierte Organisationen und mit einer koordinierten Öffentlichkeitsarbeit aufzutreten.



### **10.3 Abbaufelder**

Weil das Ziel dieser Studie nicht eine Reorganisation sondern der Neuaufbau eines funktionierenden Netzes von Besuchsdiensten ist, gibt es kaum Abbaufelder. Aufgrund der Befragung der Leiterinnen ist davon auszugehen, dass rein ehrenamtliche Dienste kaum mehr eine Zukunft haben. Wenn es gelingt diese Dienste in ein professionelles Netz einzubinden, könnten sie die Funktion der neuen lokalen Anlaufstellen übernehmen. Falls sie ihre bisherigen Strukturen beibehalten wollen, was bei der langen Tradition und den langjährigen Freiwilligen verständlich ist, handelt es sich bei diesen Organisationen um Abbaufelder, die allerdings nicht beeinflusst werden können und sollen. Die Altersstruktur dieser Dienste deutet darauf hin, dass sie immer kleiner werden. Sie können die neuen Strukturen allenfalls ergänzen.

Ein indirektes Abbaufeld ist die Anzahl Pflegeplätze in Heimen, geht es doch mit der den flächendeckenden freiwilligen Besuchsdiensten darum, den notwendigen Ausbau an Pflegebetten einzudämmen.

### **10.4 Vorgehen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit**

In diesem Kapitel wird in sechs Schritten beschrieben, wie ein erfolgreiches Marketing für Besuchsdienste erarbeitet werden kann. Als Grundlage dient das Skript zum Fach Marketing im NDS Puma (Peter Baumann, 2002).

1. Leitbild mit Vision formulieren
2. eigene Produkte definieren
3. Situation, Umfeld klären
4. Zielgruppen definieren
5. Marketinginstrumente bestimmen
6. regelmässige Evaluation

#### **10.4.1 Leitbild mit Vision formulieren**

Das Leitbild gründet auf einer Vision und gibt Antworten auf folgende Fragen:

- Was wollen wir?
- Für wen?
- Mit welchen Mitteln?

Als Hilfe zur Formulierung der eigenen Vorstellungen dienen die Überlegungen S.18 und das Leitbild S. 35 dieser Studie.

### 10.4.2 Die eigenen Produkte definieren

Die Produkte, sagen aus, welche Dienstleistungen für wen erbracht werden sollen.

- Was bieten wir den Freiwilligen an?
- Was bieten wir interessierten Organisationen?
- Was bieten wir den Nutzniessenden (den Besuchten)?

Es muss auch geklärt werden, was nicht angeboten wird, wo der Besuchsdienst sich abgrenzt und welche Angebote er für die Freiwilligen in Zusammenarbeit mit anderen erbringen wird. Vorüberlegungen zu den Produkten sind in Kapitel 9 zu finden.

### 10.4.3 Situation, Umfeld klären

- Wer bietet was an?
- Wer ist interessiert?
- Gibt es Konkurrenten? Ist allenfalls ein Zusammengehen möglich?
- Was wird noch nicht angeboten?

Diese Fragen helfen, die eigene Position genau zu definieren. Doppelspurigkeiten sind zu meiden. Die Zusammenarbeit bewusst zu suchen. Anhand der Beantwortung dieser Fragen kann definiert werden, wer Träger eines Besuchsdienstes werden soll.

### 10.4.4 Zielgruppen definieren

- Wer hat Anrecht auf Besuche?
- Welche Personen sollen als Freiwillige angesprochen werden?
- Wer wird über andere Angebote angesprochen?
- Mit welchen Organisationen ist Zusammenarbeit erwünscht, oder sogar notwendig?
- Welche politischen Organe sind Zusammenarbeit definiert werden?

Bei einem Besuchsdienst für Betagte sind die Nutzniessenden relativ klar definiert. Trotzdem gilt es zu klären, ab welchem Alter kann der Besuchsdienst beansprucht werden, Werden Alleinstehende gleich behandelt wie Ehepaare oder in Wohngemeinschaft lebende Personen? Werden auch Besuche in Heimen angeboten? Eventuell ist auch zu überlegen, ob ein Besuchsdienst neben der Zielgruppe "Betagte" auch anderen Menschen offen stehen soll, zum Beispiel Behinderten, Familien mit kleinen Kindern oder MigrantInnen.

In Bezug auf die Freiwilligen gilt es ebenfalls zu klären, wer angeworben werden soll. Die Befragung in dieser Studie hat gezeigt, dass Menschen nach der Betreuungsphase der eigenen Kinder bereit sind, sich ein Engagement zu überlegen. Heute gibt es immer mehr Singles. Ohne familiäre Verpflichtung. Könnten sie auch eine Zielgruppe sein?

### 10.4.5 Marketinginstrumente bestimmen

Bei den Marketinginstrumenten spricht Baumann (2002) von den vier P:

- product, (Produkt)
- place, (Verteilung)
- promotion, (Kommunikation)
- price. (Preis)

Im bisher vorgeschlagenen Weg sind unter 2. die Produkte bestimmt worden. Die Grundlagen der Verteilung sind unter 3. und 4. definiert worden. Der Preis spielt in der Beziehung zwischen Freiwilligen, Besuchten und Leiterinnen bei einem freiwilligen Besuchsdienst eine marginale Rolle (Spesenentschädigung, Versicherungsfragen). Beim Lobbying mit Behörden kann der Faktor Preis trotzdem wichtig werden. Ein Ziel der Besuchsdienste ist ja, mit einem späteren Übertritt ins Altersheim, mitzuhelfen die Kostenexplosion in der Altersversorgung in Schranken zu halten.

Im Zentrum steht jetzt der Bereich **Promotion**. Zwei zentrale Aspekte können Besuchsdienste bekannt machen:

- klares wieder erkennbares Erscheinungsbild
- immer wieder präsent sein

Es ist anzunehmen, dass die finanziellen Mittel der Besuchsdienste knapp sein werden. Dank Kreativität und genauen Kenntnissen der lokalen Besonderheiten kann trotzdem eine erfolgreiche Strategie entwickelt werden.

In einem ersten Schritt ist ein eigenes **Erscheinungsbild** zu entwickeln, das immer wieder verwendet wird: im Prospekt, bei Inseraten, bei Einladungen, auf einem Flugblatt, beim Jahresbericht etc. Ein eigenes, einprägsames Logo ist sehr hilfreich. Auf jedes Produkt der Werbung gehört zwingend: Adresse, Telefon, Mailadresse, Erreichbarkeit.

**Hohe Präsenz:** Entsprechend den Vorüberlegungen ist festzulegen, über welche Kanäle kommuniziert werden soll. Ein eigener Prospekt, der immer wieder abgegeben werden kann und an allen möglichen Stellen aufliegt hilft, immer wieder präsent zu sein. Insbesondere sind bewusst Artikel in den Lokalmedien zu planen. (Jahresbericht, 5. Dezember internationaler Tag der Freiwilligen, jährliche Preisverleihung "Idee des Jahres im Besuchsdienst...") Es braucht verschiedene Mittel über verschiedene Kanäle.

Einige seien hier erwähnt:

**Kanäle der Trägerorganisationen einbinden:** Vereinsblatt, Jahresberichte, Auflegen des Prospekts im Vereinslokal...

**Prospekt auflegen:** In Wartezimmer von Arztpraxen, Therapien, Coiffeur, Fusspflege, im Quartier- oder Dorfladen, in öffentlichen Räumen wie Kirchgemeindehaus, Gemeindeverwaltung

**Aktionen** für Medienarbeit entwickeln (Lokalradio, -fernseh, -zeitung)

**Direkt anschreiben:** Frisch pensionierte z.B. über AHV Ausgleichskasse, Firmen

**Eigene Webseite**

**Direkte Anrede:** Mund zu Mund Propaganda durch Freiwillige, Besuchte, Standaktionen, Informationsabend für Interessierte

**Lokalprominenz** als Werbeträger nutzen

**Inserate**

#### **10.4.6 Regelmässige Evaluation**

Der letzte Punkt bildet die regelmässige Evaluation der Arbeit und damit die regelmässige Anpassung der Strategie an die sich verändernde Umwelt. Dieser Punkt wird im Alltag gerne vergessen oder zumindest immer wieder verschoben. Er ist aber zentral, wenn die neuen Besuchsdienste nicht in einigen Jahren an derselben Stelle stehen wollen wie heute die stagnierenden Besuchsdienste auf rein ehrenamtlicher Basis. Der Zehn-Schritte-Zyklus von Hunziker Deloséa (2004) kann auch in der Evaluation hilfreich wirken.

## **11 Beispiel: "Zyt ha für Anderi", Besuchsdienst Muri Gümligen**

Ein erfolgreiches Beispiel eines lokalen Besuchsdienstes soll die bisher gemachten Überlegungen konkretisieren.

In Muri-Gümligen haben sich verschiedenste Organisationen im Projekt "Zyt ha für Anderi" zusammengefunden. Spitex und Kirchgemeinde als grösste Träger haben sich mit dem Frauenverein, drei Heimstiftungen, dem Elternclub und dem Mütterzentrum zusammengeschlossen. Alle Träger sind im Trägerschaftsausschuss mit einem Mitglied vertreten und tragen entsprechend ihrer Finanzkraft einen Beitrag an das Projekt. Die Kirchgemeinde leitet den Trägerschaftsausschuss. In den Räumen der Spitex befindet sich der Arbeitsplatz der Geschäftsführerin. Diese ist Teilzeit von der Spitex angestellt und Teilzeit (20%) arbeitet sie für "Zyt ha für Anderi". Es wurde ein Prospekt entwickelt in den Farben blau-gelb-weiss. Diese Farben und das Bild vom Profil zweier Gesichter, die sich freundlich anschauen, sowie der Satz "Zyt ha für Anderi" begleiten den Besuchsdienst bei all seinen Auftritten. Der Prospekt wird an verschiedensten Orten in der Gemeinde aufgelegt. Ein Schaufenster konnte in den Farben des Besuchsdienstes gestaltet werden. Allgemeine Werbung wird für Freiwillige und Besuchte gemeinsam gemacht. Dadurch, dass die reformierte Kirchgemeinde das strategische Organ, den Trägerschaftsausschuss, leitet, und bei der Spitex die operative Leitung liegt, ist die Zusammenarbeit der beiden grössten Träger gesichert.

Eine Tradition in der Gemeinde sind die Geburtstagsbesuche von Betagten. Neuerdings liegt deren Organisation ebenfalls bei der Geschäftsführerin von "Zyt ha für Anderi". Sie erhält auf diesem Weg Rückmeldungen, wenn jemand in der Gemeinde, der noch von keiner offiziellen Seite begleitet wird, Hilfe in Form eines Besuchsdienstes brauchen könnte. Das Netz von Personen, die den Besuchsdienst kennen, ihn nutzen, empfehlen oder selber aktiv werden, ist so nach und nach gewachsen. Altbewährtes (Geburtstagsbesuche) konnte integriert werden. Der Besuchsdienst steht allerdings nicht nur Betagten offen, sondern dient allen Personen und Familien, die Entlastung und Unterstützung beanspruchen möchten.

Was in diesem Netz noch fehlt ist die Verknüpfung mit der politischen Gemeinde. So sucht man beispielsweise im Internet der Gemeinde vergebens nach einem Hinweis auf "Zyt ha für Anderi".

## 12 Schlussfolgerungen für das weitere Vorgehen

Die vorliegende Studie basiert auf einer kleinen Umfrage in einem kleinen Teil des Kantons Bern. Sie brachte qualitativ interessante Ergebnisse hervor.

In Bezug auf erfolgreiche Besuchsdienste kann Folgendes festgehalten werden:

- Besuchsdienste, die neue Freiwillige ansprechen werden professionell geführt.
- Sie treten selbständig auf, sind aber an eine bestehende Organisation angegliedert, die sich auch mit Altersfragen auseinandersetzt.
- Sie arbeiten lokal vernetzt.
- Kleine Gemeinden (bis zirka 3500 Einwohner) können mit ehrenamtlich geführten Anlaufstellen bedient werden. Diese Stellen werden von einem Besuchsdienst betreut.
- Für Lokale Besuchsdienste ist eine Teilzeitstelle ausreichend.
- Ein Manko besteht dort, wo ehrenamtlich geführte Anlaufstellen nicht einem bestehenden Besuchsdienst angeschlossen werden können.
- Die Betreuung der Freiwilligen ist aufwändig. Weiterbildungsangebote für Freiwillige, aber auch für Leiterinnen könnten regional koordiniert angeboten werden.
- Neu zu etablierende regionale Besuchsdienste bilden einen Lösungsansatz zur Begleitung der Anlaufstellen und zur Koordination des Weiterbildungsangebotes.

In Bezug auf die neuen Freiwilligen kann Folgendes gesagt werden:

- Es gibt potentielle Freiwillige, aber sie wissen wenig über bestehende Angebote
- Sie sind bereit, sich zu engagieren, wenn die familiäre und berufliche Belastung nachlässt.
- Sie erwarten für sich einen persönlichen Gewinn auf nicht monetärer Ebene.
- Sie wollen in ihrer Arbeit begleitet werden und wünschen sich Weiterbildungsangebote.
- Ihre erste Anlaufstelle suchen sie auf Gemeindeebene, der Besuchsdienst muss innerhalb einer halben Stunde erreichbar sein.
- Sie wissen, welche Art Einsatz sie leisten möchten.
- Sie erwarten zeitlich klar begrenzte Einsätze.

Damit die Ergebnisse auf den ganzen Kanton übertragen werden können, braucht es eine repräsentative Vertiefung dieser Studie. Insbesondere die Motivation von potentiellen Freiwilligen ist zu bestätigen. Ein Ausbau, teilweise ein Wiederaufbau der Besuchsdienste macht Sinn, wenn wirklich neue Freiwillige motiviert werden können. In diesem Fall können freiwillige Besuchsdienste

ein Glied der Alterspolitik werden, das dem Hauptanliegen von Betagten und Politik Rechnung trägt: Betagte sollen möglichst lange zu Hause in der gewohnten Umgebung leben können.

## **12.1 Nächste Schritte**

- Als nächster Schritt ist der Ist-Zustand in Bezug auf die Besuchsdienste im ganzen Kanton zu erfassen. Wer bietet wo, welches Angebot an? Wer arbeitet mit wem zusammen? Gibt es schon Netzwerke, die genutzt und ausgebaut werden können?
- In einem zweiten Schritt ist die Umfrage bei den potentiellen Freiwilligen auf ein repräsentatives Ausmass zu erweitern. Sind junge Rentner und Rentnerinnen wirklich bereit, sich für Hochbetagte zu engagieren? Gibt es weitere Zielgruppen, wie zum Beispiel Alleinstehende ohne familiäre Betreuungspflichten, die motiviert werden können? Werden die Vorstellungen der Freiwilligen dieser Umfrage auch bei einer grösseren Stichprobe bestätigt?
- In einem dritten Schritt könnten die Bedürfnisse der Betagten noch genauer erfasst werden, einerseits indem diese selbst befragt werden, andererseits aber auch durch Befragungen bei Organisationen, die sich mit der Betreuung Betagter von Amtes wegen befassen wie Spitex, Pro Senectute, Kirchgemeinden etc.
- Besonders spannend wäre ein mehrjähriger Vergleich von Betagten aus Gemeinden mit einem freiwilligen Besuchsdienst mit Gemeinden ohne dieses Angebot. Stimmen die hier aufgestellten Vermutungen, sollten Betagte aus Gemeinden mit Besuchsdienst seltener einen definitiven Pflegeplatz beanspruchen. Und die Aufenthaltsdauer im Pflegeheim sollte kürzer sein als bei Betagten ohne freiwillige Besucher und Besucherinnen.
- In einem späteren Zeitpunkt ist eventuell zu fragen, ob ein Besuchsdienst wirklich nur für Betagte eingerichtet werden soll, oder ob er sinnvollerweise auch andern Zielgruppen mit ähnlichen Bedürfnissen zur Verfügung gestellt werden könnte. Zu denken ist da an physisch oder psychisch Behinderte sowie an Familien mit kleinen Kindern. Die Autorin nimmt aus ihrer Alltagsarbeit in einer Freiwilligenagentur an, dass hier weitere Synergien genutzt werden könnten.

## 13 Quellenverzeichnis

### 13.1 Literaturverzeichnis

- Baumann Peter, Dokumentation Marketing, Skript, 2002
- von Escher Barbara, Umfrage Besuchsdienste im Berner Seeland, 2002
- Hunziker Alexander, Deloséa Eric, Moderne Management Methoden, Skript, 2004
- Huth Susanne, Grundsatzthemen der Freiwilligenarbeit, Praxisbeiträge zum bürgerschaftlichen Engagement im Dritten Lebensalter, Band 13, Peter Wiehl, Stuttgart, Marburg, Erfurt, 2002
- Knöpfel Carlo, Mehr freiwilliges Engagement im bedrängten Sozialstaat? Caritas-Verlag 1998
- Malik Fredmund, Führen, leisten, leben;, Heyne 2003
- Nadai Eva, Gemeinsinn und Eigennutz, Freiwilliges Engagement im Sozialbereich, Haupt, 1996
- Rosenblatt Bernhard, Freiwilliges Engagement in Deutschland - Freiwilligensurvey 1999, Kohlhammer, Stuttgart 2000
- Rosenkranz Doris, Angelika Weber, Freiwilligenarbeit, Juventa, Weinheim und München, 2002
- Ruh Hans, Anders, aber besser. Die Arbeit neu erfinden - für eine solidarische und überlebensfähige Welt, Verlag Im Waldgut, 1995
- Spescha Plasch, Arbeit – Freizeit – Sozialzeit, Verlag Peter Lang, 1981
- Sprenger k. Reinhard, 30 Minuten für mehr Motivation, Gabal-Verlag, 2003
- Alterspolitik 2005: Ziele. Und Wege zum Ziel, Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern, Januar 1993
- Alterspolitik im Kanton Bern, Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern, 2004
- Bundesamt für Statistik unbezahlt, aber trotzdem Arbeit, Neuenburg, 1999
- Freiwilligenarbeit in der Schweiz, Nr. 424-0000, Bundesamt für Statistik, Neuenburg, 2001
- Leitfaden Besuchsdienst – aber wie? Caritas ZH, Pro Senectute, Kt. ZH, Ev.ref. Landeskirche des Kt. ZH, SRK Kt. ZH, Eigenverlag, undatiert
- Schweizerischer Sozialzeit-Ausweis, Verstehen Aufwerten Fördern der Freiwilligenarbeit. Mappe mit losen Blättern und einem 12-seitigen Leitfaden, iyv-forum.ch 2001
- Zwischenbericht zum Stand der Umsetzung der Alterspolitik 2005, Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern, 2002

### 13.2 Internetverweise

- <http://www.benevol.ch/standards.html>
- [www.sozialzeitausweis.ch](http://www.sozialzeitausweis.ch)
- [http://www.snf.ch/de/com/prr/prr\\_arh\\_98oct20.asp](http://www.snf.ch/de/com/prr/prr_arh_98oct20.asp)
- [www.ticino.com/usr/opadlina/new/ph/eiger.htm](http://www.ticino.com/usr/opadlina/new/ph/eiger.htm)
- [www.kurzundbuendig.ch/PDF/5-2\\_Definitionen.pdf](http://www.kurzundbuendig.ch/PDF/5-2_Definitionen.pdf)
- [www.marketingcliff.de](http://www.marketingcliff.de)



## 14 Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Zuwachs der älteren Menschen insgesamt zwischen 2003 und 2030:.....	7
Abbildung 2: Zuwachs der pflegebedürftigen älteren Menschen zwischen 2003 und 2030.....	7
Abbildung 3: Leitbild erster Entwurf .....	22
Abbildung 4: Soft Analyse der Besuchsdienste .....	23
Abbildung 5: Zusammenstellung der Antworten der Leiterinnen .....	28
Abbildung 6: Unterschiede zwischen stagnierenden und wachsenden Besuchsdiensten.....	29
Abbildung 7: Leitbild 1. Ergänzung .....	31
Abbildung 8: Zusammenfassung der Antworten der potentiellen Freiwilligen.....	35
Abbildung 9: Leitbild definitive Fassung .....	38
Abbildung 10: Produkte der Besuchsdienste .....	42
Abbildung 11: Strategielandkarte nach Hunziker,/ Deloséa (2004, S. 28).....	43
Abbildung 12: Organigramm Besuchsdienstnetz im Kanton Bern .....	48

## 15 Anhänge

Anhang 1: Pressetext

Anhang 2: Standards der Freiwilligenarbeit

Anhang 3: Fragebogen Leiterinnen

Anhang 4: Begleitbrief Leiterinnen

Anhang 5: vollständige Tabelle: Auswertung Besuchsdienste

Anhang 6: Fragebogen potentielle Freiwillige

Anhang 7: Begleitbrief potentielle Freiwillige

## Anhang 1

### Presstext

#### **Freiwilligenarbeit und Alterspolitik im Kanton Bern**

Besuchsdienste, eine Chance für die Zukunft!

Barbara von Escher

**Während der kommenden dreissig Jahre braucht der Kanton jährlich sechs neue Heime mit fünfzig Betten für die steigende Zahl an alten, pflegebedürftigen Menschen. Gibt es Alternativen zu dieser Entwicklung? Ein Ansatz besteht darin, Betagte möglichst lange in der eigenen Wohnung zu begleiten, zum Beispiel mit regelmässigen Besuchen durch Freiwillige. Diese Studie geht zwei Fragen nach: Was zeichnet einen erfolgreichen Besuchsdienst aus? Wie können neue Freiwillige zu einem Engagement motiviert werden?**

#### **Betagte möglichst lange zu Hause begleiten**

Die Bevölkerung in der Schweiz wird immer älter, die geburtenstarken Jahrgänge kommen demnächst ins Rentenalter. Die generationenübergreifende Grossfamilie, die ältere Angehörige bis zum Tod begleitet, ist kaum mehr existent. Dafür nehmen Einpersonenhaushalte zu, die gar nicht mehr auf die gegenseitige Unterstützung von Angehörigen zählen können. Durch die Kumulation dieser demografischen Prozesse stellt sich die Frage der Unterstützung, Begleitung und Pflege betagter Menschen für den Staat in den nächsten 25 Jahren in einer sehr scharfen Form. Im Bericht "Alterspolitik im Kanton Bern" (2004) stellt der Kanton neun Handlungsfelder vor, mit denen er dieser Entwicklung begegnen will, damit die zu erwartenden Kosten nicht aus dem Ruder laufen. Oberstes Ziel ist es, die Unabhängigkeit alter Menschen möglichst lange zu erhalten, damit ein Heimeintritt hinausgeschoben oder sogar vermieden werden kann.

Klar stellt sich heraus, dass neben professionellen Angeboten die Gesellschaft gefordert ist, einen konkreten Beitrag zu leisten, damit die Alterspolitik auch in Zukunft sowohl finanziell tragbar als auch sozial verträglich bleibt und damit den Menschen im Alter gerecht wird.

Seit Jahrzehnten organisieren kirchliche Kreise und Frauenvereine Besuchsdienste für betagte und einsame Menschen. Die Besucherinnen waren traditionellerweise nichterwerbstätige Frauen, die nach der Phase der Kindererziehung eine neue Herausforderung suchten. Heute nimmt die Zahl erwerbstätiger Frauen laut Bundesamt für Statistik stetig zu. Damit ist auch der Nachwuchs dieser Besuchsdienste nicht mehr gesichert. Viele Organisationen mussten daher diese ehrenamtlichen Aktivitäten in den letzten Jahren aufgeben.

#### **Besuchsdienste, eine alte Institution neu gedacht**

Neu versuchen verschiedene Organisationen Besuchsdienste zu neuem Leben zu erwecken und mit professionellen Mitteln motivierte Menschen zu suchen, die bereit sind, in ihrer Freizeit als freiwillige Besucher und Besucherinnen Betagte regelmässig zu begleiten, ihnen bei der Bewältigung des Alltags beizustehen und ihnen Wege aus der Einsamkeit aufzuzeigen.

Die vorliegende Diplomarbeit sucht Antworten auf zwei Fragestellungen:

- Organisation der Besuchsdienste  
Welche qualitativen, eventuell auch quantitativen Faktoren zeichnen einen erfolgreichen Besuchsdienst mit Freiwilligen aus?  
Können anhand dieser Faktoren ein oder ev. mehrere Modelle für erfolgreiche Besuchsdienste in der zukünftigen Alterspolitik entwickelt werden, damit flächendeckend ein Netz von Diensten entsteht, die allen Bedürftigen zur Verfügung stehen?
- Freiwilliges Engagement erhöhen  
Eine deutsche repräsentative Studie (Rosenblatt 2000) zeigt, dass knapp ein Drittel der Bevölkerung Freiwilligenarbeit leistet. Ein weiteres Drittel wäre grundsätzlich bereit, sich zu engagieren. Es gibt keinen Anlass anzunehmen, dass in der Schweiz die Situation

grundsätzlich anders ist. Wie kann die Gruppe der noch nicht aktiven Menschen motiviert werden, sich in solchen Diensten zu betätigen? Gibt es spezielle Zielgruppen?

Nicht nur die Zahl der pflegebedürftigen Betagten nimmt zu. Auch die Zahl der gesunden beweglichen Rentner und Rentnerinnen steigt, die aus dem Erwerbsleben ausgestiegen sind und nach einem neuen Sinn suchen. Können diese zu einer Zielgruppe der neuen Besuchsdienste werden?

In einem ersten Schritt erstellt die Autorin anhand ihrer Vision ein Leitbild für eine Alterspolitik mit Besuchsdiensten im Kanton Bern.

Dieses Leitbild stellt sie in einem zweiten Schritt anhand einer Umweltanalyse dem Ist-Zustand gegenüber. Mit Hilfe von Fragebogen bei bestehenden Besuchsdiensten sucht sie nach Indikatoren, die erfolgreiche Besuchsdienste auszeichnen.

Ebenfalls anhand von Fragebogen, die sie von noch nicht freiwillig tätigen Personen ausfüllen lässt, sucht sie danach nach Faktoren, welche den Einstieg in einen freiwilligen Einsatz fördern.

Im dritten Schritt, der Kundenanalyse, werden die verschiedenen Kunden, mit denen ein Besuchsdienst zusammenarbeiten muss oder von denen er abhängt, dargestellt.

Anhand dieser Abklärungen werden die Aufgaben der Besuchsdienste in der Form von Produkten dargestellt und eine Strategie für neue Besuchsdienste entwickelt sowie erste Ansätze einer Umsetzung aufgezeigt.

### **Erste Ergebnisse**

Im untersuchten Bereich können erfolgreiche Besuchsdienste wie folgt charakterisiert werden:

Sie werden professionell geleitet, verfügen über strategische Führungsinstrumente und evaluieren ihre Arbeit mittels einer Statistik. Für ihre Arbeit setzen sie eigene Werbemittel ein. Freiwillige suchen sie über verschiedene Kanäle. Ihren Freiwilligen bieten sie ein breites Spektrum an Unterstützung an.

Die in dieser Studie befragten potentiellen Freiwilligen sind bereit, sich zu engagieren, sobald sie beruflich und familiär nicht mehr voll eingespannt sind. Ein Einsatz muss ihnen persönlich etwas bieten und zeitlich begrenzt sein. Sie wissen, wie stark und in welchen Bereichen sie sich engagieren wollen. Eine Anlaufstelle erwarten sie in ihrer nächsten Umgebung. Sie bevorzugen relativ unabhängige Besuchsdienste, die sie begleiten. Um neue Freiwillige zu gewinnen, müssen verschiedenste Kanäle der Werbung und Kommunikation genutzt werden.

Aufgrund dieser Ergebnisse wird die Bildung eines "Netzwerks Besuchsdienste" vorgeschlagen. Grössere Gemeinden bilden einen professionellen lokalen Besuchsdienst. Lokale Anlaufstellen erleichtern in kleinen Gemeinden den Erstkontakt zu den Freiwilligen. Diese Stellen schliessen sich einem professionellen Besuchsdienst an. Im Kanton Bern sollen sechs bis acht regionale Besuchsdienste eingerichtet werden zur Betreuung der unabhängigen Anlaufstellen. Zusätzlich übernehmen sie Aufgaben, welche kleine Stellen nicht wahrnehmen können. Darunter fallen die Weiterentwicklung der Besuchsdienste, ein grosser Teil der Weiterbildung der Freiwilligen und der Leiterinnen der Besuchsdienste.

Die Vorliegende Arbeit zeigt, es lohnt sich, das Thema "freiwillige Besuchsdienste" im Rahmen der Alterspolitik weiter zu entwickeln. Sie können ein zukünftiger Stützpunkt der ambulanten Alterspflege werden.

**Barbara von Escher** ist Psychologin FSP. Sie leitet die unabhängige Freiwilligenagentur Benevol Biel und Umgebung. Die Studie "Freiwilligenarbeit und Alterspolitik im Kanton Bern" (2004, 60 S.) hat sie als Diplomarbeit im Rahmen des Nachdiplomstudiums Public Management an der Fachhochschule für Sozialarbeit in Bern eingereicht.

## Anhang 2: Standards



VEREIN FACH- UND VERMITTLUNGSSTELLEN  
FÜR FREIWILLIGENARBEIT

### Standards der Freiwilligenarbeit

Freiwilligenarbeit ist ein gesellschaftlicher Beitrag an Mitmenschen und Umwelt. Sie wird unentgeltlich und zeitlich befristet geleistet. Freiwilligenarbeit ergänzt und unterstützt die bezahlte Arbeit, tritt zu ihr aber nicht in Konkurrenz.

#### 1. Anerkennung der Freiwilligenarbeit

Freiwillige haben ein Anrecht auf persönliche und öffentliche Anerkennung ihrer Leistung. Freiwilligenarbeit braucht zeitgemässe Rahmenbedingungen. Als geeignete Formen der Anerkennung speziell zu erwähnen sind der Freiwilligen-Ausweis, eine grosszügige Spesenregelung sowie die Übernahme von Weiterbildungskosten durch die Institution.

#### 2. Arbeitsbedingungen

Freiwillige oder ehrenamtliche Arbeit soll in der Regel nicht mehr als 4 - 6 Stunden pro Woche in Anspruch nehmen. Es ist motivierend für die Freiwilligen, wenn sie eine Mitsprachemöglichkeit bei der Ausgestaltung ihrer Aufgabe haben. Der Zugang zur Infrastruktur (Räume, Fotokopierer etc.) soll gewährleistet sein.

#### 3. Begleitung der Freiwilligen

Einsatzinstitutionen benennen eine Ansprechperson für die Freiwilligen. Ihre Aufgabe ist es, die Freiwilligen einzuführen, zu begleiten und zu unterstützen sowie deren Interessen innerhalb der Institution zu vertreten. Den Freiwilligen sollte die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch in Gruppen angeboten werden.

#### 4. Einsatzvereinbarung

Es empfiehlt sich auch bei kleineren Einsätzen, gegenseitige Erwartungen und Vereinbarungen schriftlich festzuhalten und die Dauer oder Fortsetzung des Einsatzes regelmässig zu besprechen. Die Freiwilligen bestimmen Art, Umfang und Dauer ihres Einsatzes.

#### 5. Auswertung der freiwilligen Arbeit

Freiwilligenarbeit soll ausgewertet werden. Das regelmässige Gespräch - einzeln oder angeleitet in Gruppen - dient dem Erfahrungsaustausch, der gegenseitigen Unterstützung und der Auswertung der geleisteten Arbeit.

#### 6. Spesenregelung und Versicherung

Freiwilligenarbeit ist grundsätzlich unbezahlte Arbeit. Spesen sind zu entschädigen. Als Spesen gelten effektive Auslagen wie Fahrkosten, Verpflegung, Porti, Telefone sowie Entschädigungen wie Sitzungsgelder und Pauschalen. Freiwillige sollen während ihres Einsatzes durch die Institution versichert werden (Unfall, Haftpflicht, bei Fahrdiensten zusätzlich Insassenversicherung).

#### 7. Ausweisen der geleisteten Arbeit

Institutionen, welche mit Freiwilligen arbeiten, beziehen die Freiwilligenarbeit in ihre Unternehmensphilosophie ein. Sie weisen die freiwillig oder ehrenamtlich geleisteten Stunden aus und **fördern** so deren öffentliche Anerkennung. Freiwilligenarbeit kostet; sie soll deshalb auch im Budget erscheinen.

**Anhang 3**

Seite 1

**FRAGEBOGEN LEITERINNEN BESUCHSDIENST**

Name des Besuchsdienstes .....

Träger des Besuchsdienstes .....

Anzahl Freiwillige ..... Durchschnittsalter der Freiwilligen.....

Anteil Frauen ..... Anteil Männer .....

Wie viele Einsätze vermitteln Sie pro Jahr? .....

Wie viele neue Freiwillige gewinnen Sie pro Jahr? .....

Wie viele Freiwilligen steigen pro Jahr aus? .....

**1. Einbettung in die eigene Organisation:**

Wer leitet den Besuchsdienst (Ehrenamtliche, Angestellte) und wie ist er organisiert?  
 .....

Wird die Arbeit der Freiwilligen im Jahresbericht Ihrer Organisation erwähnt? .....

Wird die Arbeit der Freiwilligen statistisch erfasst und ausgewertet? Wenn ja, wie? ...  
 .....

Was soll mit dem Besuchsdienst erreicht werden? Hat der Besuchsdienst eine Vision oder ein Leitbild schriftlich verankert? Gibt es einen Prospekt, Flyer? .....

**2. Mit wem arbeitet der Besuchsdienst zusammen?**

- Kirchgemeinde, Pfarrer/in, Sozialdiakonie       Spitexdienst
- Sozialdienst       Gemeindebehörden
- Heime.....  mit anderen, nämlich.....

Gibt es weitere Besuchsdienste an ihrem Ort, für ihre Region? Wenn ja welche?.....

Arbeiten Sie mit diesen zusammen? Wenn ja, wie?.....

Wie grenzen Sie sich von Ihnen ab? .....

**3. Wem steht Ihr Besuchsdienst offen?**

Seite 2

- Betagten ab.....Jahren
- chronisch Kranken
- Heimbewohnerinnen und –bewohnern
- Suchtkranken
- IV Rentnern und Rentnerinnen
- Familien
- Einsamen (verwitwet, alleinstehend)
- andern, nämlich.....

Gibt es weitere Einschränkungen in Bezug auf .....

- Region, Gemeindeebene .....
- eigene Kundschaft (z.B. Spitex, Heim...) .....
- ausschliesslich für Mitglied des Vereins, der Kirche, der Organisation .....

**4. Rekrutierung**

Wie suchen/ finden sie Freiwillige? (Inserate, Prospekt, ansprechen...):.....  
 .....

**5. Anerkennung**

Auf welche Art zeigen Sie Ihre Anerkennung den Freiwilligen gegenüber?  
 ( Gemeinsames Essen, Ausflug, Sozialzeitausweis...) .....

**6. Was bieten Sie den Freiwilligen zusätzlich an?**

- Einführungsgespräch .....
- Einführungskurs: .....
- Erfahrungsaustausch: ..... Wie oft? .....
- Beratung: .....
- Spesenentschädigung.....
- Begleitung beim 1. Besuch .....
- Weiterbildungsangebote: .....
- Spesenpauschale.....

Kann jede Person Freiwillige werden? Oder gibt es Einschränkungen? Wenn ja, welche?

.....  
 .....

bve, 8.04

**Anhang 4: Begleitbrief Leiterinnen**

**Barbara von Escher**  
Amselweg 1  
3267 Seedorf

Tel P: 032 392 31 18 Fax: 032 393 74 39  
Tel G: 032 322 36 16  
E-Mail: bve@greenmail.ch

---

Seedorf, 24. 8. 04

**Fragebogen Besuchsdienst im Rahmen der Diplomarbeit meines Nachdiplomstudiums**

Sehr geehrte Frau Hartung

Wie bereits telefonisch angekündigt, sende ich Ihnen meinen Fragebogen zu Ihrem Besuchsdienst. Ich bin Ihnen dankbar, wenn Sie ihn möglichst rasch ausfüllen und mir zurücksenden können, spätestens aber bis am 1. September.

Bei den Fragen mit einem  können Sie auch mehrere Antworten ankreuzen. Falls Sie bei einzelnen Fragen mehr Platz brauchen, benutzen Sie bitte die Rückseite des Blattes.

Alle Ihre Angaben werden vertraulich behandelt und nur anonymisiert weiter verwendet.

Falls Sie meine Schlussarbeit gerne lesen möchten, bitte ich Sie, mir dies mitzuteilen und, wenn möglich, Ihre Mailadresse anzugeben.

Ich danke Ihnen im Voraus bestens für Ihre Mitarbeit.

Mit freundlichen Grüssen

Barbara von Escher

Beilagen: Fragebogen, zwei Seiten  
Adressiertes und frankiertes Antwortcouvert

**Anhang 5: Auswertung Leiterinnen**

	<b>Stagnierende Dienste</b>		<b>leicht wachsende Dienste</b>	
<b>Besuchsdienst</b>	<b>Frauenverein</b>	<b>Alters- und Pflegeheim</b>	<b>Besuchsdienst kath. Kirchgemeinde</b>	<b>Freiwillige Begleitung Kranker</b>
<b>Anzahl FW total</b>	20	45	60	75
<b>Frauen</b>	19	44	48	67
<b>Männer</b>	1	1	12	8
<b>Alter Durchschnitt</b>	67	60+	74	55
<b>Anzahl Einsätze*</b>			800- 1000	
<b>Neue pro Jahr</b>	0.4	2	5	8
<b>Aussteigende pro Jahr</b>	0.5	1	3	2
<b>prozentualer Zuwachs</b>	2	4.44	8.33	10.67
<b>Art der Leitung</b>	Ehrenamtliche	keine Leitung	Angestellte (Soeur)	ehrenamtlich
<b>Erwähnung im Jahresbericht</b>	ja an MV in Jahresbericht	unregelmässig	nein	ja
<b>Statistik</b>	nein	nein	nein	ja
<b>eigenes Leitbild</b>	nichts schriftlich	nein	Charte (Vereinbarung)	Flyer
<b>Zusammenarbeit mit anderen</b>	Sozialdienst, Heime	Spitex, Spitäler	alle Bieler Heime	Benevol, Spitäler
<b>Zielgruppen</b>	Wohnsitz in der Gemeinde: Betagte, Kranke, HeimbewohnerInnen	Eigene Klientel	Betagte ab 60	Kranke, Suchtkranke, Sterbende, Behinderte
<b>Rekrutierung</b>	Aufruf in Gemeindeblatt, Ansprechen an MV vom Verein	Mund zu Mund	persönlich ansprechen, mehrere Einsätze derselben Person	Inserate, ansprechen, Flyer
<b>weitere Unterstützung</b>	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Beratung durch Ehrenamtliche, keine Spesen	Erstgespräch, Erfahrungsaustausch, Gratiskonsumation im Café	Telefonsprechstunde, Beratung	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen, Einführungskurs
<b>Einschränkungen</b>	3 Monate Probe, dann definitive Aufnahme	fast keine Einschränkung bisher erst eine Ablehnung	unter 75 Jährig beim Eintritt	eigener Einführungskurs ist obligatorisch (1/2 Jahr)
<b>Anerkennung</b>	Dankeschön-treffen mit Imbiss	zwei Mal Zvieri mit Referat	keine Angaben	Essen, SZA



	<b>wachsende Dienste</b>		
<b>Besuchsdienst</b>	<b>Spitex A</b>	<b>Spitex B</b>	<b>Besuchsdienst ref. Kirchengemeinde</b>
<b>Anzahl FW total</b>	12	12	34
<b>Frauen</b>	11	12	32
<b>Männer</b>	1	0	2
<b>Alter Durchschnitt</b>	58	55	50
<b>Anzahl Einsätze*</b>	3 -13	5	10
<b>Neue pro Jahr</b>	2	2	6
<b>Aussteigende pro Jahr</b>	2	0	2
<b>prozentualer Zuwachs</b>	16.67	16.67	17.65
<b>Art der Leitung</b>	Angestellte	Angestellte	Sozialarbeiterin, in den einzelnen Dörfern (4) Ehrenamtliche
<b>Erwähnung im Jahresbericht</b>	ja	Ja	eigener Jahresbericht
<b>Statistik</b>	ja	ja	ja
<b>eigenes Leitbild</b>	Leitbild, Prospekt	Richtlinien, Prospekt	Leitbild, Prospekt
<b>Zusammenarbeit mit anderen</b>	Heime, persönlich auch mit Kirchengemeinde	Kirchengemeinde Sozialdienst, Heime	Spitex, Kirchengemeinde, Sozialdienst, Heime, Gemeindebehörde Pro Senectute, Mütter/ Väterberatung
<b>Zielgruppen</b>	Eigene Klientel	Eigene Klientel	Wohnsitz in der Kirchengemeinde: Betagte, Heime, Behinderte, Familien, Einsame, Stellenlose
<b>Rekrutierung</b>	Mund zu Mund Inserate, via Aerzte,	Mund zu Mund, Inserate	Informationsveranstaltung, ansprechen, Mund zu Mund
<b>weitere Unterstützung</b>	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen, Einführungskurs	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen	Erstgespräch, Begleitung beim 1. Mal, Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Spesen, Einführungskurs geplant
<b>Einschränkungen</b>	Abklärung in Erstgespräch	Abklärung in Erstgespräch	stabile Persönlichkeit, keine Sucht, keine psychisch Kranke, Abklärung in Erstgespräch
<b>Anerkennung</b>	gemeinsames Essen, SZA	gemeinsames Essen	SZA, Merci Veranstaltung mit Essen und Vortrag

## Anhang 6: Fragebogen potentielle Freiwillige

### FRAGEBOGEN

Seite 1

#### 1. Personalien

Name, Vorname, Wohnort .....

Jahrgang ..... Geschlecht.....

erwerbstätig       RentnerIn       ohne Einkommen, Familienarbeit

Haupttätigkeit, Beruf.....

allein lebend       in Gemeinschaft lebend, mit Kindern       In WG lebend, ohne Kinder

#### 2. Motivation

- Weshalb können Sie sich einen Einsatz in einem freiwilligen Besuchsdienst vorstellen? Was erhoffen Sie sich dabei:

a) für sich selber.....

b) für die von Ihnen besuchte Person .....

#### 3. Anlaufstelle

- Wie würden Sie sich einen geeigneten Einsatz suchen? (Bekannte fragen, Telefonbuch, Tageszeitung, Internet, oder... ).....
- Kennen Sie Anlaufstellen, die Ihnen einen Einsatz vermitteln könnten? Welche?: .....
- Es gibt an verschiedenen Orten Besuchsdienste, die sich speziell dem Thema "Vermittlung zwischen Freiwilligen und älteren oder behinderten Menschen" widmen. Es interessiert, welche Wünsche Sie an eine solche Stelle haben mehrere Antworten sind möglich):

Genaue Vorabklärung vor dem Einsatz       Begleitung beim ersten Besuch

Beratung bei Bedarf       Weiterbildungsangebote

Erfahrungsaustausch für die Freiwilligen       Klare Regeln in Bezug auf eine

Spesenentschädigung

Professionelle Unterstützung       gute Erreichbarkeit der Anlaufstelle

gar keine, weil .....

andere .....

**4. Rahmenbedingungen:**

Seite 2

- Bestehende Besuchsdienste sind oft Teil einer regionalen Behörde oder Institution. An wen würden Sie sich wenden, wen lehnen Sie ab (**zutreffendes ankreuzen**):

Angliederung an:  ja  nein Kirche                       ja  nein Sozialdienst  
 ja  nein Spitexdienste                       ja  nein Heim  
 ja  nein Frauenvereine                       ja  nein Pro Senectute  
 ja  nein Besuchsdienst soll unabhängig sein  
 ja  nein spielt keine Rolle, weiss nicht  
 ja  nein andere.....

- Anlaufstellen für Besuchsdienste sind regional verteilt. Wie weit wären Sie bereit zu fahren, um eine solche Stelle aufzusuchen:

..... Minuten mit dem öffentlichen Verkehr  
 ..... km mit dem Auto

**5. Persönliche Einsatzmöglichkeiten**

- Versuchen Sie sich etwas festzulegen: In welcher Phase Ihres Lebens können Sie sich einen Einsatz als freiwillige BesucherIn vorstellen?.....

- Wie oft könnten Sie sich einen Einsatz als BesucherIn vorstellen?

1x wöchentlich .....  alle 14 Tage .....  1x monatlich     noch seltener

- Welche Aufgaben würden Sie (ev. nach entsprechender Einführung) gerne übernehmen (mehrere Antworten möglich):

Spazieren                       vorlesen                       Gespräche führen                       Einkaufen  
 Ausflüge machen                       Behördengänge                       bei Zahlungen unterstützen

- Stellen Sie sich vor, eine Institution sucht BesucherInnen. Wie erweckt Sie Ihr Interesse? Wie kann ie erfolgreich um Sie werben? Durch was könnten Sie sich persönlich angesprochen fühlen und sich melden? (mehrere Antworten möglich).....

Inserat                       Prospekt                       Standaktion                       Flugblatt im Briefkasten  
 direkte Anrede  andere: .....

bve, 9.04

## Anhang 7: Begleitbrief Potentielle Freiwillige

Barbara von Escher  
Amselweg 1  
3267 Seedorf

Tel P: 032 392 31 18 Fax: 032 393 74 39  
Tel G: 032 322 36 16  
E-Mail: bve@greenmail.ch

---

Seedorf, 13. September 2004

### Diplomarbeit Alterspolitik und Freiwilligenarbeit

An die Personen, die den Fragebogen für meine Diplomarbeit ausfüllen

Sie haben sich mündlich bereit erklärt meinen Fragebogen auszufüllen. Ich suchte Personen, die im Moment keine Freiwilligenarbeit leisten, aber nicht abgeneigt sind, sich jetzt oder später einmal zu engagieren. Mit diesem Fragebogen suche ich **nicht** neue Freiwillige. Mich interessiert viel mehrgrundsätzlich die Frage: Wie kommt eine Anlaufstelle zu neuen Freiwilligen? Wo können Interessierte "abgeholt" werden welche Rahmenbedingungen und welche Infrastruktur wünschen sie, damit sie bereit sind, sich zu engagieren?

Im Rahmen meines Nachdiplomstudiums in "Public Management" verfasse ich eine Diplomarbeit zum Thema "Alterspolitik und freiwillige Besuchsdienste im Kanton Bern" Ihre Antworten sind ein Bestandteil der Arbeit. Sie werden anonymisiert verwendet. Ihre persönlichen Angaben werden nicht weiter verwendet.

Ich bitte Sie, die Fragen innerhalb einer Woche zu beantworten und mir im beigelegten Antwortcouvert zurückzusenden.

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Mitarbeit

Mit freundlichen Grüssen

Barbara von Escher

Beilage: Fragebogen (2 Seiten)

## 16 Erklärung

Ich bestätige, die vorliegende Arbeit selbständig verfasst zu haben. Sämtliche Textstellen, die nicht von mir stammen, sind als Zitate gekennzeichnet und mit dem genauen Hinweis auf ihre Herkunft versehen. Die verwendeten Quellen (gilt auch für Abbildungen) sind aufgeführt.

Seedorf, ..... Unterschrift: .....

(Barbara von Escher )