



# **Mobile Begleitung in Oberösterreich – Entwicklung von Instrumenten zur Erhebung der Kundenzufriedenheit**

**Diplomarbeit**

**zur Erlangung des akademischen Grades**

**„Magistra (FH) für wirtschaftswissenschaftliche Berufe“**

**Studiengang Sozialmanagement, Linz**

**Eingereicht von Irene Linninger**

**Mat.Nr.: 02/1/0068/016**

**1. Betreuerin: Dr.<sup>in</sup> Monika Kerschbaumer**

**2. Betreuerin: Mag.<sup>a</sup> Evelyn Hanl**

**Linz, April 2006**

## **Eidesstattliche Erklärung**

**Hiermit versichere ich an Eides statt, dass ich die vorliegende**

**Diplomarbeit**

**ohne Fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommene Stellen als solche kenntlich gemacht habe.**

**Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch bei keinem anderen Prüfer / keiner anderen Prüferin als Prüfungsleistung eingereicht.**

**Mir ist bekannt, dass Zuwiderhandeln mit der Note „Nicht genügend“ (ohne Möglichkeit der Nachbesserung oder Wiederholung) geahndet wird und weitere rechtliche Schritte nach sich ziehen kann.**

---

**Ort, Datum**

**Unterschrift**

## **Danksagung:**

Ich bedanke mich an dieser Stelle bei all jenen, die durch ihre direkt oder indirekt, fachliche und / oder persönliche Unterstützung zur Entstehung dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

In diesem Zusammenhang möchte ich meine Betreuerinnen, Dr.<sup>in</sup> Monika Kerschbaumer und Mag.<sup>a</sup> Evelyn Hanl besonders hervorheben. Des Weiteren gilt mein Dank auch all jenen, die an der Erstellung des Fragebogens und des Befragungs-Leitfadens beteiligt waren (Teilnehmer / Teilnehmerinnen an der Experten-Diskussionsrunde, Teilnehmer / Teilnehmerinnen an den Pretests).

Zudem gilt mein Dank meinen Eltern und meinen Freunden / Freundinnen für deren ‚moralische‘ Unterstützung, nicht nur während des Verfassens dieser Arbeit, sondern auch während der ganzen Zeit meines Studiums.

## **Kurzfassung:**

Das Angebot ‚Mobile Begleitung‘ in Oberösterreich richtet sich an Menschen mit geistiger, Sinnes- und / oder mehrfachen Beeinträchtigungen und an Angehörige, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen.

Ziel dieser Arbeit ist die Entwicklung von Instrumenten zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Mobilen Begleitung für diese beiden Kundengruppen. Zu Beginn wird das Thema Qualitätsmanagement (Qualitätsmanagement allgemein, Qualitätsmanagement bei sozialen Dienstleistungen, Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit, Erhebung der Dienstleistungsqualität bzw. Kundenzufriedenheit) erläutert. Anschließend folgt ein Überblick über die Leistungs- und Qualitätsstandards für die Mobile Begleitung. In weiterer Folge wird auf die Theorie zur Befragung der Zielgruppe der Angehörigen eingegangen und der Prozess der Fragebogenerstellung (inkl. Abklärung mit Experten / Expertinnen und Pretests) beschrieben. Im letzten Abschnitt geht es um die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Menschen mit Beeinträchtigungen. Nach einer Übersicht über Hintergründe und Besonderheiten bei der Befragung dieser Zielgruppe wird auf die Möglichkeit der Erhebung der Kundenzufriedenheit in Form von Gruppenbefragungen im Rahmen von speziellen ‚Kunden-Qualitätszirkeln‘ eingegangen (Durchführung dieser Zirkel, Prozess der Erstellung des Befragungs-Leitfadens inkl. Abklärung mit Experten / Expertinnen und Pretests).

Schlagwörter: Behinderung, Beeinträchtigung, Befragung,  
Kundenzufriedenheit, Qualitätsmanagement

## **Abstract:**

The ‚Mobile Begleitung‘ in Upper Austria is a service for people with disabilities and people who care for people with disabilities at home (e.g. relatives, etc.).

The aim of this thesis is to develop two instruments to survey customer satisfaction for the two target groups of the ‚Mobile Begleitung‘.

At the beginning of this thesis the topic quality management is explained (quality management in general, quality management for human services management, customer orientation and customer satisfaction, quality and consumer satisfaction survey). Afterwards the prevailing quality standards for the ‚Mobile Begleitung‘ are stated. After this the theory of the customer satisfaction survey for the target group ‚people who care for people with disabilities at home‘, the theory of developing a questionnaire and the process of the development of the questionnaire (including a clarification with experts and making pretest interviews) are described. The next chapter deals with the subject of surveying the customer satisfaction of the target group ‚people with disabilities‘. After a short survey of backgrounds and specifics of surveys with people with disabilities the possibilities of measuring consumer satisfaction via special ‚consumer-quality-circles‘ are explained (realisation of these special ‚consumer-quality-circles‘, construction of the interview-guideline, including a clarification with experts and making pretest interviews).

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>I. EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
I.I. Problemstellung .....	1
I.II. Zielsetzung .....	2
I.III. Vorgehensweise .....	2
<b>II. MESSUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT ALS INSTRUMENT DES QUALITÄTSMANAGEMENTES</b> .....	<b>4</b>
II.I. Qualitätsmanagement.....	4
II.I.I. <i>Der Begriff ‚Qualität‘</i> .....	4
II.I.II. <i>Qualitätsmanagement: Definitionen und Grundüberlegungen</i> .....	7
II.I.III. <i>Die Phasen des Qualitätsmanagements</i> .....	11
II.I.IV. <i>Qualitätsmanagementsysteme</i> .....	14
II.II. Besonderheiten für das Qualitätsmanagement bei (sozialen) Dienstleistungen .....	15
II.II.I. <i>Der Charakter von Dienstleistungen</i> .....	15
II.II.II. <i>Der Qualitätsaspekt bei (sozialen) Dienstleistungen</i> .....	17
II.III. Kundenzufriedenheit als Teil des Qualitätsmanagements .....	20
II.III.I. <i>Kundenorientierung als Basis für Kundenzufriedenheit</i> .....	20
II.III.II. <i>Kundenzufriedenheit</i> .....	23
II.IV. Instrumente zur Erhebung der Dienstleistungsqualität bzw. Kundenzufriedenheit .....	26
II.IV.I. <i>Objektive Messansätze</i> .....	27
II.IV.II. <i>Subjektive Messansätze</i> .....	28
II.IV.III. <i>Merkmalsorientierte Ansätze – Multiattributive Verfahren:</i> .....	29
<b>III. MOBILE BEGLEITUNG FÜR MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN</b> .....	<b>32</b>
III.I. Zielgruppe und Ziele der Mobilen Begleitung.....	32
III.II. Inhalte der Mobilen Begleitung .....	33
III.III. Leitprinzipien bei der Mobilen Begleitung.....	34
III.IV. Qualität der Mobilen Begleitung.....	35

<b>IV. ENTWICKLUNG EINES INSTRUMENTES ZUR ERHEBUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT FÜR DIE ZIELGRUPPE DER ANGEHÖRIGEN</b> .....	<b>37</b>
IV.I. Befragungsmethode – Postalische Befragung.....	37
IV.I.I. Gütekriterien einer Messung.....	37
IV.I.II. Die Fragebogenkonstruktion.....	38
IV.I.III. Fragetypen.....	39
IV.I.IV. Grundregeln der Frageformulierung.....	42
IV.I.V. Vor- und Nachteile einer postalischen Befragung.....	43
IV.II. Entwicklung der Items aus den Leistungs- und Qualitätsstandards – Erstellung des Fragebogens.....	44
IV.II.I. Einleitung zum (inhaltlichen) Aufbau des Fragebogens.....	45
IV.II.II. Einleitungsfragen.....	45
IV.II.III. Fragen zur Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. dem ersten Gespräch und der Bedarfskonferenz.....	48
IV.II.IV. Fragen zur Zufriedenheit mit dem inhaltlichen Angebot der Mobilen Begleitung und mit deren Verlauf.....	53
IV.III. Abklärung mit Experten / Expertinnen und Anpassung des Instrumentes.....	60
IV.III.I. Einleitungsfragen.....	60
IV.III.II. Fragen zur Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. dem ersten Gespräch und der Bedarfskonferenz.....	62
IV.III.III. Fragen zur Zufriedenheit mit dem inhaltlichen Angebot der Mobilen Begleitung und mit deren Verlauf.....	64
IV.IV. Durchführung der Pretests und Finalisierung des Instrumentes.....	69
<b>V. ENTWICKLUNG EINES INSTRUMENTES ZUR ERHEBUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT FÜR DIE GRUPPE DER MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN</b> .....	<b>73</b>
V.I. Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen.....	73
V.I.I. Hintergründe zu Kundenbefragungen bei Menschen mit Beeinträchtigungen.....	73
V.I.II. Besonderheiten bei der Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen.....	74



V.I.III. Möglichkeiten der Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Menschen mit Beeinträchtigungen .....	76
V.II. Erhebung der Kundenzufriedenheit durch die modifizierte Variante eines Qualitätszirkels.....	78
V.II.I. Theoretische Hintergründe von Qualitätszirkeln.....	79
V.II.II. Erhebung der Kundenzufriedenheit von Menschen mit Beeinträchtigungen im Rahmen von ‚Kunden-Qualitätszirkeln‘ ...	80
V.III. Entwicklung eines Befragungsleitfadens zur Erhebung der Kunden- zufriedenheit bei der Zielgruppe Menschen mit Beeinträchtigungen ....	83
V.III.I. Einleitung zur Leitfadenerstellung .....	84
V.III.II. Entwicklung der Fragen zu den einzelnen Themenbereichen .....	84
V.IV. Abklärung des Befragungs-Leitfadens mit Experten / Expertinnen und Durchführung von Pretests .....	88
V.IV.I. Abklärung des Befragungs-Leitfadens mit Experten / Expertinnen .....	89
V.IV.II. Durchführung der Pretests .....	91
<b>VI. ZUSAMMENFASSUNG.....</b>	<b>93</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>97</b>
<b>ANHANG I .....</b>	<b>i</b>
<b>ANHANG II .....</b>	<b>i</b>

# **I. EINLEITUNG**

## **I.I. Problemstellung**

Die Mobile Begleitung ist – neben der Persönlichen Assistenz – einer der beiden Bereiche, die das Angebot ‚Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen‘ in Oberösterreich umfasst.

Durch dieses Angebot sollen einerseits Menschen mit geistigen, körperlichen, Sinnes- und / oder mehrfachen Beeinträchtigungen bei der Bewältigung von Alltagssituationen unterstützt werden und es soll ihnen dadurch eine autonome und eigenständige Lebensführung ermöglicht werden. Andererseits soll die Mobile Begleitung Angehörige, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, entlasten und ihnen die Gelegenheit geben mehr persönlichen Freiraum zu erhalten.<sup>1</sup>

Die Kosten für die Mobile Begleitung werden fast zur Gänze vom Land Oberösterreich getragen (die Betroffenen selbst haben einen Kostenbeitrag zu entrichten). Die Sozialabteilung beim Amt der Oberösterreichischen Landesregierung hat in Zusammenarbeit mit den Anbietern der Mobilen Begleitung Leistungs- und Qualitätsstandards entwickelt, die bei der Leistungserbringung einzuhalten sind. Zur Messung der Qualität dieser Leistung soll nun mittels geeigneter Instrumente die Zufriedenheit der beiden Kundengruppen (Menschen mit Beeinträchtigungen und deren Angehörige) erhoben werden.

---

<sup>1</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie „Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen“ 2004, S.3

## **I.II. Zielsetzung**

Das Ziel dieser Arbeit ist die Entwicklung von geeigneten Instrumenten zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Mobilen Begleitung für Menschen mit Beeinträchtigungen für die beiden Kundengruppen.

Eine besondere Herausforderung stellt hierbei die Zielgruppe der Betroffenen dar: das Instrument soll an die jeweiligen Bedürfnisse und Fähigkeiten der zu befragenden Kunden / Kundinnen angepasst werden, um deren Zufriedenheit mit der Leistung feststellen zu können, ohne dabei diese Zielgruppe zu überfordern oder zu bevormunden.

## **I.III. Vorgehensweise**

Zu Beginn dieser Arbeit wird das Thema Qualitätsmanagement theoretisch erläutert. Dies umfasst die Bereiche Qualitätsmanagement im Allgemeinen, Besonderheiten, die sich dabei für (soziale) Dienstleistungen ergeben, Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit als Teil des Qualitätsmanagements sowie einen Überblick über Instrumente zur Erhebung der Dienstleistungsqualität bzw. der Kundenzufriedenheit.

Im Anschluss daran folgt eine kurze Zusammenfassung der Leistungs- und Qualitätsstandards für die Mobile Begleitung.

Das darauf folgende Kapitel behandelt die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen. Zu Beginn dieses Abschnittes wird auf die Theorie zur Befragungsmethode (postalische Befragung) eingegangen. Im Anschluss daran wird der Prozess der Fragebogenerstellung beschrieben; dies umfasst die Erstellung der ersten Version des Fragebogens, die Abklärung dieses Entwurfes mit Vertretern / Vertreterinnen der Anbieter der Mobilen Begleitung als Experten / Expertinnen sowie die Durchführung von Pretests zur Überprüfung der Anwendbarkeit bzw. Tauglichkeit des Instrumentes und die damit jeweils verbundenen Adaptierungen.

Im letzten Abschnitt geht es um die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Zielgruppe der Menschen mit Beeinträchtigungen. Hier wird anfangs auf die Hintergründe und Besonderheiten, welche sich bei der Befragung von

Menschen mit Beeinträchtigungen ergeben können, sowie auf die Möglichkeiten zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei dieser Zielgruppe eingegangen. Darauf folgt die Beschreibung der möglichen Durchführung dieser Erhebung mittels spezieller ‚Kunden-Qualitätszirkel‘, einer Art Gruppenbefragung angelehnt an die Idee der Qualitätszirkel. Weiters wird auf den Prozess der Erstellung eines Leitfadens für die Befragung im Rahmen dieser speziellen ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ eingegangen; ähnlich wie beim Fragebogen für die Zielgruppe der Angehörigen werden hier ebenfalls die Abklärung mit Experten / Expertinnen, die Durchführung der Pretests sowie die Fertigstellung dieses Instruments geschildert.

Am Ende dieser Arbeit werden in der Zusammenfassung v.a. diese Prozesse nochmals reflektiert.

## II. MESSUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT ALS INSTRUMENT DES QUALITÄTSMANAGEMENTES

In diesem Kapitel soll anfangs erklärt werden, was unter den Begriffen „Qualität“ und „Qualitätsmanagement“ zu verstehen ist und welche Besonderheiten sich diesbezüglich bei (sozialen) Dienstleistungen ergeben. Da das Ziel dieser Arbeit die Entwicklung eines Instrumentes zur Erhebung der Kundenzufriedenheit ist, wird ferner auf das Thema der Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit als Teil des Qualitätsmanagements eingegangen; im Anschluss folgt ein kurzer Überblick über Instrumente zur Erhebung der Kundenzufriedenheit.

### II.1. Qualitätsmanagement

#### II.1.1. Der Begriff ‚Qualität‘

In diesem Unterkapitel soll zu Beginn auf den Begriff „Qualität“ und auf dessen Bedeutung genauer eingegangen werden.

Durch eine lockere umgangssprachliche Verwendung des Begriffs „Qualität“ kommt es oft zu Unklarheiten und Verzerrungen was seine Bedeutung betrifft.<sup>2</sup> „Die heterogenen und diffusen Auffassungen über ‚Qualität‘, die vielfach sowohl für Sach- als auch für Dienstleistungen gültig sind, machen deutlich, dass es bis heute nicht gelungen ist, ein tragfähiges und allgemein akzeptiertes Qualitätsverständnis zu schaffen. Die Ausführungen zum Verständnis der Qualität reichen von umgangssprachlichen Wortdeutungen bis hin zu sehr abstrakten Definitionen des Qualitätsbegriffes für die Praxis.“<sup>3</sup> Seinen Ursprung hat das Wort ‚Qualität‘ im Lateinischen (‚qualis‘ = wie beschaffen); es umschreibt gemäß der allgemeinen sprachlichen Auffassung die Beschaffenheit, die Güte oder den Wert eines Objektes.<sup>4</sup> „Ähnlich neutral wird in den DIN-ISO-Normen Qualität definiert: ‚Qualität‘ ist danach die

---

<sup>2</sup> Vgl. Matul / Scharitzer 2002, S. 609

<sup>3</sup> Bruhn 2003, S. 27

<sup>4</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 27

Gesamtheit der Eigenschaften und Merkmale einer Dienstleistung, die sich auf deren Eignung zur Erfüllung festgelegter oder vorausgesetzter Erfordernisse bezieht.“<sup>5</sup>

„In einer solchen Sichtweise ist Qualität nichts anderes als der Ausdruck ‚technischer‘ Eigenschaften eines ‚Outputs‘. [...]. Dies bedeutet allerdings nicht, daß die Bedürfnisse des Konsumenten nicht auf die Qualität eines Produktes Einfluß haben könnten. Im Gegenteil: Gerade im Bereich der sozialen Dienstleistungen wird es im allgemeinen als die Aufgabe der Sozialpolitik angesehen sicherzustellen, daß die Qualitätsmerkmale eines Produkts den Bedürfnissen der ‚Konsumenten‘ (Klienten) [bzw. Kunden / Kundinnen, d. Verf.] entsprechen.“<sup>6</sup>

Bei der Definition und Beurteilung von Qualität kommen verschiedenen Sichtweisen bzw. Dimensionen zum Tragen:

So bietet z.B. Garvin eine Unterscheidung der Qualität in eine produktbezogene, kundenorientierte, herstellungsorientierte und wertorientierte Sichtweise.<sup>7</sup>

- *Produktbezogene Sichtweise:* Sie „setzt bei einzelnen zu identifizierenden und präzise meßbaren Eigenschaften von Produkten an. Die Qualität eines Produktes ergibt sich aus der Übereinstimmung der Ausprägungen einzelner Teileigenschaften mit spezifischen Vorgaben, die überwiegend technisch dominiert sind.“<sup>8</sup> In diesem Sinn kann bei Dienstleistungen die Qualität als „Summe bzw. Niveau der vorhandenen Eigenschaften verstanden werden.“<sup>9</sup>
- *Kundenorientierte Sichtweise:* Diese „setzt, vereinfacht ausgedrückt, Qualität gleich mit der Erfüllung von Kundenanforderungen.“<sup>10</sup> „Die Qualitätsbetrachtung aus Kundenperspektive (‚user based‘) ist [...] auf die Wahrnehmung der Produkteigenschaften bzw. Leistungen durch den

---

<sup>5</sup> Metzler / Wacker 1997, S. 45

<sup>6</sup> Badelt 1996, S. 10f

<sup>7</sup> Vgl. Schubert / Zink 1997, S. 2

<sup>8</sup> Schubert / Zink 1997, S. 2

<sup>9</sup> Bruhn 2003, S. 28

<sup>10</sup> Schubert / Zink 1997, S. 2

Kunden [bzw. die Kundin, d. Verf.] fokussiert.“<sup>11</sup> „Letztlich entscheiden nicht allein die objektiv vorhanden Qualitätsmerkmale [...]. Die Positionierung erfolgt vielmehr vor dem Hintergrund eines subjektiven Urteils über die vom ihm [bzw. von ihr, d. Verf.] als wichtig erachteten Eigenschaften.“<sup>12</sup>

- *Herstellungsorientierte Sichtweise*: Hier liegt der Fokus auf der Einhaltung von Vorgaben, gemäß einem anerkannten Erkenntnisstand im jeweiligen Bereich. Im Extremfall wird die Beurteilung der Qualität ausschließlich vom Leistungsanbieter – ohne Berücksichtigung der Bedürfnisse bzw. Bewertungen der Leistungsempfänger – vorgenommen.<sup>13</sup>
- *Wertorientierte Sichtweise*: Ihr kommt besonders im Bereich der sozialen Dienstleistungen eine besondere Bedeutung zu. Die Qualität eines Produktes bzw. einer Dienstleistung wird in Beziehung zum zu bezahlenden Preis gesetzt (relatives Qualitätsverständnis).<sup>14</sup>

(Auf die Schwierigkeiten, die sich bei der Übertragung dieser Sichtweise auf den Bereich der sozialen Dienstleistungen ergeben, wird in Kapitel II.II.II näher eingegangen).

Einen weiteren Versuch den komplexen Qualitätsbegriff im Dienstleistungsbereich zu strukturieren und zu operationalisieren stellt die Unterteilung in Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität dar.<sup>15</sup> Damit wird berücksichtigt, dass gerade im Sozialbereich Dienstleistungen oft „nicht nach ihrem Ergebnis, sondern nach dem durchlaufenen Prozess beurteilt [werden, d. Verf.]“<sup>16</sup>

---

<sup>11</sup> Bruhn 2003, S. 28

<sup>12</sup> Bruhn / Hennig 1993, S. 216f, (zit. nach Bruhn 2003, S. 28)

<sup>13</sup> Vgl. Schubert / Zink 1997, S. 3

<sup>14</sup> Vgl. Schubert / Zink 1997, S. 3

<sup>15</sup> Vgl. Matul / Scharitzer 2002, S. 618

<sup>16</sup> Badelt 1996, S. 13

- *Strukturqualität*: Sie „beschreibt die Rahmenbedingungen, unter denen Dienstleistungen erbracht werden.“<sup>17</sup> Hierbei geht es um die Bedingungen (z.B. personelle und materielle Ressourcen), unter denen die Versorgung geleistet wird.<sup>18</sup>
- *Prozessqualität*: Diese „bezieht sich auf die Phase der Dienstleistungserbringung“.<sup>19</sup> Sie bezeichnet somit die Eigenschaften des Verfahrensablaufs und stellt die Art und Weise der Leistungserstellung in den Mittelpunkt des Interesses.<sup>20</sup>
- *Ergebnisqualität*: Diese Qualitätsdimension hinterfragt den Zielerreichungsgrad bzw. die subjektive Zufriedenheit des Kunden / der Kundin.<sup>21</sup> Sie stellt den direktesten und unmittelbarsten Indikator für die Beurteilung der Qualität einer Leistung dar, ist jedoch in der Regel auch am schwierigsten zu messen.<sup>22</sup>

### *II.I.II. Qualitätsmanagement: Definitionen und Grundüberlegungen*

Qualitätsmanagement kann als die Gesamtheit der qualitätsbezogenen Tätigkeiten und Zielsetzungen (Planungs-, Durchführung- und Kontrollaktivitäten) eines Unternehmens, die auf die Sicherstellung einer hohen Qualität abzielen, definiert werden.<sup>23</sup> Es umfasst sowohl das soziale als auch das technische System einer Organisation und geht somit über die reine Qualitätssicherung hinaus.<sup>24</sup> Dazu gehört auch, dass das Qualitätsbewusstsein zu einem umfassenden Denk- und Handlungsansatz in einer Organisation werden soll.<sup>25</sup>

---

<sup>17</sup> Matul / Scharitzer 2002, S. 618

<sup>18</sup> Vgl. Halfar 1996, S. 113

<sup>19</sup> Matul / Scharitzer 2002, S. 619

<sup>20</sup> Vgl. Halfar 1996, S. 113

<sup>21</sup> Vgl. Frühauf 1997, S. 23

<sup>22</sup> Vgl. Matul / Scharitzer 2002, S. 619

<sup>23</sup> vgl. Bruhn 2003, S. 391

<sup>24</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 1

<sup>25</sup> Vgl. Bobizien 1996, S. 53, (zit. nach: Kuhn 2005, S.1)



„[NPOs, d. Verf.], die sich mit der Umsetzung eines ganzheitlichen Qualitätsmanagementkonzepts näher befassen [möchten, d. Verf.], [stehen, d. Verf.] vor der Frage, welche Ziele damit erreicht werden sollen und welche Instrumente zur Zielerreichung geeignet sind“.<sup>26</sup> Sie „bewegen sich an einer Schnittstelle von fachlicher Logik, politischer Logik und betrieblich-organisatorischen Leistungserfordernissen“.<sup>27</sup>

Qualitätsmanagement setzt daher einen breit angelegten, interdisziplinären Zugang voraus, bei dem die verschiedenen Ebenen der Arbeit in NPOs –

- Qualitätsmanagement auf der fachlichen Ebene
  - Qualitätsmanagement auf der gesamtwirtschaftlich-gesellschafts-politischen Ebene
  - Qualitätsmanagement auf der betrieblichen Ebene.
- berücksichtigt werden.<sup>28</sup>

Klaus Zink stellt fest, dass das Interesse an umfassenden Konzepten der Qualitätssicherung und -förderung erst in den letzten Jahren festzustellen ist. Für ihn ist so ein konsequentes Qualitätsmanagement durch nachstehende Grundüberlegungen gekennzeichnet:<sup>29</sup>

- „Qualität ist [...] ein systematischer Prozess, der das gesamte Unternehmen durchdringt.
- Qualität braucht einen entsprechenden organisatorischen Rahmen, der sowohl die Qualität am einzelnen Arbeitsplatz als auch die der Zusammenarbeit zwischen Abteilungen sicherstellt.
- Die Idee der Qualitätsverbesserung [...] muss alle Bereiche einer Organisation erfassen.
- Die Bedürfnisse des Kunden [bzw. der Kundin, d. Verf.] sind Maßstab der Qualität [...].
- Eine umfassende Qualitätsverbesserung verlangt die Unterstützung durch neuste Technologien.

---

<sup>26</sup> Matul / Scharitzer 2002, S. 624

<sup>27</sup> Matul / Scharitzer 2002, S.628

<sup>28</sup> Vgl. Matul / Scharitzer 2002, S. 628

<sup>29</sup> Vgl. Zink 1997, S. 87

- Umfassende Qualitätsverbesserungen sind nur durch die Anstrengung aller [...] zu erreichen.
- Ein umfassendes Qualitätsförderungskonzept muss so klar aufgebaut sein, dass die Mitarbeiter [bzw. die Mitarbeiterinnen, d. Verf.] es verstehen, ihm vertrauen und daher ein Interesse an einer Mitwirkung [...] haben.“<sup>30</sup>

So eine umfassende Qualitätsorientierung erfordert gerade auch bei Dienstleistungsunternehmen „die Entwicklung und Umsetzung eines ‚geeigneten‘, d.h. die individuellen Bedürfnisse und Ressourcen des Unternehmens berücksichtigenden Qualitätsmanagementkonzeptes.“<sup>31</sup> Nach Manfred Bruhn spielen hierbei folgende Grundsätze („10 K’s“) eine bedeutende Rolle:<sup>32</sup>

- *Kundenorientierung*  
(... beinhaltet die umfassende Ermittlung und Analyse der Erwartungen der Kunden / Kundinnen sowie die Ausrichtung der unternehmerischen Aktivitäten gemäß diesen Anforderungen.)
- *Konsequenz*  
(... bedeutet die Ausrichtung der Verhaltensweise aller Unternehmensmitglieder auf allen Hierarchieebenen im Sinne einer Kunden- und Qualitätsorientierung.)
- *Konkurrenzabgrenzung*  
(... erfolgt über eine entsprechende Positionierung am Markt, welche das Soll-Image gegenüber den Anspruchsgruppen bestimmt und folglich eine verbindliche Qualitätsplattform für das ganze Unternehmen darstellt.)
- *Konsistenz*  
(... bedeutet, die einheitliche Wahrnehmung der Maßnahmen des Qualitätsmanagements sowohl durch die Kunden / Kundinnen als auch durch die Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen; daher sollten

---

<sup>30</sup> Zink 1997, S.87

<sup>31</sup> Bruhn2003, S. 149

<sup>32</sup> Bruhn 2003, S.149ff

inhaltliche und formale Widersprüche bei der Erstellung der Dienstleistung vermieden werden.)

- *Kongruenz*

(... bezieht sich auf die interne sowie auf die externe Qualitäts- und Serviceorientierung, und meint, dass das Verhalten der Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen untereinander jenem gegenüber den externen Kunden / Kundinnen entsprechen soll.)

- *Koordination*

(... meint die Abstimmung aller Maßnahmen bzw. Tätigkeiten in einem Unternehmen, also jene mit explizitem Qualitätscharakter sowie auch jene mit einer scheinbar geringen Bedeutung für die Qualität, aufeinander.)

- *Kommunikation*

(... muss gemäß den Qualitätsanforderungen ausgerichtet werden; sie umfasst sowohl die interne Kommunikation, zur Schaffung einer einheitlichen und unternehmensweiten Kundenorientierung, als auch die externe Kommunikation, welche v.a. von Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen mit Kundenkontakt getragen wird.)

- *Komplettheit*

(... meint die Einrichtung eines ganzheitlichen Qualitätskonzeptes, um so die Kundenorientierung im ganzen Unternehmen bzw. bei den Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen auf allen Hierarchieebenen zu gewährleisten.)

- *Kontinuität*

(... bezieht sich auf den Einsatz von qualitätsbezogenen Instrumenten; zudem bildet eine kontinuierliche Ausrichtung des Qualitätsmanagements die Basis für die Schaffung eines Qualitätsbewusstseins bei den Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen.)

- *Kosten-Nutzen-Orientierung*

(... bedeutet, dass bei der Entwicklung und Gestaltung eines Qualitätsmanagements die Wirtschaftlichkeitsaspekte beachtet werden müssen.)

Wichtig ist, dass die Bedeutung des Qualitätsmanagements weniger in der Befolgung genereller und abstrakter Qualitätsnormen, sondern vielmehr in der unternehmensspezifischen Entwicklung einer kundenorientierten Servicephilosophie liegt. Die Maßstäbe für diese Servicephilosophie bilden dabei die Kundenzufriedenheit sowie die Serviceorientierung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.<sup>33</sup>

### *II.I.III. Die Phasen des Qualitätsmanagements*

„Idealtypisch umfasst das System des Qualitäts-Managements die Phasen:

- Qualitäts-Planung
- Qualitäts-Lenkung
- Qualitäts-Prüfung und
- Qualitäts-Dokumentation.“<sup>34</sup>

#### Qualitätsplanung:

Zur Qualitäts-Planung gehört zuerst die Entwicklung einer *Vision* und eines *Leitbildes* für das Unternehmen; wobei die Vision als Wegweiser für die langfristige Entwicklung des Unternehmens dienen soll und das Leitbild die übergeordneten Ziele sowie die grundsätzliche Vorgehensweise zur Erreichung dieser beschreibt.

Aus dem Leitbild kann in weiterer Folge die *Qualitätsstrategie* - u.a. Formulierung der Grob-Ziele unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen - abgeleitet werden (Entwicklung und Umsetzung der Qualitätspolitik).

Durch die Festlegung der *Qualitätsgrundsätze* sollen die Eigenschaften, welche ein Produkt kennzeichnen, definiert werden. Hierbei kann zwischen *kundenorientierten* (z.B. Serviceorientierung, etc.), *mitarbeiterorientierten* (z.B. Anerkennung der Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen als wichtiges Glied in der Dienstleistungskette, etc.) und *leistungsorientierten* (z.B. Annahme von Verbesserungsvorschlägen, etc.) *Grundsätzen* unterschieden werden.

---

<sup>33</sup> Hekking 1997, S.209

<sup>34</sup> Vgl. DIN ISO 8402, 1992, S. 22f, (zit. nach Kuhn 2005, S. 4)

Im Rahmen einer kurz- und langfristigen Bestimmung der Qualitätsziele werden die Qualitätsgrundsätze sowohl inhaltlich als auch zeitlich konkretisiert.<sup>35</sup>

#### Qualitätslenkung:

„Qualitäts-Lenkung (oder auch Qualitäts-Steuerung) baut auf den Ergebnissen der Qualitäts-Planung auf und umfasst alle Tätigkeiten, die der Verwirklichung der Anforderungen an die Qualität der Dienstleistungen aus Sicht der [Kunden / Kundinnen, d. Verf.] und des Unternehmens [dienen, C. Verf.].“<sup>36</sup> Für die Qualitätslenkung lassen sich folgende drei Instrumente voneinander unterscheiden:

- *mitarbeiterbezogene Instrumente* (z.B. qualitätsorientierte Personalauswahl und -entwicklung, etc.),
- *kulturbezogene Instrumente* (z.B. Schaffung einer Unternehmenskultur des Qualitätsbewusstseins sowie der Kunden- und Serviceorientierung) sowie
- *organisationsbezogene Instrumente* (z.B. durch eine qualitätsbezogene Aufbau- und Ablauforganisation, etc.).<sup>37</sup>

#### Qualitätsprüfung:

Bei der Prüfung der Qualität muss vorab geklärt werden, *wer wann wie* überprüft und inwieweit sowohl die *quantitativen* (z.B. Anzahl der Beratungsstunden, etc.) als auch die *qualitativen Qualitätsziele* (z.B. Erkennen der Kundenwünsche, etc.) erreicht werden; es soll geklärt werden, wie die Qualitätsanforderungen an eine Leistung erfüllt werden.<sup>38</sup>

Bei der Frage, wer die Qualität prüft, kann zwischen einer *internen Prüfung* (Selbstkontrolle) und einer *externen Prüfung* (Fremdkontrolle) unterschieden werden.<sup>39</sup> Zu den internen Prüfinstrumenten zählen z.B. das Vier-Augen-Prinzip, Dienstaufsichtkontrollen oder Mitarbeiter- / Mitarbeiterinnenbeobachtungen bzw. -beurteilungen. Mittels externer Prüfinstrumente, wie ‚Silent

---

<sup>35</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 4ff

<sup>36</sup> Kuhn 2005, S. 6

<sup>37</sup> Vgl. Kuhn 2005, S.6ff

<sup>38</sup> Vgl. Kuhn 2005. S. 8

<sup>39</sup> Vgl. Frühauf 1997, S. 21

Shopper', Expertenbeobachtungen, multiattributive Verfahren, etc. sollen v.a. Kundenerwartungen und -wahrnehmungen erhoben werden.<sup>40</sup>

„Verfahren und Methoden einer internen Qualitätssicherung und -prüfung [...] sind sicherlich positive Elemente in einem Gesamtkonzept der Qualitätskontrolle. Es scheint allerdings fraglich, inwieweit [z.B., d. Verf.] der Kostenträger darauf vertraut, daß Verfahren der Selbstkontrolle ausreichend sind [...].“<sup>41</sup> Erweist sich in diesem Sinne eine Fremdkontrolle als erforderlich, kann diese über unterschiedliche Verfahren - wie z.B. eine Prüfung durch Trägerverbände, Kostenträger oder neutrale Prüfstellen – erfolgen.<sup>42</sup>

Praktiker / Praktikerinnen im Sozialbereich stehen jedoch oftmals einer externen Prüfung ihrer fachlichen Arbeit skeptisch gegenüber. Sie befürchten u.a. negative Ergebnisse, eine Verzerrung des Alltags bzw. sprechen sie externen Beratern die Kompetenz ab, die Besonderheiten ihrer Arbeit angemessen beurteilen zu können. Den ‚Königsweg‘ einer fachlich bezogenen Qualitätssicherung bei sozialen Diensten kann eine Selbst-evaluation (in dem Sinn, dass die Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen im Sozialbereich ihre Arbeit als ‚Experten / Expertinnen in eigenen Sache‘ maßgeblich selber planen, durchführen und auswerten), welche extern begleitet wird und zudem gewissen Gütekriterien unterliegt, bilden.<sup>43</sup>

#### Qualitätsdokumentation:

Die Qualitätsdokumentation bzw. Qualitätsdarlegung umfasst alle, innerhalb eines Qualitätsmanagementsystems verwirklichten und festgehaltenen, geplanten und systematischen Tätigkeiten. Ziel ist es, nach innen Vertrauen in die eigene Qualitätsfähigkeit zu schaffen und nach außen Vertrauen gegenüber den Kunden / Kundinnen aufzubauen und sich zu profilieren; zudem kann eine solche Dokumentation als Grundlage für eine Zertifizierung dienen. Instrumente der Qualitätsdokumentation sind z.B. Qualitäts-

---

<sup>40</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 8f

<sup>41</sup> Frühauf 1997, S. 21

<sup>42</sup> Vgl. Frühauf 1997, S. 22

<sup>43</sup> Vgl. Schwarte / Oberste-Ufer 1997, S.68

management-Handbücher, Statistiken, Benchmarking, Qualitäts-Audits, etc.<sup>44</sup>

#### *II.I.IV. Qualitätsmanagementsysteme*

„Unter einem Qualitätsmanagementsystem werden [...] die Aufbauorganisation, Verantwortlichkeiten, Abläufe, Verfahren und Mittel zur Verwirklichung des Qualitätsmanagements erfasst.“<sup>45</sup> „Kern eines jeden Qualitätsmanagementsystems ist die Beschreibung, systematische Steuerung und Überprüfung derjenigen Prozesse, die für die Existenz einer [sozialen, d. Verf.] Organisation existentiell sind, also unmittelbar mit dem definierten Auftrag zusammenhängen.“<sup>46</sup>

Wird die Hauptaufgabe eines Qualitätsmanagementsystems mit der Schaffung und Sicherstellung der Qualitätsfähigkeit einer Organisation definiert, hat sich dessen Ausgestaltung an eben dieser Qualitätsfähigkeit zu orientieren. Ausgehend davon sollte ein Qualitätsmanagementsystem (z.B. für Dienstleistungen) – angelehnt an die Phasen eines klassischen Managementprozesses – die vier Bausteine ‚Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle‘ umfassen.<sup>47</sup>

Im Hinblick auf die Rentabilität eines Qualitätsmanagements sollte dieses jedoch nur in dem Umfang gestaltet werden, wie es zur Erreichung der Qualitätsziele erforderlich ist; in diesem Zusammenhang ist die Durchführung von Kosten-Nutzen-Vergleichen ratsam bzw. erforderlich.<sup>48</sup>

„Gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Notwendigkeit [im Sozialbereich, d. Verf.], Ressourcenzuweisungen eher zu begrenzen als auszuweiten, läßt sich eine zentrale Anforderung an entsprechende Konzepte ableiten, nämlich die Sparsamkeit.“<sup>49</sup> Wird diese Sparsamkeit so verstanden, dass der notwendige Aufwand zum Aufbau und zur Aufrechterhaltung eines Qualitätsmanagementsystems möglichst gering zu halten ist, so ergibt sich daraus die Anforderung der Integrationsfähigkeit

---

<sup>44</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 9

<sup>45</sup> Bruhn 2003, S. 54

<sup>46</sup> Schubert / Zink 1997, S. 5

<sup>47</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 55

<sup>48</sup> Vgl. Bruhn 1993, S.54

<sup>49</sup> Schubert / Zink 1997, S. 4

eines solchen Systems in die normalen Arbeitsabläufe in einer Organisation. Damit verbundene Aufgaben, die sich in hohem Maße mit den üblichen Tätigkeiten überschneiden, werden - sowohl auf Ebene der ausführenden Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen als auch auf der Ebene des Managements – als sinnvoll erlebt und auch entsprechend akzeptiert.<sup>50</sup>

„Grundsätzlich scheint in der Fachdiskussion gegenwärtig unstrittig, daß der Aufbau von Systemen zum Qualitätsmanagement für die Qualitätssicherung ein geeigneter Schritt ist.“<sup>51</sup>

## **II.II. Besonderheiten für das Qualitätsmanagement bei (sozialen) Dienstleistungen**

### *II.II.I. Der Charakter von Dienstleistungen*

„Dienstleistungen sind selbstständige, markfähige Leistungen, die mit der Bereitstellung und / oder dem Einsatz von Leistungsfähigkeiten verbunden sind (Potentialorientierung)“.<sup>52</sup>

Tendenziell besitzen Dienstleistungen einen immateriellen Charakter. Dies bedeutet, dass die eigentliche Kernleistung nicht greifbar - also intangibel - ist. Diese Immaterialität und Intangibilität bedingen, dass die Qualität von Dienstleistungen vor der Erstellung bzw. vor dem Erwerb nur begrenzt wahrnehmbar ist; es kann sogar vorkommen, dass die Qualität einer Dienstleistung weder während des Prozesses der Erbringung noch an dessen Ende für den Kunden / die Kundin sichtbar wird (z.B. ärztliche Diagnosen).<sup>53</sup>

Trotz ihres immateriellen Charakters sind Dienstleistungen ohne Sachleistungsanteile nicht zu erbringen. „Zum einen ist das Ergebnis vieler Dienstleistungen untrennbar mit Sachleistungen verbunden (z.B. Autoreparatur unter Verwendung von Neuteilen), zum anderen benötigen

---

<sup>50</sup> Vgl. Schuber / Zink 1997, S. 4f

<sup>51</sup> Frühauf 1997, S.13

<sup>52</sup> Bruhn 2003, S. 385

<sup>53</sup> Vgl. Bruhn 2003, S.14f



viele Dienstleistungen eine Sachleistungsinfrastruktur [...], oder der Sachleistungsanteil macht die Dienstleistung komfortabler (z.B. Ausstattung eines Sprechzimmers beim Arzt).<sup>54</sup>

Eine weitere Besonderheit von Dienstleistungen ist, dass Produktion und Konsumation der Leistung zusammenfallen („Uno-actu-Prinzip“).<sup>55</sup> Diese Simultanität von Leistungsproduktion und Konsumation bewirkt, dass die Dienstleistung weder teilbar noch lagerbar (und somit vergänglich) ist.<sup>56</sup>

Auf Grund des „Uno-actu-Prinzips“ kommt den Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen eine zentrale Bedeutung bei der Zufriedenstellung der Kunden / Kundinnen zu. Sie müssen – neben einem guten Umfeld und der fachlichen Qualifikation – auch die Fähigkeit besitzen die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen zu erkennen und in entsprechender Weise darauf eingehen zu können.<sup>57</sup>

In der Regel ist somit bei der Erstellung von Dienstleistungen der direkte Kontakt zwischen Leistungserbringer (Anbieter) und Leistungsempfänger (Nachfrager) erforderlich. Es besteht also die Notwendigkeit der Integration des externen Faktors; das heißt die Erstellung einer Dienstleistung erfordert die Beteiligung des Kunden / der Kundin.<sup>58</sup>

Ein anderes Kriterium zur Unterscheidung der Dienstleistungsproduktion zur Sachleistungsproduktion ist die Individualität bzw. Variabilität einer Dienstleistung. Auf Grund dessen, dass sie nämlich für jeden Kunden / jede Kundin neu erstellt wird, können sowohl Umfang als auch Qualität der Leistung individuell verschieden sein.<sup>59</sup>

„Soziale Dienstleistungen werden häufig in einer Dreieckssituation erstellt bzw. finanziert [...]. Nur in Ausnahmefällen sind Financier und Konsumenten [bzw. Konsumentinnen, d. Verf.] identisch. Dadurch entsteht eine instabile

---

<sup>54</sup> Bruhn 2003, S. 15

<sup>55</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 1

<sup>56</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 15f

<sup>57</sup> Vgl. Kuhn 2005, S. 3

<sup>58</sup> Vgl. Bruhn 2003, S.16

<sup>59</sup> Vgl. Bruhn 2003, S.16

Macht- und Informationsbalance, die für die Qualitätsproblematik wesentliche Auswirkungen hat. Der Anspruch, die Qualität einer sozialen Dienstleistung ‚objektiv‘ zu definieren wird besonders in einem Versorgungssystem relevant, in [dem der, d. Verf.] Konsument eine materiell und auch machtpolitisch relativ Schwache Stellung hat.“<sup>60</sup>

### *II.II.II. Der Qualitätsaspekt bei (sozialen) Dienstleistungen*

Einige Aspekte zur Qualität bei (sozialen) Dienstleistungen wurden bereits unter Punkt II.I.I erläutert. Im folgenden Abschnitt soll nun der Qualitätsaspekt bei (sozialen) Dienstleistungen nochmals genauer betrachtet werden.

„Dienstleistungsqualität ist die Fähigkeit eines Anbieters, die Beschaffenheit einer primär intangiblen und der Kundenbeteiligung bedürftigen Leistung gemäß den Kundenerwartungen auf einem bestimmten Anforderungsniveau zu erstellen. Sie bestimmt sich aus der Summe der Eigenschaften bzw. Merkmale der Dienstleistung, bestimmten Anforderungen gerecht zu werden.“<sup>61</sup> Demnach stellt die Dienstleistungsqualität das Niveau einer Leistung dar, wobei die Erwartungen an dieses Leistungsniveau vom Kunden / von der Kundin (Leistungsempfänger / Leistungsempfängerin) festgesetzt werden. Da ein absoluter Qualitätsbegriff diesen subjektiven (und relativen) Ansprüchen nicht gerecht werden kann, ist dessen Verwendung im Zusammenhang mit Dienstleistungen nicht befriedigend.<sup>62</sup>

Weiters gilt, dass auf Grund der Tatsache, dass gerade bei (sozialen) Dienstleistungen der Erfolg hauptsächlich auf dem so genannten ‚Uno-actu-Prinzip‘ beruht, hier zudem eine besonders umsichtige Definition des Qualitäts-Begriffes erforderlich ist.<sup>63</sup> Ausgehend von der oben bereits angeführten Begriffsbestimmung nach den DIN-ISO-Normen für Qualität bedarf es somit zur Festlegung dieser noch weiterer Definitionen.<sup>64</sup> Für

---

<sup>60</sup> Badelt, 1996, S. 14

<sup>61</sup> Bruhn 200a, S. 29, (zit. nach: Bruhn 2003, S. 31)

<sup>62</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 31

<sup>63</sup> Vgl. Kuhn 2005, S.10

<sup>64</sup> Vgl. Metzler / Wacker 1997, S.45

Angebote oder Dienstleistungen für Menschen mit Beeinträchtigungen bedeutet dies zum Beispiel, dass zuerst geklärt werden muss

- was diese festgelegten oder vorausgesetzten Erfordernisse sind (zum Beispiel: welchen Hilfebedarf Menschen mit Beeinträchtigungen haben)
- was zweckdienlich ist auf diese zu reagieren (zum Beispiel: welche Hilfen müssen angeboten werden, um einen Bedarf zu befriedigen).<sup>65</sup>

Die Unterteilung der Qualität in eine produktbezogene, kunden-, herstellungs- und wertorientierte Sichtweise nach Garvin wurde bereits behandelt. Im Folgenden sollen hierbei die Besonderheiten bzw. Schwierigkeiten in Bezug auf soziale Dienstleistungen erläutert werden:

- *Produktbezogene Sichtweise:* „Die Übertragung dieses Ansatzes auf den Bereich sozialer Dienstleistungen macht insofern Schwierigkeiten, als daß diese Dienstleistungen häufig immateriellen Charakter haben. D.h. [...] sie können nicht oder nur schwer in einzelne Komponenten zergliedert und präzise gemessen werden.“<sup>66</sup> Hinzu kommt noch, dass auf Grund der Abhängigkeit vom Konsumenten / von der Konsumentin der Leistung der Prozess der Leistungserstellung und die Ausprägung der Leistung variieren. Dies bedeutet, dass es - besonders im Bereich der sozialen Dienstleistungen, mit dem Anspruch individuelle Besonderheiten entsprechend zu berücksichtigen – nicht möglich sein wird einen in Produktionsprozessen üblichen Standardisierungsgrad zu erreichen.<sup>67</sup>
- *Kundenorientierte Sichtweise:* „Dabei kommt der Diskrepanz zwischen wahrgenommenen und erwarteten Eigenschaften eines Produktes bzw. einer Dienstleistung eine herausragende Bedeutung für die Qualitätsbeurteilung durch den Kunden [bzw. die Kundin, d. Verf.] zu. Eine Übertragung dieser Sichtweise auf den Bereich der sozialen Dienstleistungen findet dort ihre Grenzen, wo der Kunde [bzw. die Kundin, d.

---

<sup>65</sup> Vgl. Metzler / Wacker 1997, S. 45

<sup>66</sup> Schubert / Zink 1997, S. 2

<sup>67</sup> Vgl. Schubert / Zink 1997, S. 2

Verf.] die Angemessenheit der erhaltenen Leistung oder deren Ausführung nicht beurteilen kann.<sup>68</sup>

- *Herstellungsorientierte Sichtweise:* In der vorliegenden Literatur wurde nicht auf Probleme bei der Übertragung dieser Sichtweise auf den Bereich von sozialen Dienstleistungen eingegangen. Der, in Kapitel II.1.1 bereits beschriebene Extremfall (Beurteilung der Dienstleistungsqualität ausschließlich durch den Anbieter) ist jedoch gerade auch für soziale Dienstleistungen nicht empfehlenswert.
- *Wertorientierte Sichtweise:* Wie bereits erwähnt, kommt diesem Punkt im Bereich von sozialen Diensten eine besondere Bedeutung zu. Vor dem Hintergrund oft begrenzter Ressourcenzuweisungen durch die öffentliche Hand ist es oftmals das Ziel bei Anbietern von sozialen Dienstleistungen, mit den vorhandenen Ressourcen eine optimale – anstatt einer maximalen – Leistungsqualität zu erreichen.<sup>69</sup> „In weiterer Konsequenz dieser Rahmenbedingung kommt vor allem der Leistungsfähigkeit des Managements einer Organisation eine wichtige Bedeutung zu, wenn es darum geht, mit vorgegebenen Ressourcen die bestmögliche Dienstleistungsqualität zu erbringen.“<sup>70</sup>

Geht es dann um die Beurteilung der Qualität von sozialen Dienstleistungen spielen folgende Besonderheiten eine wichtige Rolle:

„Soziale Dienstleistungen bilden insofern [...] einen Sonderfall, als eine ausschließliche Definition und Bewertung der Dienstleistungsqualität durch die ‚Kunden‘ [bzw. die Kundinnen, d. Verf.], in Form eines Abgleichs zwischen Erwartungen und wahrgenommenen Leistungen, der Realität nur in Teilen gerecht wird.“<sup>71</sup> In vielen Fällen können sowohl die inhaltliche Angemessenheit der Dienstleistung als auch die Servicequalität (z.B. Kompetenz, Zuverlässigkeit, etc.) nicht oder nur eingeschränkt wahrgenommen und in weiterer Folge beurteilt werden. Zudem handelt es sich

---

<sup>68</sup> Schubert / Zink 1997, S. 2f

<sup>69</sup> Vgl. Schubert / Zink 1997, S. 3

<sup>70</sup> Schubert / Zink 1997, S. 3

<sup>71</sup> Schubert 1997, S. 132

hierbei in der Regel um öffentliche Dienstleistungen, was bedeutet, dass die Rahmenbedingungen von sozialpolitischen Faktoren (z.B. rechtliche Normen, vorhandene Ressourcen) stark beeinflusst werden. Oft existieren auch nur keine bzw. lediglich eingeschränkte Wahlmöglichkeiten bezüglich der Inanspruchnahme einer sozialen Dienstleistung.<sup>72</sup>

Ein weiterer Aspekt ist der Unterschied von sozialen Dienstleistungen zu (Dienst-)Leistungen in der kommerziellen Wirtschaft. In der Regel finanziert dort der Konsument / die Konsumentin die Leistung selbst. Letztlich entscheidet er / sie über die „Richtigkeit“ der Qualität und bringt seine / ihre Meinung diesbezüglich über das Kaufverhalten zum Ausdruck.<sup>73</sup> „Wenn aber – wie im Sozialbereich über weite Strecken üblich – Produktion und Konsum in einer Dreiecksbeziehung stattfinden, die aus Produzent, Financier und Konsument besteht, dann fällt dieser elementare Kontrollmechanismus [das Kaufverhalten, d. Verf.] weg.“<sup>74</sup> Dies bedeutet, dass Konsumenten / Konsumentinnen oft nicht die Möglichkeit haben, sich gegen eine schlechte Dienstleistungsqualität zur Wehr zu setzen.<sup>75</sup>

### **II.III. Kundenzufriedenheit als Teil des Qualitätsmanagements**

#### *II.III.I. Kundenorientierung als Basis für Kundenzufriedenheit*

Wenn in diesem Kapitel (bzw. in dieser Arbeit) von Kundenorientierung die Rede ist, so bezieht sich dies auf die externen Kunden.

Die externe Kundenorientierung kann jedoch nicht losgelöst von einer nach innen gerichteten Kundenorientierung (z.B. die Behandlung von Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen) gesehen werden.<sup>76</sup>

„Interne und externe Kundenorientierung sind für eine erfolgreiche Unternehmensführung nicht zu trennen. Diese Verbindung zieht sich bis

---

<sup>72</sup> Schubert 1997, S. 132

<sup>73</sup> Vgl. Badelt 1996, S. 14f

<sup>74</sup> Badelt 1996, S. 15

<sup>75</sup> Vgl. Badelt 1996, S. 15

<sup>76</sup> Vgl. Bickmann / Schad 1998, S. 24

zum Endkontakt mit dem Kunden [bzw. der Kundin, d. Verf.] wie eine Kette durch das ganze Unternehmen. Das schwächste Glied in dieser Kette entscheidet dabei über die Qualität der Kundenorientierung. Kundenorientierung kommt dabei ‚wie die wahre Schönheit‘ – sie kommt von innen.“<sup>77</sup> „Eine Kundenorientierung, die nur wie eine Lackschicht auf die äußeren Bestandteile eines Unternehmens aufgetragen wird, entbehrt jeder Basis und wird den Anforderungen der Außenwelt nicht genügen. Nur wenn die Kundenorientierung organisch mit dem System Unternehmen verwachsen ist, kann sie auch nach außen hin ihre Kräfte entfalten. [...]. Eine aufgesetzte Pseudo-Kundenorientierung, die nicht im Unternehmen lebt, stößt den Kunden [bzw. die Kundin, d. Verf.] langfristig eher ab.“<sup>78</sup>

„Unsere Konsumgesellschaft hat den emanzipierten Kunden [bzw. die emanzipierte Kundin, d. Verf.] hervorgebracht. Er [bzw. sie, d. Verf.] ist kritisch, er [bzw. sie, d. Verf.] vergleicht, er [bzw. sie, d. Verf.] wählt aus. Mehr und mehr gilt dies auch bei sozialen Angeboten“<sup>79</sup>, wenngleich dies insbesondere bei sozialen Dienstleistungen schwieriger ist als bei Sachleistungen (siehe Kapitel II.II.II.). Dennoch werden die Kunden / Kundinnen auch hier – z.B. auf Grund von vermehrten Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Anbietern, „anspruchsvoller, mobiler und kritischer und stellen dadurch höhere Anforderungen an die Leistungen.“<sup>80</sup>

Daraus ergibt sich, dass die Kundenorientierung die zentrale Perspektive aller Qualitätsmanagementmaßnahmen darstellt. Die Ausgangspunkte hierfür sind sowohl die Wünsche und Ansprüche als auch die Probleme der Kunden / Kundinnen.<sup>81</sup> Qualität bedeutet somit eine strikte Orientierung am Kunden / an der Kundin.<sup>82</sup>

---

<sup>77</sup> Bickmann / Schad 1998, S. 39

<sup>78</sup> Bickmann / Schad 1998, S. 89f

<sup>79</sup> Hollerith 1997, S. 219

<sup>80</sup> Matul / Scharitzer 2002, S. 605

<sup>81</sup> Vgl. Nüßle 1996, S. 39

<sup>82</sup> Vgl. Hollerith 1997, S. 220

Diese individuellen Anforderungen der Kunden / Kundinnen können dem Anbieter / der Anbieterin durch intensive Kommunikation transparent gemacht werden; Voraussetzung hierfür ist die Dialogfähigkeit.<sup>83</sup>

Neben einer umfassenden und kontinuierlichen Ermittlung und Analyse der Kundenerwartungen gehört zur Kundenorientierung des Weiteren noch deren Umsetzung in unternehmerische Leistungen und Interaktionen; Ziel dabei ist die Schaffung einer langfristig stabilen und ökonomisch vorteilhaften Kundenbeziehung.<sup>84</sup>

Wichtige Aspekte der Kundenorientierung sind z.B.:

- *Gezieltes Fragen-Stellen*

Der Anbieter / die Anbieterin eines Produktes oder einer Leistung sollte wissen, was den Kunden / die Kundin wirklich interessiert und was seine / ihre Wünsche, Bedürfnisse und Ziele sind.<sup>85</sup>

- *Wertschätzung*

„Kundenorientierte Unternehmen zeigen ihren Kunden [bzw. Kundinnen, d. Verf.] hohe Wertschätzung. [...]. Es ist eine Kombination aus Einstellung, Verhalten und Organisation.“<sup>86</sup>

- *Fachliche und soziale Kompetenz*

Jeder Kunde / jede Kundin setzt ein Mindestmaß an Kompetenz voraus. Fachliche Kompetenz bedeutet, das Produkt bzw. die Leistung gut zu kennen; soziale Kompetenz heißt, dass man die Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen versteht und auf sie eingehen kann.<sup>87</sup>

- *Kundengerechte Erreichbarkeit*

Hierzu gehören u.a. optimale Zeiten der Erreichbarkeit, ausreichende Beschilderung z.B. der Parkplätze, etc.<sup>88</sup>

---

<sup>83</sup> Vgl. Bickmann / Schad 1998, S.102

<sup>84</sup> Vgl. Bruhn 1999b, S. 10, (zit. nach Bruhn 2003, S. 150f)

<sup>85</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 22

<sup>86</sup> Preyer 1998, S. 49

<sup>87</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 53

<sup>88</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 73f

- *Kundenorientierte Organisationsform*

Gemeint ist hier die Schaffung einer flachen und schlanken Organisation, „in deren Mittelpunkt Geschäftsabläufe stehen, die auf Kunden [bzw. Kundinnen, d. Verf.] ausgerichtet sind.“<sup>89</sup>

Auch die Kundenorientierung kann an ihre Grenzen stoßen.

Wird z.B. das Sprichwort ‚Der Kunde ist König‘ zu ernst genommen und resultiert daraus eine ‚Knechtung‘ der Leistungserbringer / Leistungserbringerinnen, so kann dies in Bezug auf die Kundenorientierung eher schaden als nutzen. Kunden / Kundinnen wollen ernst genommen und individuell beraten werden; die Basis hierfür muss ein Geben und Nehmen, beruhend auf gegenseitiger Achtung, zwischen Leistungserbringer / Leistungserbringerin und Kunde / Kundin sein.<sup>90</sup>

„Eine weitere Grenze liegt in der Umsetzbarkeit kundenspezifischer Wünsche oder Änderungen. Eine Kultur, die eine starke Unternehmensidentität ermöglicht, legt eindeutig fest, was für ein Unternehmen machbar ist und was nicht. Sie weiß, welche Inhalte sie vertreten kann und will.“<sup>91</sup>

Orientiert sich ein Unternehmen nicht an den Bedürfnissen der Kunden / Kundinnen bzw. des Marktes, sondern im Gegenteil, versucht es die Märkte aktiv zu gestalten oder sogar zu definieren, so stößt die Kundenorientierung hier ebenfalls an ihre Grenzen.<sup>92</sup>

### *II.III.II. Kundenzufriedenheit*

Ein berühmtes Zitat von Henry Ford – ‚*Sie können meine Autos in jeder Farbe kaufen, solange sie nur Schwarz ist.*‘ – verdeutlicht die Grundeinstellung zum Thema Kundenzufriedenheit vor einigen Jahrzehnten. Heute jedoch steht der Kunde / die Kundin, mit seinen / ihren Wünschen, Bedürfnissen, Anregungen und Kritiken, im Zentrum unseres Handelns.<sup>93</sup>

---

<sup>89</sup> Bickmann / Schad 1998, S. 117

<sup>90</sup> Vgl. Bickmann / Schad 1998, S. 176

<sup>91</sup> Bickmann / Schad 1998, S. 178

<sup>92</sup> Vgl. Bickmann / Schad 1998, S. 179f

<sup>93</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 93



Die Erwartungen eines Kunden / einer Kundin „beziehen sich auf die Qualität eines Unternehmens und seiner Leistung. [...]. Entspricht eine Leistung den Kundenerwartungen, nimmt der Kunde [bzw. die Kundin, d. Verf.] eine hohe Qualität wahr und ist zufrieden. Werden Kundenerwartungen durch eine Leistung nicht erfüllt, wird die Qualität negativ wahrgenommen, und es stellt sich Unzufriedenheit ein.“<sup>94</sup>

Um Kunden / Kundinnen zufrieden zu stellen, sollten u.a. folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- Der *Glaube* des Leistungserbringers / der Leistungserbringerin an die eigene Leistung und das eigene Unternehmen sowie daran den Kunden / die Kundin zufrieden stellen zu können.<sup>95</sup>
- Die Verwendung einer *kundenorientierten Sprache* und von *kundenorientierten Formulierungen*.<sup>96</sup>
- Die *Wirkung von Worten, Gesten und Körperbewegungen* des Leistungserbringers / der Leistungserbringerin entscheidet häufiger über Zufriedenheit oder Unzufriedenheit bei einem Kunden / bei einer Kundin als die meisten Menschen glauben.
- Kunden / Kundinnen wollen zumindest kleine Zeichen von Aufmerksamkeit und Wertschätzung – was sie am wenigsten wollen ist Gleichgültigkeit.<sup>97</sup>
- Kunden / Kundinnen sind lieber Teil der Lösung als Teil des Problems.<sup>98</sup>
- Kunden / Kundinnen schätzen es, zu genießen und überrascht zu werden.<sup>99</sup>

Die Kundenzufriedenheit ist im Dienstleistungsbereich ein entscheidender Faktor für den Erfolg; im Vergleich zum Produktionsbereich ist sie jedoch viel schwieriger zu erreichen. Ein Grund hierfür ist z.B. die Tatsache, dass viele Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen Kontakt mit dem Kunden / der Kundin haben

---

<sup>94</sup> Bruhn 2003, S. 387f

<sup>95</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 58f

<sup>96</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 64 & 66

<sup>97</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 94

<sup>98</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 100

<sup>99</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 105

und jeder dieser Einzelkontakte entscheidet über die Zufriedenheit des Kunden / der Kundin.<sup>100</sup>

Die Steigerung der Kundenzufriedenheit gehört aber – wie die Kundenorientierung der Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen – zu den Zielen eines Qualitätsmanagements.<sup>101</sup>

Generell muss sie „in Managementkonzepten eine wichtige Zielgröße sein. Jedoch sollte die Maximierung der Kundenzufriedenheit nicht als Ziel ins Auge gefasst werden, da die Anstrengungen hierfür zu unverträglich hohen Kosten führen würden, [...]. Vielmehr sind Zielniveaus zu planen und Zielerreichungsgrade zur Ex-post-Kontrolle festzulegen.“<sup>102</sup>

„Die Zufriedenheit der Kunden [bzw. der Kundinnen, d. Verf.] kann mit verschiedenen Techniken der Marktforschung erhoben werden. Bei einer Befragung geben Kunden [bzw. der Kundinnen, d. Verf.] Auskunft darüber, welche Erfahrungen sie mit einer Dienstleistung gemacht haben und bewerten etwa konkrete Merkmale der Leistungserstellung: Fähigkeiten der handelnden Personen, Gestaltung des Leistungsumfeldes, Wartezeit oder Dauer der Leistung, Zielerreichung etc.“<sup>103</sup>

Beurteilt wird eine Leistung seitens des Kunden / der Kundin eher aus Sicht seiner / ihrer subjektiven Wahrnehmung, und nicht immer ausschließlich nach objektiven Kriterien; Zufriedenheit stellt sich ein, wenn – wie bereits erwähnt – seine / ihre relevanten Anforderungen an eine Leistung erfüllt werden.<sup>104</sup>

Die Erhebung bzw. Messung der Kundenzufriedenheit bringt somit (z.B. aus Controlling-sicht) einige Unsicherheiten mit sich. „Während einzelne Merkmale der Qualität inzwischen zuverlässig gemessen werden können, ist dies bei der Kundenzufriedenheit noch nicht der Fall. Ein unzufriedener Kunde [bzw. eine unzufriedene Kundin, d. Verf.] ist zuverlässig daran zu

---

<sup>100</sup> Vgl. Steinbeck 1996, S. 27

<sup>101</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 317

<sup>102</sup> Meister / Meister 2003, S. 35

<sup>103</sup> Matul / Scharitzer 2002, S. 622

<sup>104</sup> Vgl. Matul / Scharitzer 2002, S. 609

erkennen, dass er [bzw. sie, d. Verf.] nicht mehr Kunde [bzw. Kundin, d. Verf.] ist, [...].<sup>105</sup>

Wird eine Erhebung der Kundenzufriedenheit durchgeführt, ist es auf jeden Fall wichtig, die Ergebnisse auch zu verwenden. Sie sollten einerseits ausführlich im Unternehmen (z.B. können Kundenzufriedenheitswerte Bestandteil der Zielvereinbarungen mit den Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen sein) und andererseits auch mit den Kunden / Kundinnen ausführlich diskutiert werden.<sup>106</sup>

#### **II.IV. Instrumente zur Erhebung der Dienstleistungsqualität bzw. Kundenzufriedenheit**

Bei der Messung von Anforderungen an die Qualität von Dienstleistungen können grundsätzlich zwei Messansätze unterschieden werden:

- *Kundenorientierte Messansätze* (Messung aus Sicht der Kunden / Kundinnen)
- *Unternehmensorientierte Messansätze* (Messung aus Sicht von Unternehmensmitgliedern, z.B. Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen, Management).<sup>107</sup>

Da es im praktischen Teil dieser Arbeit um die Entwicklung eines Instrumentes zur Erhebung der Kundenzufriedenheit geht, wird im Folgenden nur ein Überblick über kundenorientierte Messansätze gegeben.

Kundenorientierte Messansätze wiederum können zu Beginn in *undifferenzierte* und *differenzierte Verfahren* unterteilt werden. Erstere geben lediglich Auskunft über globale Qualitätsmerkmale bzw. Zufriedenheitsurteile; mittels differenzierter Verfahren lassen sich jedoch detailliertere Aussagen über die jeweiligen Teilqualitäten ermitteln.<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> Preißner 2003, S. 108

<sup>106</sup> Vgl. Preyer 1998, S. 89

<sup>107</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 86

<sup>108</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 88

In Anbetracht des Ziels dieser Arbeit wird auch bei dieser Unterteilung nur auf eine Verfahrensart genauer eingegangen: die differenzierten Verfahren.

Auch die differenzierten Verfahren der kundenorientierten Messansätze können in zwei Untergruppen unterteilt werden: nämlich in *objektive* und *subjektive Messansätze*.<sup>109</sup>

#### *II.IV.1. Objektive Messansätze*

Mit Hilfe objektiver Messansätze soll eine objektivierte Messung der Leistungsqualität durchgeführt werden. Das bedeutet, dass die Qualität zwar aus Kundensicht, jedoch nicht auf Basis von subjektiven Einschätzungen der einzelnen Kunden / Kundinnen, erhoben werden soll.<sup>110</sup>

Hier gibt es drei Verfahren, um derartige Messungen durchführen zu können:

- *Expertenbeobachtungen:*

Bei diesem Ansatz geht es um die Erfassung und Analyse des Leistungserstellungsprozesses mittels einer nicht-teilnehmenden Beobachtung durch Experten; so sollen Erkenntnisse über Mängel und über das daraus resultierende Kundenverhalten gewonnen werden.<sup>111</sup>

- *Silent Shopper-Verfahren (Mystery Customer):*

Hier soll die Qualität des Leistungserstellungsprozesses mit Hilfe von geschulten, professionellen Testern, die sämtliche Phasen des Kundenkontaktes überprüfen, erhoben werden. Es wird jeder relevante Kontaktpunkt zwischen Anbieter und Kunde / Kundin bewertet, was vom Aufwand her keinem ‚echten‘ Kunden / keiner ‚echten‘ Kundin zumutbar wäre.<sup>112</sup>

---

<sup>109</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 88

<sup>110</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 88

<sup>111</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 88

<sup>112</sup> Vgl. Bickmann / Schad 1998, S. 107f

- *Warentests:*

„Weitgehend objektive Ergebnisse versprechen die Warentest-Untersuchungen von Dienstleistungsprodukten durch die Stiftung Warentest, die einen neutralen Überblick der Dienstleistungsqualität im Konkurrenzvergleich geben. [...]. Dabei muss man sich freilich bewusst sein, dass das hohe Maß an menschlicher Interaktion bei vielen Dienstleistungen eine objektive Analyse erschwert [z.B. bei Beratungsgesprächen, etc., d. Verf.].“<sup>113</sup>

*II.IV.II. Subjektive Messansätze*

Die Qualitätswahrnehmung einer Leistung aus der Sicht der einzelnen Kunden / Kundinnen steht bei dieser Methode im Mittelpunkt. Auch hier kann eine weitere Unterteilung erfolgen, und zwar in:

- *Merkmalsorientierte Ansätze:*

„Merkmalsorientierte Ansätze gehen von der Anbieterseite aus, indem sie vorgeben, welche Teilqualitäten ein Angebot bestimmen, und fragen mit geschlossenen, standardisierten Fragen die Kunden nach ihrem subjektiven Empfinden, wie sie diese Teile hinsichtlich ihrer Erwartungen als erfüllt sehen.“<sup>114</sup> Zu dieser Gruppe zählen: Multiattributive Verfahren, Dekompensationelle Verfahren, Integrierte Qualitätsmessung, Vignette-Methode, Willingness-to-pay-Ansatz, Penalty-Reward-Faktoren-Ansatz.<sup>115</sup>

- *Ereignisorientierte Ansätze:*

„Ereignisorientierte Ansätze berücksichtigen in ihrer Methodik den prozessualen Charakter des Leistungserstellungsprozesses. Sie dienen der Beurteilung dieses Prozesses aus Kundensicht. Diese Methoden basieren auf dem sog. *Story-Telling*, [...]. Eine gestützte ereignisorientierte Messung erfolgt mit folgenden Verfahren:

---

<sup>113</sup> Bruhn 2003, S. 90

<sup>114</sup> Meister / Meister 2003, S. 43

<sup>115</sup> Vgl. Bruhn 2003, S.91

Sequenzielle Ereignismethode, Critical Incident-Technik, Critical Path-Analyse, Root Cause-Analyse.“<sup>116</sup>

- *Problemorientierte Messansätze:*

„Im Rahmen der problemorientierten Ansätze werden aus Kundensicht qualitätsrelevante Problemfelder im Rahmen der Leistungserstellung betrachtet. Zu dieser Gruppe von Ansätzen gehören: Problem Detecting-Methode, Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme (FRAP), Beschwerdeanalyse.“<sup>117</sup>

*II.IV.III. Merkmalsorientierte Ansätze – Multiattributive Verfahren:*

Nun soll genauer auf die Multiattributiven Verfahren als Variante von merkmalsorientierte Ansätzen eingegangen werden, da diese für die Erhebung der Kundenzufriedenheit eine bedeutende Relevanz besitzen.

„Am häufigsten werden multiattributive Verfahren mit Fragebogen verwendet. Sie setzen an mehreren (multi) Kennzeichen [(Attribute), d. Verf.] an, die der Anbieter als zufriedenheitsrelevant definiert. Aus ihnen soll sich zu guter Letzt die Gesamtzufriedenheit zusammensetzen lassen.“<sup>118</sup>

Auch bei Multiattributiven Verfahren kann wiederum eine Unterscheidung – und zwar in *einstellungs-, zufriedenheits- und kompetenzorientierte Ansätze* – vorgenommen werden.<sup>119</sup> In weiterer Folge besteht zudem die Möglichkeit, zwischen direkten Ansätzen (ein Eindruck vom jeweils interessierenden Qualitätsmerkmal wird abgefragt) und indirekten Ansätzen (hier kommt die Beurteilung der Wichtigkeit des jeweiligen Qualitätsmerkmals hinzu) zu differenzieren.<sup>120</sup>

---

<sup>116</sup> Bruhn 2003, S.112f

<sup>117</sup> Bruhn 2003, S.122

<sup>118</sup> Meister / Meister 2003, S. 43

<sup>119</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 91f

<sup>120</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 92

„*Einstellungsorientierte Verfahren* gehen [...] von der Überlegung aus, dass das Urteil der Kunden [bzw. der Kundinnen, d. Verf.] hinsichtlich der angebotenen Leistungen das Ergebnis von Lernprozessen ist, sei es aufgrund selbstgemachter Erlebnisse oder mittelbarer Erfahrungen, die durch andere Personen erlangt worden sind.“<sup>121</sup> Durch diese Methode werden die Ablehnung oder Zustimmung zu bereits vorgegebenen Aussagen erhoben.<sup>122</sup> Bei *direkten, einstellungsorientierten Verfahren* werden mittels einer Beurteilungsskala (z.B. Grad der Zustimmung) einzelne Qualitätskomponenten beurteilt.<sup>123</sup> „Die *indirekt-einstellungsorientierte Qualitätsmessung* [...] spaltet die Eindruckskomponente zusätzlich in eine konstatierende Aussage über den gewünschten Ist-Zustand und eine weitere Aussage über den gewünschten Soll-Zustand. Dadurch werden Diskrepanzen zwischen der Qualität erforscht, die die Kunden [bzw. die Kundinnen, d. Verf.] zum einen wahrnehmen und zum anderen wünschen.“<sup>124</sup>

Bei *zufriedenheitsorientierte Verfahren* werden die Kunden / Kundinnen anhand einzelner Leistungsmerkmale gefragt, wie zufrieden sie damit sind. Angesetzt wird hier an konkreten Konsumereignissen, die die Kunden / Kundinnen selbst erlebt haben und bewerten sollen.<sup>125</sup> Eine „zukunftsorientierte Qualitätsbestimmung ist nur in den Fällen möglich, in denen zumindest eine Transaktion zwischen dem Dienstleistungsanbieter und dem Kunden [bzw. die Kundinnen, d. Verf.] bereits erfolgt ist.“<sup>126</sup> Bei der *direkten-zufriedenheitsorientierten Variante* der Bestimmung der Dienstleistungsqualität steht der Unterschied zwischen der Erwartung und der Wahrnehmung hinsichtlich der Leistung im Mittelpunkt; die *indirekte-zufriedenheitsorientierte Variante* erhebt sowohl die Erwartungen vor als auch die Wahrnehmungen nach der Dienstleistungserstellung.<sup>127</sup> Die

---

<sup>121</sup> Meister / Meister 2003, S. 48

<sup>122</sup> Vgl. Meister / Meister 2003, S. 48

<sup>123</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 93

<sup>124</sup> Meister / Meister 2003, S. 49

<sup>125</sup> Vgl. Meister / Meister 2003, S. 50

<sup>126</sup> Bruhn 2003, S. 92

<sup>127</sup> Vgl. Bruhn 2003, S. 93f

Messungen könne sowohl einstufig (Befragung im Nachhinein) als auch zweistufig (Vorher-nachher-Befragung) durchgeführt werden.<sup>128</sup>

Die *kompetenzorientierte Betrachtung* der Dienstleistungsqualität (im Rahmen des einstellungsorientierten Ansatzes) spielt v.a. dann eine Rolle, „wenn die Qualitätsbeurteilung von Leistungen im Vordergrund steht, die sich auf Grund hoher Intangibilität einer Beurteilung durch den Konsumenten [bzw. die Konsumentin, d. Verf.] entziehen.“<sup>129</sup>

---

<sup>128</sup> Vgl. Meister / Meister 2003, S. 51

<sup>129</sup> Bruhn 2003, S. 96



### **III. MOBILE BEGLEITUNG FÜR MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN**

Im folgenden Kapitel werden die - von der Sozialabteilung beim Amt der Oberösterreichischen Landesregierung und Vertretern / Vertreterinnen der Anbieter der Mobilen Begleitung erstellten - Leistungs- und Qualitätsstandards für die Mobile Begleitung in Oberösterreich kurz erläutert.<sup>130</sup> Es soll ein Überblick über die Ziele, Inhalte, Leitprinzipien und Qualität der Leistung gegeben werden.

#### **III.I. Zielgruppe und Ziele der Mobilen Begleitung**

Die gesetzliche Grundlage für die Mobile Begleitung bildet das Oö. BHG 1991 idgF.

Das Angebot ‚Mobilen Begleitung‘ richtet sich an folgende Zielgruppen:

- „Menschen mit geistiger, körperlicher, Sinnes- und / oder mehrfachen Beeinträchtigungen, die in einem eigenen Haushalt alleine, zu zweit oder in Gemeinschaft leben oder leben möchten.
- Kinder, Jugendliche und Erwachsene mit geistiger, körperlicher, Sinnes- und / oder mehrfachen Beeinträchtigungen, die im Familienverband leben.
- Familien bzw. Hauptbetreuungspersonen, die diese Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen.“

Zweck und Ziel der Mobilen Begleitung ist die Steigerung der Lebensqualität für Menschen mit Beeinträchtigungen. Sie ermöglicht ihnen ein selbstbestimmtes und integriertes Leben in einer selbstgewählten Lebensform sowie den Verbleib in ihrer gewohnten Umgebung (als Alternative zu einer stationären Unterbringung).

---

<sup>130</sup> Die folgenden Ausführungen in diesem Kapitel beziehen sich auf diese Richtlinie.

So sollen durch die Mobile Begleitung einerseits Menschen mit Beeinträchtigungen bei der Bewältigung von Alltagssituationen unterstützt werden, andererseits soll die Zielgruppe der Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, eine Entlastung erfahren sowie mehr persönlichen Freiraum erhalten.

Primär ist die Mobile Begleitung eine Leistung zur Abdeckung der Grundbedürfnisse (Angehörigenarbeit kann nur in Verbindung damit in Anspruch genommen werden); Leistungen im Freizeitbereich können folglich nur in geringerem Ausmaß in Anspruch genommen werden. Das maximale Stundenausmaß beträgt 75 Stunden pro Monat (bei einem Durchrechnungszeitraum von einem Jahr); die Zeit der Leistungserbringung erstreckt sich von Montag bis Samstag, zwischen 06.00 und 20.00 Uhr.

### **III.II. Inhalte der Mobilen Begleitung**

Die Inhalte der Mobilen Begleitung orientieren sich an den individuellen Bedürfnissen der Kunden / Kundinnen.

Die Mobile Begleitung wird in drei primäre Leistungsinhalte unterteilt:

- Abklärung / Bedarfserhebung
- Bedarfskonferenz
- Direkte Unterstützung, Begleitung und Betreuung.

Bei der *Abklärung / Bedarfserhebung* wird die Mobile Begleitung im Rahmen eines Informations- und Erstgespräches vorgestellt und die Bedürfnisse und der Bedarf der Kunden / Kundinnen erhoben.

Im Rahmen der *Bedarfskonferenz* legen dann in weiterer Folge der jeweilige Kunde / die jeweilige Kundin (und bei Bedarf ein Angehöriger / eine Angehörige) sowie jeweils ein Vertreter / eine Vertreterin der Sozialabteilung beim Amt der Oberösterreichischen Landesregierung und des Anbieters gemeinsam das Ausmaß (Stundenumfang) der Mobilen Begleitung fest.

Der Bereich der *Direkten Unterstützung, Begleitung und Betreuung* umfasst jene direkten Leistungen, „welche in direkter Interaktion nach Beginn der Maßnahme mit dem Menschen mit Beeinträchtigungen bzw. in dessen Auftrag erbracht werden.“ Dazu gehören folgende Punkte:

- *Unterstützung bei der Grundversorgung* (z.B. Unterstützung beim An- und Auskleiden, Unterstützung bei der Körperpflege, Hilfestellung bei der Nahrungsaufnahme, etc.)
- *Unterstützung bei hauswirtschaftlichen Tätigkeiten* (z.B. Unterstützung beim Einkaufen, bei der Essenszubereitung, bei der Wäscheversorgung, etc.)
- *Betreuung und Begleitung im Alltag* (z.B. Unterstützung bei der privaten Lebensgestaltung, Förderung von Alltagskompetenzen, Unterstützung bei der Einhaltung von Terminvorgaben, Vorbereitung auf selbständige Wohnformen, etc.)
- *Freizeitgestaltung* (z.B. Unterstützung beim Erwerb der Fähigkeiten, sich die Freizeit selbst zu organisieren, Begleitung zu außerhäuslichen Aktivitäten, Unterstützung zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, etc.)
- *Angehörigenarbeit / Entlastung / Prävention* (z.B. Schaffung persönlicher Freiräume, Beratung von Angehörigen, Gespräche für Angehörige, etc.)

### **III.III. Leitprinzipien bei der Mobilen Begleitung**

Die Leistungserbringung bei der Mobilen Begleitung hat sich nach folgenden fünf Punkten zu richten:

Das Prinzip der *Menschenwürde* beschreibt den Respekt und eine offene Haltung gegenüber den Kunden / Kundinnen; dazu gehören u.a. das Recht auf Selbstbestimmung und die Wahrung der Privatsphäre.

*Kunden- und Bedürfnisorientierung* heißt, dass sich die Leistung an den individuellen Wünschen und Bedürfnissen der Kunden / Kundinnen zu orientieren hat; dies beinhaltet eine verlässliche, termingerechte und

qualitativ den jeweiligen Wünschen entsprechende Leistung sowie die zeitliche und räumliche Flexibilität.

Die *Selbstbestimmung* / *Mitbestimmung* hat Priorität in konkreten Entscheidungsprozessen; der Kunde / die Kundin soll frei entscheiden können ob und welche Unterstützung er / sie in Anspruch nehmen will.

Mit der *Hilfe zur Selbsthilfe* ist die Unterstützung der Selbständigkeit und Eigenverantwortung des Kunden / der Kundin gemeint; eine Unterstützung seitens des Begleiters / der Begleiterin erfolgt somit individualisiert und nur dort, wo diese gewünscht wird.

Die *Verschwiegenheitspflicht* ist das Fundament zur Schaffung einer Vertrauensbasis zwischen Kunde / Kundin und Begleiter / Begleiterin.

### **III.IV. Qualität der Mobilen Begleitung**

Bei der Mobilen Begleitung wird zwischen Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität unterschieden.

#### *Strukturqualität:*

Die Strukturqualität bezieht sich einerseits auf die Struktur der Stellen der Mobilen Begleitung (z.B. Erreichbarkeit per Telefon / Fax / E-Mail / etc., Kennzeichnung der Einrichtung nach außen) und die zeitlich und räumlich (mobil) flexible Arbeitsweise. Andererseits umfasst dieser Bereich Qualitätsstandards, welche den Personalbereich betreffen (z.B. Qualifikation, Auswahl, Mitarbeiter- / Mitarbeiterinneneinführung, Mitarbeiter- / Mitarbeiterinnengespräch, Fort- und Weiterbildung, Reflexion, etc.).

#### *Prozessqualität:*

Die Prozessqualität bezieht sich auf den Prozess der Aufnahme, Durchführung und Beendigung bei der Mobilen Begleitung.

Der Aufnahmeprozess schließt sämtliche Aktivitäten in Zusammenhang mit dem ersten Kontakt der Kunden / Kundinnen mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung, dem Informations- und Erstgespräch und der Bedarfskonferenz ein.

Der Durchführungsprozess - die eigentliche Unterstützung, Begleitung und Betreuung – hat sich an den, im Kapitel III.III beschriebenen, Leitprinzipien der Menschenwürde, Kunden- und Bedürfnisorientierung, Selbstbestimmung / Mitbestimmung, Hilfe zur Selbsthilfe und Verschwiegenheitspflicht zu orientieren.

Kommt es zur Beendigung der Mobilen Begleitung vor Ablauf des Bescheides, so ist dies und die Gründe dafür der Sozialabteilung beim Amt der Oberösterreichischen Landesregierung schriftlich mitzuteilen (der Kunde / die Kundin ist darüber zu informieren bzw. muss er / sie einwilligen).

*Ergebnisqualität:*

Die Beurteilung der Ergebnisqualität erfolgt seitens der Kunden / Kundinnen, deren Angehöriger sowie des Landes Oberösterreich. Die Erhebung der Zufriedenheit bezieht sich auf die Struktur- und Prozesselemente in der Mobilen Begleitung sowie auf die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen und deren Angehöriger.

## IV. ENTWICKLUNG EINES INSTRUMENTES ZUR ERHEBUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT FÜR DIE ZIELGRUPPE DER ANGEHÖRIGEN

Die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, soll mittels postalischer Befragung erfolgen. In diesem Kapitel wird anfangs theoretisch die Befragungsmethode, v.a. das Instrument „Fragebogen“, erläutert. In den darauf folgenden Unterkapiteln folgt die Beschreibung des Prozesses der Fragebogenerstellung (inkl. Abklärung mit Experten / Expertinnen und Durchführung von Pretests).

### IV.I. Befragungsmethode – Postalische Befragung

#### IV.I.I. Gütekriterien einer Messung

Die beiden Gütekriterien in der qualitativen Forschung, Reliabilität und Validität, werden in der quantitativen Forschung um das Kriterium der Objektivität ergänzt.<sup>131</sup>

Die *Reliabilität* (Zuverlässigkeit) „gibt an, inwieweit bei einer wiederholten Messung unter gleichen Bedingungen das gleiche Ergebnis erzielt wird. Eine Befragung ist umso zuverlässiger, je klarer (verständlicher und eindeutiger) die Fragen formuliert werden und je standardisierter die Untersuchung ist.“<sup>132</sup>

„Die *Validität* [Gültigkeit, d. Verf.] eines Testes gibt den Grad der Genauigkeit an, mit dem dieser Test dasjenige Persönlichkeitsmerkmal oder diejenige Verhaltensweise, das (die) er messen soll oder zu messen vorgibt, tatsächlich misst.“<sup>133</sup> Hier kann grundsätzlich zwischen Inhaltsvalidität, Kriteriumsvalidität und Konstruktvalidität unterschieden werden.<sup>134</sup>

---

<sup>131</sup> Vgl. Mayer 2004, S. 88

<sup>132</sup> Vgl. Mayntz u.a. 1978, S. 120, (zit. nach: Mayer 2004, S. 88)

<sup>133</sup> Lienert 1969, S. 16, (zit. nach: Diekmann 2002, S. 224)

<sup>134</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 224

Die Grad der *Objektivität* eines Messinstrumentes gibt an, inwieweit die Ergebnisse einer Messung unabhängig von dessen Anwender / Anwenderin sind. Hier kann zwischen Durchführungs-, Auswertungs- und Interpretationsobjektivität unterschieden werden.<sup>135</sup>

#### *IV.I.II. Die Fragebogenkonstruktion*

Zu Beginn gilt, dass man erst mit der Konstruktion eines Fragebogens beginnen soll, wenn man genau weiß, was man eigentlich wissen möchte.<sup>136</sup>

Der konkrete Aufbau des Fragebogens soll sich sowohl an logischen als auch an psychologischen Gesichtspunkten orientieren. In Bezug auf den logischen Aspekt hängt die Gliederung vom Untersuchungsgegenstand, dem Forschungsziel bzw. den theoretischen Forschungsregeln ab.<sup>137</sup>

„In der Regel werden zunächst thematische Blöcke (Module) festgelegt, [...]. Für jedes Modul werden sodann die Fragen formuliert.“<sup>138</sup> Indem Fragen zum gleichen Themenkreis nacheinander folgen, werden die Befragten nicht ständig zu Gedankensprüngen gezwungen. In diesem Zusammenhang gelten zudem folgende Grundsätze: es kommt das Allgemeine vor dem Besonderen, das Vertraute vor dem Unvertrauten und das Einfache vor dem Komplizierten.<sup>139</sup>

Beim Übergang von einem Themenkomplex zu einem anderen besteht die Möglichkeit (oder ist es sogar notwendig), neue Themenkomplexe mit sogenannten Überleitungsfragen bzw. Erklärungen und Aufforderungen einzuleiten.<sup>140</sup>

„Die Fragen werden unter Beachtung einiger Regeln in einer zweckmäßigen Reihenfolge angeordnet.“<sup>141</sup>

---

<sup>135</sup> Vgl. Lienert 1969, (zit. nach: Diekmann 2002, S. 216)

<sup>136</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 414

<sup>137</sup> Vgl. o.V., Online im WWW unter URL: [www.leaderplus.de](http://www.leaderplus.de) (21.08.2005)

<sup>138</sup> Diekmann 2002, S. 414

<sup>139</sup> Vgl. Atteslander 1991, S. 194, (zit. nach: Mayer 2004, S. 94)

<sup>140</sup> Vgl. Mayer 2004, S. 94

<sup>141</sup> Diekmann 2002, S. 414

- *Eröffnungsfragen* (Eisbrecherfragen) sollten – wie der Name ausdrückt – zu Beginn eines Fragebogens stehen.<sup>142</sup> Sie „haben die Aufgabe, ein Vertrauensklima zu erzeugen und die Antwortbereitschaft auf die eigentlichen Befragungsthemen zu erhöhen.“<sup>143</sup>
- Auf Grund der *Spannungskurve* (Aufmerksamkeit steigt zuerst an und sinkt dann wieder ab) sind die wichtigsten Fragen häufig im zweiten Drittel des Fragebogens zu finden.<sup>144</sup>
- „Filterfragen [...] helfen, überflüssige Fragen zu vermeiden und die Befragungszeit zu reduzieren.“<sup>145</sup> Für den Fall, dass mehrere Fragen nicht für alle Befragten relevant sind, kann so verhindert werden, dass diese zu oft „trifft-nicht-zu“-Antworten geben müssen; ist ein bestimmtes Merkmal bei einem Befragten / einer Befragten nicht vorhanden, kann er / sie somit den entsprechenden Bereich überspringen.<sup>146</sup>
- Sozialstatistische Fragen (Sozialdemographie) werden in der Regel am Ende eines Fragebogens platziert.<sup>147</sup> „Die Befragten sind dann eher bereit, Fragen zur Person zu beantworten.“<sup>148</sup> Stehen die Fragen am Beginn, wird der Befragte über den eigentlichen Sinn der Befragung zu lange im Unklaren gelassen.<sup>149</sup>
- „Der Fragebogen sollte mit einem Dank für die Mitarbeit abgeschlossen werden: *Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!*.“<sup>150</sup>

#### IV.I.III. Fragetypen

Grundsätzlich kann bei der Konstruktion eines Fragebogens auf drei Fragetypen zurückgegriffen werden, nämlich: *geschlossene, offene und halboffene Fragen*.

---

<sup>142</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 414

<sup>143</sup> Mayer 2004, S. 94

<sup>144</sup> Vgl. Scheuch 1973, (zit. nach Diekmann 2002, S. 414)

<sup>145</sup> Diekmann 2002, S. 414

<sup>146</sup> Vgl. Mayer 2004, S. 95

<sup>147</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 415

<sup>148</sup> Mayer 2004, S. 94

<sup>149</sup> Vgl. Schnell u.a. 1999, S. 321, (zit. nach: Mayer 2004, S. 94)

<sup>150</sup> Mayer 2004, S. 96



### *Geschlossene Fragen:*

Sie „verlangen vom Befragten [bzw. von der Befragten, d. Verf.] sich zwischen Antwortalternativen zu entscheiden. Dabei ist zu beachten, dass die Zahl der Antwortalternativen für den Befragten überschaubar bleibt. Die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten müssen jedoch erschöpfend sein.“<sup>151</sup>

Bei geschlossenen Fragen kann in weiterer Folge noch zwischen drei Typen unterschieden werden:

- *Identifikationstyp*: Bei Fragen mit wer, wo, wann, wie viele oder welche wird vom Befragten / von der Befragten die Identifikation einer Person, einer Anzahl, einer Zeit, eines Ortes und dgl. verlangt.
- *Selektionstyp*: Bei diesen Fragen sind zwei (*Alternativ-Frage*) oder mehrere (*Mehrfachauswahl-Frage*) Antwortalternativen vorgegeben aus denen der Befragte / die Befragte auszuwählen hat. Die *Skala-Frage* ist eine Sonderform der Mehrfachauswahl-Frage; mit ihr kann die Intensität oder Häufigkeit von Werten, Meinungen, Gefühlen, Handlungen, etc. gemessen werden (z.B. immer – häufig – gelegentlich, etc.).
- *Ja-Nein-Typ*: Die Beantwortung der Frage mit Ja oder Nein ist ausreichend.<sup>152</sup>

Manchmal ist es notwendig bzw. empfehlenswert bei den Antworten die Kategorie „weiß nicht“ anzuführen; damit kann vermieden werden, dass sich der Befragte / die Befragte gezwungen fühlt, sich für eine vorhandene Kategorie zu entscheiden (obwohl diese nicht zutreffend ist).<sup>153</sup>

Bei geschlossenen Fragen muss der Befragte / die Befragte etwas bzw. jemanden *wieder erkennen*. Hier besteht jedoch – v.a. bei Meinungsfragen wenn der Befragte / die Befragte nie oder kaum über den Sachverhalt nachgedacht hat – die Gefahr der Suggestivwirkung.<sup>154</sup>

Der große Vorteil von geschlossenen Fragen liegt in der guten Vergleichbarkeit der Antworten, der höheren Durchführungs- und Auswertungs-

---

<sup>151</sup> Mayer 2004, S. 90

<sup>152</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 162 & 164

<sup>153</sup> Vgl. Mayer 2004, S. 91f

<sup>154</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 164

objektivität, dem geringeren Zeitaufwand bei der Beantwortung, der leichteren Beantwortbarkeit für Menschen mit Verbalisierungsproblemen und dem relativ geringem Auswertungsaufwand. Der Nachteil dieses Frage-Typs ist, dass man nur Informationen im Rahmen dieser vorgegebenen Kategorien erhält.<sup>155</sup>

Besonders bei schriftlichen Befragungen sind geschlossene Fragen – verglichen mit offenen Fragen - leichter und schneller beantwortbar.<sup>156</sup>

#### *Offene Fragen:*

Offene Fragen enthalten keine festgelegten Antwortkategorien. Hier kann der Befragte / die Befragte seine / ihre Antwort selbständig formulieren.<sup>157</sup>

Durch offene Fragen können Unwissenheit, Missverständnisse oder unerwartete Bezugssysteme aufgespürt werden.<sup>158</sup>

Bei diesem Frage-Typ muss *sich* der Befragte / die Befragte an einen Sachverhalt *erinnern* (vgl. geschlossene Fragen: der Befragte / die Befragte muss etwas bzw. jemanden wieder erkennen). Sich an etwas erinnern ist schwieriger als etwas wieder zu erkennen; folglich erhält man auf offene Fragen in der Regel weniger Antworten als auf geschlossene Fragen.<sup>159</sup>

Als Nachteil erweist sich bei offenen Fragen bei schriftlichen Befragungen die Tatsache, dass der Befragte / die Befragte seinen / ihren Antworttext niederzuschreiben hat.<sup>160</sup>

Die Kategorisierung der Antworten von offenen Fragen für die Auswertung erfolgt nachträglich.<sup>161</sup> Hierfür ist es erforderlich ausreichend Fragebögen durchzusehen, um zu erkennen, welche Kategorien gebildet werden können.<sup>162</sup>

---

<sup>155</sup> Diekmann 2002, S. 408f

<sup>156</sup> Diekmann 2002, S. 408

<sup>157</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 161

<sup>158</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 164

<sup>159</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 164

<sup>160</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 408

<sup>161</sup> Vgl. o.V., Online im WWW unter URL: [www.leaderplus.de](http://www.leaderplus.de) (21.08.2005)

<sup>162</sup> Vgl. Mayntz u.a. 1978, S. 109, (zit. nach: Mayer 2004, S. 92)

### *Halboffene Fragen:*

„Halboffene Fragen („Hybridfragen“) sind ein Kompromiß zwischen geschlossenen und offenen Fragen. Dabei werden geschlossene Antwortkategorien plus einer offenen Antwortmöglichkeit vorgesehen.“<sup>163</sup>

### *IV.I.IV. Grundregeln der Frageformulierung*

„Bei der Frageformulierung stehen nicht ästhetische Kriterien im Vordergrund, sondern Verständlichkeit bzw. Unmissverständlichkeit.“<sup>164</sup>

Es ist empfehlenswert, sich bei der Formulierung von Fragen an folgende Grundregeln zu halten:<sup>165</sup>

- Verwendung *einfacher Wörter*: D.h. auf die Verwendung von nicht gebräuchlichen Fachausdrücken, Fremdwörtern, Abkürzungen oder Slang-Ausdrücken zu verzichten.
- *Präzise und verständliche Formulierung*: D.h. die Fragen sollten hinreichend präzise formuliert sein, ohne zu bürokratisch zu klingen.
- *Vermeidung von platten Anbiederungen*: „Eine kumpelhafte Anbiederung durch Subkultur-Formulierungen oder Dialekt klingt meist lächerlich [...].“
- *Kurze Formulierung* der Fragen
- *Vermeidung von Suggestivfragen*: „Mit Suggestivfragen wird die Antwort in eine bestimmte Richtung gelenkt.“
- *Neutrale Formulierung* der Fragen: Die Fragen sollten keine stark wertbesetzten bzw. belasteten Wörter, wie z.B. Bürokrat, Ehrlichkeit, Freiheit, Boss, etc. enthalten.
- *Keine Verwendung von doppelten Verneinungen*
- *Vermeidung von hypothetisch formulierten Fragen*
- *Vermeidung von Mehrdimensionalität* bei den Fragen: D.h. die Fragen sollten sich lediglich auf einen Sachverhalt beziehen.
- Verwendung von *indirekten Fragen nur in Ausnahmefällen*: Die Verwendung von indirekten Fragen (z.B. zur der Messung von Ein-

---

<sup>163</sup> Diekmann 2002, S. 409

<sup>164</sup> Mayer 2004, S. 89

<sup>165</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 410ff & Atteslander 2003, S. 173f

stellungen) ist problematisch und sollte daher lediglich in erprobten Ausnahmefällen erfolgen.

- *Vermeidung einer Überforderung der Befragten*: Z.B. sollten schwierige Berechnungen (Prozentsatz, etc.) nicht verlangt werden.
- *Formale Balance der Fragen* beachten: D.h., dass in der Frage sowohl negative als auch positive Antwortmöglichkeiten enthalten sein sollten, um somit eine Gleichwertigkeit der möglichen Antworten zu demonstrieren.
- *Ausgewogenheit der Antwortvorgabe*: D.h. es soll zwischen positiven und negativen Aspekten bei den Antwortkategorien ein Gleichgewicht herrschen.<sup>166</sup>
- *Durchführung von Pretests*: Bei neuen Fragebögen empfiehlt sich die Durchführung von einem oder mehreren Pretests. Auf diese Weise können die Verständlichkeit, Eindeutigkeit und Vollständigkeit der Fragen und Antwortkategorien geprüft sowie die Befragungsdauer erhoben werden. Zu diesem Zweck sollen die Befragten ermutigt werden, Punkte, die ihnen nicht klar erscheinen, anzusprechen.  
Ist auf Grund der Pretests eine umfangreiche Abänderung des Fragebogens erforderlich, so sind im Anschluss erneute Pretests durchzuführen.

#### *IV.I.V. Vor- und Nachteile einer postalischen Befragung*

Die Vorteile von schriftlichen Befragungen liegen darin, dass sie – auf Grund des meist geringeren Zeit- und Personalaufwandes – im Vergleich zu persönlichen oder telefonischen Befragungen einer großen Anzahl von Menschen kostengünstiger sind.<sup>167</sup>

Weitere Vorteile sind, dass die Befragten mehr Zeit haben und die Fragen besser durchdenken können und auch nicht durch das Verhalten des Interviewers / der Interviewerin beeinflusst werden.<sup>168</sup>

---

<sup>166</sup> Vgl. o.V., Online im WWW unter URL: [www.leaderplus.de](http://www.leaderplus.de) (21.08.2005)

<sup>167</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 175

<sup>168</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 439

Zu den Nachteilen zählt, dass die Interviewsituation nicht kontrolliert werden kann. Fällt der Interviewer / die Interviewerin als Einflussfaktor weg, trifft dies auch auf seine / ihre Funktion als Kontrollinstanz zu; so kann dann z.B. eine Beeinflussung der Befragten durch andere Personen stattfinden.<sup>169</sup> Zudem kann bei Verständnisproblemen der Interviewer / die Interviewerin nicht aufklärend eingreifen; aus diesem Grund muss der Fragebogen einfach gestaltet und selbsterklärend sein.<sup>170</sup>

Ein Problem für die Repräsentativität einer postalischen Befragung stellt v.a. die geringe Rücklaufquote dar. Ausnahmen sind hier z.B. geschlossene Gruppen, wie Interessensvertretungen, etc. Auf jeden Fall ist zu beachten, dass diese Art der Befragung sorgfältig vorbereitet werden muss. Dazu gehört ein Begleitbrief, in dem erklärt wird, wer für diese Befragung verantwortlich ist, wozu sie dient und ein Hinweis auf die vertrauliche bzw. anonyme Behandlung der Antworten. Um eine möglichst hohe Rücklaufquote zu erreichen, sollte die Rücksendung des Fragebogens für die Befragten möglichst einfach sein (z.B. mit frankiertem und adressiertem Rücksendekouvert).<sup>171</sup>

#### **IV.II. Entwicklung der Items aus den Leistungs- und Qualitätsstandards – Erstellung des Fragebogens**

Wie in der Einleitung zu diesem Kapitel bereits erwähnt, soll die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Zielgruppe der Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, mittels postalischer Befragung erfolgen.

Diese Methode zur Erhebung der Kundenzufriedenheit hat sich bereits beim Angebot der „Frühförderung“, einer Maßnahme die ebenfalls zum Großteil vom Land Oberösterreich finanziert wird, mehrmals bewährt (auf Grund des jungen Alters der betroffenen Kinder wurden hier jedoch nur die Eltern bzw. Angehörigen befragt).

---

<sup>169</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 175

<sup>170</sup> Vgl. Diekmann 2002, S. 439

<sup>171</sup> Vgl. Atteslander 2003, S. 175f

#### *IV.II.I. Einleitung zum (inhaltlichen) Aufbau des Fragebogens*

Inhaltlich orientiert sich der Fragebogen an der in Kapitel III beschriebenen Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards für Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen. Aus den dort beschriebenen und für die Kundenzufriedenheit relevanten Punkten sollen die Fragen zur Erhebung dieser gebildet werden.

Der Aufbau bzw. die Reihenfolge der abzufragenden Themenblöcke orientiert sich ebenfalls an der oben genannten Rahmenrichtlinie, und zudem am Aufbau des Fragebogens für die Erhebung der Kundenzufriedenheit beim Angebot der Frühförderung. Daraus ergibt sich folgende Gliederung der Themenblöcke:

- Einleitungsfragen
- Fragen zur Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. dem ersten Gespräch und der Bedarfskonferenz
- Fragen zur Zufriedenheit mit dem (inhaltlichen) Angebot der Mobilen Begleitung und mit deren Verlauf.

#### *IV.II.II. Einleitungsfragen*

Im ersten Teil des Fragebogens, dem Einleitungsteil, geht es darum, die Angehörigen auf das Thema quasi „einzustimmen“. Dieser Fragenkomplex ist angelehnt an den oben bereits erwähnten Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Frühförderung. Es geht darum, allgemeine eher „organisatorische“ bzw. soziodemographische Aspekte betreffend der Kunden / Kundinnen und der Mobile Begleitung zu erheben. Letztere Aspekte sind zumeist am Ende eines Fragebogens zu finden. Auf Grund des Aufbaus dieses Fragebogens und der eher geringen Anzahl an Fragen zu soziodemographischen Merkmalen bzw. des eher kurzen Einleitungsteils werden sie in diesem Fall an den Anfang gestellt.

Die Fragen in diesem ersten Teil erheben somit noch nicht direkt die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen.

Zu allererst ist – wie auch bei der Frühförderung - interessant, bei welchem Anbieter die Mobile Begleitung in Anspruch genommen wird. Derzeit bieten folgende sieben Organisationen in Oberösterreich diese Leistung an: Arcus Sozialnetzwerk, assista Soziale Dienste GmbH, Caritas für Menschen mit Behinderungen, Evangelisches Diakoniewerk, Institut Hartheim, Miteinander GmbH, Volkshilfe Oberösterreich - Gesundheits- und Soziale Dienste GmbH. Daraus ergab sich folgende Frage:

**1. Bei welchem Träger nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

- Arcus Sozialnetzwerk
- assista Soziale Dienste GmbH
- Caritas für Menschen mit Behinderungen
- Evangelisches Diakoniewerk
- Institut Hartheim
- Miteinander GmbH
- Volkshilfe Oberösterreich - Gesundheits- und Soziale Dienste GmbH

Damit verbunden ist die Frage nach dem Wohnbezirk des Angehörigen / der Angehörigen, der / die die Mobile Begleitung in Anspruch nimmt. Da die Leistung – wie der Name besagt – mobil erbracht wird, und somit der Wohnort grundsätzlich keine Auswirkung auf die Möglichkeit die Leistung zu beziehen bzw. auf die Zufriedenheit mit dieser hat, ist davon auszugehen, dass diese Frage bezüglich ihres Informationsgehaltes eine eher untergeordnete Rolle spielt.

**2. In welchem Bezirk wohnt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige?**

.....

Durch die Erhebung der Dauer der Inanspruchnahme der Mobilen Begleitung kann z.B. festgestellt werden, ob ein Zusammenhang zwischen der

Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen und der Dauer der Inanspruchnahme besteht (z.B. ob die Zufriedenheit mit der Zeit gleich bleibt, steigt oder sinkt).

**3. Seit wann nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

Monat: ..... Jahr: .....

Wie beim Fragebogen über die Zufriedenheit mit der Frühförderung soll auch bei der Mobilen Begleitung erhoben werden, von wem bzw. von welcher Stelle die Angehörigen von diesem Angebot erfahren haben. Aus den Antworten auf diese Frage können Rückschlüsse auf den Informationsstand bzw. die Informationsweitergabe von Einrichtungen (z.B. Schulen / Horte, Betreuungseinrichtungen, Bezirksverwaltungsbehörden / Magistraten, etc.) sowie auf den Stellenwert von Informationsweitergaben von Betroffenen zu Betroffenen gezogen werden.

**4. Von wem haben Sie von der Mobilen Begleitung erfahren?**

- Schule / Hort
- andere Betreuungseinrichtung (welche: .....)
- Bezirksverwaltungsbehörde / Magistrat
- andere Betroffene
- sonstige: .....

Weiters soll im Rahmen der Einleitungsfragen erhoben werden, ob bzw. welche Betreuungs- und Begleitangebote neben der Mobilen Begleitung noch in Anspruch genommen werden.

**5. Nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige parallel zur Mobilen Begleitung noch andere Betreuungs- und Begleitangebote in Anspruch?**

- ja
- nein



**5.a. Wenn ja, welche?** .....

Zum Schluss dieses ersten Teils des Fragebogens soll noch nach dem Alter des jeweiligen Kunden / der jeweiligen Kundin gefragt werden. Aus dieser Frage kann ersichtlich werden, ob ein Zusammenhang zwischen dem Alter des / der Betroffenen und der Zufriedenheit der jeweiligen Angehörigen (z.B. Grad der Entlastung, etc.) mit dem Angebot der Mobilen Begleitung besteht.

**6. Wie alt ist Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige, der / die die Mobile Begleitung in Anspruch nimmt?**

..... Jahre

In diesem Zusammenhang soll noch erklärt werden, dass das Geschlecht der Betroffenen bewusst nicht erhoben wird. Anders als beim Alter (welches zu einem bestimmten Grad auch Aufschluss auf die Reife geben kann) wird ein Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zufriedenheit mit einer Leistung – sollte er bestehen - als nicht relevant angesehen (Sind Frauen generell zufriedener bzw. unzufriedener als Männer?) und somit wird diese Information auch nicht erfragt.

*IV.II.III. Fragen zur Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. dem ersten Gespräch und der Bedarfskonferenz*

Im zweiten Teil des Fragebogens geht es um die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen mit der Mobilen Begleitung. Konkret soll die Anfangsphase der Mobilen Begleitung beleuchtet werden. Hierzu gehören der erste Kontakt bzw. das erste Gespräch mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung und die Bedarfskonferenz.

Inhaltlich orientieren sich die Fragen an der bereits mehrfach erwähnten Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards für dieses Angebot.

Die Art der Fragestellung und die Antwortskala (überwiegend vier Kategorien bezüglich des Grades der Zustimmung) haben sich bereits im Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Frühförderung bewährt und wurden für jenen für die Mobile Begleitung übernommen.

Ganz zu Beginn der Mobilen Begleitung steht die Kontaktaufnahme zum Anbieter. Diesbezüglich schreiben die geltenden Standards folgendes vor: „Eine einfache Kontaktaufnahme zur Mobilen Begleitung [...] ist insbesondere durch eine entsprechende Erreichbarkeit (zB Telefon, Fax, e-mail) zu gewährleisten.“<sup>172</sup>

**7. Die Kontaktaufnahme mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung (Erreichbarkeit via Telefon, E-Mail; Terminvereinbarung für das erste Gespräch, etc.) verlief zufriedenstellend.**

trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Gemäß den Qualitätsstandards sind das erste Gespräch bzw. das Informationsgespräch Teile des Bereiches Abklärung und Bedarfserhebung. Hierzu gehören das Vorstellen der Mobilen Begleitung sowie die Abklärung der Bedürfnisse und des Bedarfs der Kunden / Kundinnen.<sup>173</sup> Von den in Kapitel III.III beschriebenen Leitprinzipien kommt in dieser Phase v.a. die Menschenwürde sowie die Kunden- und Bedürfnisorientierung zum Tragen. Ob diese Kriterien erfüllt wurden, soll mittels folgender Fragen erhoben werden:

**8. Beim ersten Gespräch fühlten wir uns mit unseren Anliegen und Sorgen ernst genommen.**

trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

<sup>172</sup> Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 14

<sup>173</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 7

**9. Wir hatten das Gefühl, dass der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin beim ersten Gespräch auch an unserer persönlichen Situation (z.B. an unseren Bedürfnissen, et.) interessiert war.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Die beiden nächsten Fragen (10 und 11) bzw. die Antworten darauf sollen Auskunft darüber geben, inwieweit die Kunden / Kundinnen über das Angebot der Mobilen Begleitung informiert wurden. Bei der Fragestellung wird hier zwischen Informationen zum Inhalt und Informationen zum Ablauf der Mobilen Begleitung unterschieden.

**10. Wir wurden umfassend über das Angebot (die Inhalte) der Mobilen Begleitung informiert.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**11. Wir wurden umfassend über den Ablauf der Mobilen Begleitung (Terminvereinbarungen, etc.) informiert.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**12. Der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin ging auf unsere Fragen ein.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Des Weiteren ist im Rahmen dieses Aufnahmeprozesses (beim ersten Gespräch oder bei der Bedarfskonferenz) vorgesehen, dass den Kunden / Kundinnen die entsprechenden Unterlagen für die Antragstellung ausgehändigt werden sollen.<sup>174</sup> Es kann angenommen werden, dass die Kunden / Kundinnen – einhergehend mit der Übergabe der entsprechenden Unterlagen – zudem genauere Informationen zum Thema Antragstellung für

<sup>174</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 22

die Mobile Begleitung erhalten. Diesbezüglich wurden folgende zwei Fragen formuliert:

**13. Der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin informierte uns über die Antragstellung.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu
- kein Bedarf

**14. Die entsprechenden Unterlagen für die Antragstellung wurden uns beim ersten Gespräch bzw. bei der Bedarfskonferenz ausgehändigt.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

Nach dem ersten Gespräch bzw. dem Informationsgespräch findet die Bedarfskonferenz statt. Zwar sind keine Fristen zwischen erstem Gespräch und dem Stattfinden der Bedarfskonferenz bzw. dem Beginn der Mobilen Begleitung festgelegt, dennoch sollen – wie auch bereits beim Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Frühförderung – auch bei der Mobilen Begleitung diese Zeiträume erhoben werden. Erstrecken sich diese Zeiträume z.B. in vielen Fällen über mehrere Monate, so kann versucht werden, den Gründen dafür auf die Spur zu kommen und diese Abschnitte zu verkürzen (was – wie anzunehmen ist – auch im Sinn der Kunden / Kundinnen ist).

In der Antwortskala werden jeweils fünf Zeiträume vorgegeben, um einerseits den Angehörigen die Beantwortung dieser Fragen zu erleichtern und um andererseits deren Auswertungen zu vereinfachen.

**15. Wie lange dauerte es vom ersten Gespräch bis zur Bedarfskonferenz?**

- bis zu 2 Wochen
- bis zu einem Monat
- 2 bis 3 Monate
- 3 bis 6 Monate
- mehr als 6 Monate

**16. Wie lange dauerte es vom ersten Gespräch bis zum Start der Mobilen Begleitung?**

- bis zu 2 Wochen
- bis zu einem Monat
- 2 bis 3 Monate
- 3 bis 6 Monate
- mehr als 6 Monate

Auch für die Bedarfskonferenz gilt, dass die Kunden / Kundinnen mit Ihren Bedürfnissen ernst genommen werden sollen. Es ist wichtig auch hier zu erheben, wie zufrieden die Kunden / Kundinnen mit dieser konkreten Situation waren.

**17. Bei der Bedarfskonferenz wurden unsere Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigt.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**18. Die Bedarfskonferenz verlief zufriedenstellend.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

Am Ende dieses zweiten Teils des Fragebogens soll den Angehörigen die Möglichkeit gegeben werden, im Rahmen einer offenen Frage, Anliegen, die sie in Bezug auf den ersten Kontakt zum Anbieter, auf das erste Gespräch und auf die Bedarfskonferenz haben, darzustellen.

**Welche Wünsche haben Sie in Bezug auf den ersten Kontakt und das erste Gespräch mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung sowie in Bezug auf die Bedarfskonferenz? Was würden Sie anders machen?**

*IV.II.IV. Fragen zur Zufriedenheit mit dem inhaltlichen Angebot der Mobilen Begleitung und mit deren Verlauf*

Im Dritten Teil des Fragebogens geht es um die Zufriedenheit mit dem Angebot und dem Verlauf der Mobilen Begleitung. Hierbei nimmt die Person des Begleiters / der Begleiterin und dessen / deren Beziehung zu den Kunden / Kundinnen eine zentrale Rolle ein. Weiters sind die Dokumentation und die Miteinbeziehung der Kunden / Kundinnen in die Dokumentation sowie der Verlauf des Wechsels beim Begleitpersonal (sollte es schon einmal zu so einem Wechsel gekommen sein) Themen in diesem Abschnitt.

Im Sinne der Leitprinzipien der Menschenwürde, der Kunden- und Bedürfnisorientierung sowie der Selbstbestimmung / Mitbestimmung (siehe Kapitel III.III) ist es wichtig, dass der Begleiter / die Begleiterin die Mobile Begleitung sowohl inhaltlich als auch zeitlich auf die Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen abstimmt; in diesem Zusammenhang sind auch regelmäßige Besprechungen bzw. Abklärungen bezüglich dieser Punkte zwischen Begleiter / Begleiterin und Kunden / Kundinnen erforderlich. Die Folgenden vier Fragen sollen darüber Aufschluss geben:

**19. Der Begleiter / die Begleiterin bespricht mit uns gemeinsam die Schwerpunkte und Ziele der Mobilen Begleitung.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**20. Der Begleiter / die Begleiterin stimmt das Angebot auf unsere Wünsche und Bedürfnisse (als Angehörige) ab.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**21. Der Begleiter / die Begleiterin stimmt das Angebot auf die Wünsche und Bedürfnisse unseres Angehörigen / unserer Angehörigen ab.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**22. Bei Terminvereinbarungen werden unsere Wünsche berücksichtigt.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Im Zusammenhang mit der Terminvereinbarung steht die Frage, ob vereinbarte Termine vom Begleiter / von der Begleiterin eingehalten werden bzw. ob sie – sollten sie ausfallen – rechtzeitig abgesagt werden. Obwohl es sich hierbei um zwei Sachverhalte handelt, scheint es in diesem Fall möglich zu sein, sie in einer Frage zusammenzufassen.

In erster Linie geht es bei dieser Frage um die Zuverlässigkeit des Begleiters / der Begleiterin. Es kann angenommen werden, dass ein zuverlässiger Begleiter / eine zuverlässige Begleiterin Termine nicht unnötig ausfallen lässt bzw. in begründeten Fällen den Kunden / Kundinnen rechtzeitig Bescheid gibt.

**23. Der Begleiter / die Begleiterin hält vereinbarte Termine immer ein oder verständigt uns, falls eine Einheit ausfällt.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Mittels der nächsten beiden Fragen sollen die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen mit den Inhalten (den direkten Leistungen, siehe Kapitel III.II), sowie eventuell gewünschte Ergänzungen im Leistungsspektrum erhoben werden.

**24. Mit den Inhalten der Mobilen Begleitung (Unterstützung bei der Grundversorgung, Unterstützung bei hauswirtschaftlichen Tätigkeiten, Betreuung und Begleitung im Alltag, Freizeitgestaltung, Angehörigenarbeit / Entlastung / Prävention) sind wir zufrieden.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**25. Sind diese Angebote ausreichend?**

- ja
- nein

**25. a. Wenn nein, um welche Bereiche sollte das Leistungsangebot ergänzt werden?**

.....

Mit der Beziehung zwischen Begleiter / Begleiterin und Kunden / Kundinnen befassen sich die nächsten vier Fragen. Konkret geht es z.B. um das Vertrauen in den Begleiter / die Begleiterin und um die Möglichkeit mit dem Begleiter / der Begleiterin offen sprechen zu können (auch Kritik üben zu können).

**26. Wir haben Vertrauen in das Können des Begleiters / der Begleiterin.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**27. Wir haben Vertrauen in den Begleiter / die Begleiterin.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**28. Wir können Unzufriedenheiten und Bedenken (mit und beim Begleiter / bei der Begleiterin) ansprechen.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**29. Unser Angehöriger / unsere Angehörige fühlt sich bei der Mobilen Begleitung wohl.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu



Laut den Leistungs- und Qualitätsstandards für die Mobile Begleitung sollen Angehörige, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, durch das Angebot der Mobilen Begleitung entlastet werden und mehr persönlichen Freiraum erhalten.<sup>175</sup> Ob die Mobile Begleitung von den Angehörigen auch so empfunden wird, sollen folgende drei Fragen erheben.

**30. Wir erleben die Mobile Begleitung als Entlastung bzw. Unterstützung.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**31. Die Mobile Begleitung leistet einen wichtigen Beitrag in Bezug auf die Familiensituation (die Familiensituation hat sich entspannt).**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**32. Durch die Mobile Begleitung erhalten wir mehr persönlichen Freiraum.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Die nächsten drei Fragen widmen sich dem Thema ‚Dokumentation‘. Die Kunden / Kundinnen haben das Recht die Dokumentationsunterlagen jederzeit einsehen zu können; zudem sollen sie bei der Führung der Unterlagen miteinbezogen werden.

**33. Wir wissen über die Inhalte der Dokumentation (z.B. Erhebungsbogen, Bedarfserhebung, Protokoll der Bedarfskonferenz, Entwicklungsplan, etc.) bescheid.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

---

<sup>175</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 3

**34. Wir können die Dokumentationsunterlagen jederzeit einsehen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**34. a. Wir haben die Dokumentationsunterlagen bereits einmal bzw. mehrmals eingesehen.**

- ja    nein

**35. Unser Angehöriger / unsere Angehörige wird in die Dokumentation einbezogen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Mittels der nächsten drei Fragen soll die Zufriedenheit mit dem Ausmaß (Stundenumfang) und den Zeiten der Mobilen Begleitung ermittelt werden.

**36. Die Mobile Begleitung findet ..... Mal pro Woche / pro Monat statt.**

**37. Das Ausmaß der Mobilen Begleitung (Stundenumfang) ist ausreichend.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**38. Mit den Zeiten, in denen die Mobile Begleitung in Anspruch genommen werden kann (Montag bis Samstag: 06.00 bis 20.00) sind wir zufrieden.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Bei der Mobilen Begleitung haben die Kunden / Kundinnen ein Mitspracherecht bei der Auswahl ihres Begleiters / ihrer Begleiterin.<sup>176</sup> Inwieweit dies berücksichtigt wurde soll durch folgende Frage geklärt werden:

<sup>176</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie „Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 6

**39. Bei der Auswahl des Begleiters / der Begleiterin wurden unsere Wünsche berücksichtigt (es bestand z.B. die Möglichkeit einen Begleiter / eine Begleiterin abzulehnen).**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

Sollte schon einmal (oder mehrere Male) ein Wechsel der Begleitpersonen stattgefunden haben, stellt sich die Frage, inwieweit dieser Wechsel für die Kunden / Kundinnen zufriedenstellend verlief. Gemeint ist hiermit z.B. das rechtzeitige Informieren der Kunden / Kundinnen über den bevorstehenden Wechsel sowie den Kunden / Kundinnen die Möglichkeit zu geben, sich vom Begleiter / von der Begleiterin verabschieden zu können.

Interessant sind zudem die Gründe, welche zu einem Wechsel geführt haben (z.B. lagen diese Gründe im zwischenmenschlichen Bereich oder waren äußere Umstände für den Wechsel verantwortlich, etc.).

**40. Es kam schon zu einem Wechsel des Begleiters / der Begleiterin.**

- ja
- nein

**40.a. Wenn ja, wie oft?**

..... Mal

**41. Der Grund / die Gründe für diesen / diese Wechsel waren:**

- Unzufriedenheit unsererseits mit dem Begleiter / der Begleiterin (die Leistung entsprach nicht unseren Vorstellungen)
- Der Begleiter / die Begleiterin veränderte sich in beruflicher Hinsicht.
- andere Gründe: .....

**42. Wir wurden rechtzeitig über den Wechsel des Begleiters / der Begleiterin informiert.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**43. Unser Angehöriger / unsere Angehörige und wir hatten ausreichend Zeit uns vom Begleiter / von der Begleiterin zu verabschieden.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**44. Der Wechsel des Begleiters / der Begleiterin verlief zufriedenstellend.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

Auch nach diesem Abschnitt soll eine offene Frage den Beantwortern / Beantworterinnen die Möglichkeit bieten, eventuelle Anregungen zum Inhalt bzw. Verlauf der Mobilen Begleitung zu formulieren.

**Welche konkreten Wünsche haben Sie in Bezug auf die Mobile Begleitung? Was würden Sie anders machen?**

Am Ende des Fragebogens sollen die Angehörigen ihre Gesamtzufriedenheit mit der Mobilen Begleitung mittels Schulnotensystem darstellen.

Aus Informationsgründen wird zudem noch danach gefragt, wer den Fragebogen ausgefüllt hat (bzw. in welchem Verwandtschaftsverhältnis der Beantworter / die Beantworterin zum Menschen mit Beeinträchtigung, der die Mobile Begleitung in Anspruch nimmt, steht).

**45. Wie zufrieden sind Sie mit der Mobilen Begleitung insgesamt?**

*(Bitte nehmen Sie diese Bewertung nach dem Schulnotensystem vor).*

- 1    2    3    4    5

**46. Wer hat diesen Fragebogen ausgefüllt?**

- Eltern    Geschwister    sonstige: .....

Dies ist der Erstentwurf für den Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit. Der nächste Schritt ist die Diskussion dieses Fragebogens mit Experten / Expertinnen und Durchführung von eventuellen Änderungen.

#### **IV.III. Abklärung mit Experten / Expertinnen und Anpassung des Instrumentes**

Der in Kapitel IV.II.IV beschriebenen Fragebogen wurde in weiterer Folge mit Vertretern / Vertreterinnen von Anbietern der Mobilen Begleitung, die auf Grund ihrer Arbeit mit und für die Kunden / Kundinnen einen Expertenstatus einnehmen sowie mit Vertretern / Vertreterinnen der Selbstbestimmt-Leben-Initiative (SLI) Linz (eine Erhebung der Kundenzufriedenheit ist auch bei Kunden / Kundinnen der Persönlichen Assistenz geplant) diskutiert.

Diese Abklärung erfolgte in zwei Schritten. Zuerst wurde - im Rahmen einer Arbeitssitzung - der Fragebogen durchgesprochen und Änderungsvorschläge diskutiert. Nach einer entsprechenden Adaptierung (wobei vorausgeschickt wird, dass nicht alle Vorschläge übernommen wurden) wurde der Fragebogen per E-Mail an die Experten / Expertinnen versandt, welche wiederum erneut Rückmeldung zu dieser adaptierten Fassung gaben.

(Sind im Folgenden die Fragen mit ihren jeweiligen Nummern angeführt, so bezieht sich dies auf die Reihenfolge des Erstentwurfes aus Kapitel IV.II.IV. Auf Grund von Streichungen bzw. Umordnungen einzelner Fragen, ergibt sich für die Pretest-Version des Fragebogens eine neue Reihenfolge bzw. Nummerierung der Fragen.)

##### *IV.III.I. Einleitungsfragen*

Bei den Einleitungsfragen gab es die grundsätzliche Diskussion, ob bei den Fragen die Beantworter / Beantworterinnen direkt (Anrede bzw. Formulierung der Fragen mit ‚Sie‘) angesprochen werden sollen oder ob sie zu ihren Angehörigen mit Beeinträchtigungen (Formulierung der Fragen mit ‚Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige‘) befragt werden sollen.

Bei der direkten Anrede mit ‚Sie‘ ist anzunehmen, dass sich der Beantworter / die Beantworterin direkt angesprochen fühlt; bei der Formulierung mit ‚Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige‘ steht der Mensch mit Beeinträchtigung im Mittelpunkt.

In den geltenden Standards sind sowohl die Menschen mit Beeinträchtigungen als auch deren Angehörige als Zielgruppe der Mobilen Begleitung (und somit als Kunden / Kundinnen) definiert. Es ist wohl eher eine Frage des ‚individuellen Geschmacks‘ welche Formulierung verwendet wird und in der Folge welche Zielgruppe dadurch primär bei der Befragung im Mittelpunkt steht.

Für den nächsten Schritt im Prozess der Fragebogenerstellung, den Pretests, wurden zwei Versionen (Formulierung mit ‚Sie‘ und mit ‚Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige‘) zu den Fragen eins bis vier ausgearbeitet und den Teilnehmern / Teilnehmerinnen an der Testbefragung vorgelegt.

Weiters stellte sich heraus, dass die Frage nach dem Bezirk, in dem die Mobile Begleitung in Anspruch genommen wird (Frage 2), für die Vertreter / Vertreterinnen der Anbieter bezüglich ihres Informationsgehaltes eine wichtige Rolle spielt. Es wurde jedoch die Formulierung geändert:

**In welchem Bezirk nehmen Sie (nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige) die Mobile Begleitung in Anspruch?**

....

Bei Frage 4 (‚Von wem haben Sie von der Mobilen Begleitung erfahren?‘) wurde zuerst deren Relevanz in Frage gestellt. Im Zuge der Diskussion einigte man sich allerdings darauf, dass die Informationen aus dieser Frage, nämlich wer / was die Anlaufstellen für Betroffene sind bzw. von woher Betroffene Informationen über Angebote beziehen, durchaus interessant sind. Bei den Antwortmöglichkeiten gab es Ergänzungsvorschläge, die übernommen wurden.

Bei Frage 5 (,Nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige parallel zur Mobilen Begleitung noch andere Betreuungs- und Begleitangebote in Anspruch?') wurde ebenfalls deren Relevanz in Frage gestellt, da die Antwort nichts über die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen mit der Mobilen Begleitung aussagt. Da es jedoch in diesem Teil des Fragebogens noch nicht direkt um die Kundenzufriedenheit, sondern eher um Informationen ,rund um' die Mobile Begleitung geht, wurde diese Frage nicht gestrichen; zudem wurden auch hier Antwortmöglichkeiten ergänzt.

Bei der Frage nach dem Alter des Angehörigen / der Angehörigen, der / die die Mobile Begleitung in Anspruch nimmt (Frage 6), wurden vorgeschlagen, statt der offenen Antwortmöglichkeit Altersgruppen vorgegeben, da dies zur Erhöhung der Anonymität der Beantworter / Beantworterinnen beiträgt.

#### *IV.III.II. Fragen zur Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. dem ersten Gespräch und der Bedarfskonferenz*

Bei diesem Fragenkomplex wurde grundsätzlich diskutiert, inwieweit eine Erhebung der Zufriedenheit mit dieser Phase der Mobilen Begleitung Sinn hat. Einerseits wurde bezweifelt, dass die Befragten zwischen erstem Kontakt, erstem Gespräch mit dem Anbieter und der Bedarfskonferenz ausreichend differenzieren, andererseits könnte es für einige – v.a. für jene, die die Mobile Begleitung schon seit längerem in Anspruch nehmen – schwierig sein, sich daran zu erinnern und diese Fragen zu beantworten.

Zudem wurde angeregt, bei einer zweiten Befragung dieser Fragengruppe eine Filterfrage voranzustellen, da die einmalige Erhebung der Zufriedenheit mit der Anfangsphase ausreichend ist.

Bei der Frage, ob sich die Angehörigen beim ersten Gespräch mit ihren Anliegen und Sorgen ernst genommen fühlten (Frage 8), wurde angeregt, das Wort ,Sorgen' zu streichen, da dieser Ausdruck eine gewisse Problematik unterstellt.

Frage 9, in der es um das Interesse der Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen an der persönlichen Situation der Kunden / Kundinnen geht wurde gestrichen, da dies durch Frage 8 bereits als abgedeckt betrachtet werden kann.

Bezüglich der Fragen 10 und 11 – hier ging es um die erhaltenen Informationen zur Mobilen Begleitung – wurde von der Trennung von Informationen zum Inhalt und Informationen zum Ablauf der Mobilen Begleitung Abstand genommen.

<p><b>Wir wurden umfassend über das Angebot der Mobilen Begleitung (Inhalte, Ablauf, etc.) informiert.</b></p>
--

Es wurde auch diskutiert, ob durch diese Frage nicht auch schon das Thema ‚Informationen zur Antragstellung‘ (Frage 13) abgedeckt wird. Da die geltenden Standards jedoch eine Übergabe der Unterlagen für die Antragstellung (siehe Kapitel IV.II.III) – verbunden mit den notwendigen Information – vorsehen, wurde von einer Streichung dieser Frage abgesehen. Es wurde jedoch die Formulierung dahingehend geändert, dass die Wendung ‚bei Bedarf‘ eingefügt wurde.

In diesem Zusammenhang wurde jedoch auf die Frage 14, in der es konkret um die Übergabe der Unterlagen der Antragstellung geht, verzichtet.

Frage 15, in der es um die Dauer vom ersten Gespräch bis zur Bedarfskonferenz geht, wurde gestrichen, da für die Angehörigen wahrscheinlich nicht klar ist, was damit konkret gemeint ist - v.a. auch in Bezug auf die folgende Frage.

Frage 16 zur Dauer zwischen dem ersten Gespräch und dem Start der Mobilen Begleitung wurde beibehalten. Allerdings wurde hier eine zweite Frage ergänzt, in der es darum geht, zu erheben, ob dieser Zeitraum für die Angehörigen aus ihrer subjektiven Sicht zu kurz, angemessen oder zu lange war.



**Wie lange dauerte es vom ersten Gespräch bis zum Start der Mobilen Begleitung?**

....

**Dieser Zeitraum war unserer Meinung nach**

- zu kurz
- angemessen
- zu lange

Frage 18, ob die Bedarfskonferenz zufrieden stellend verlief, wurde ebenfalls gestrichen, da dies durch Frage 17 (Berücksichtigung der Wünsche und Bedürfnisse der Angehörigen) bereits abgedeckt ist.

Bei der offenen Frage am Ende dieses Themenblocks wurde der Begriff ‚Wünsche‘ durch den etwas neutraleren Begriff ‚Anregungen‘ ersetzt. Zudem wurde vorgeschlagen, die Frage übersichtlicher zu gestalten, um in der Folge auch eine leichtere Beantwortung zu ermöglichen.

**Welche Anregungen haben Sie in Bezug auf**

- **den ersten Kontakt mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung**
- **das erste Gespräch mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung und**
- **auf die Bedarfskonferenz?**

**Was würden Sie anders machen?**

*IV.III.III. Fragen zur Zufriedenheit mit dem inhaltlichen Angebot der Mobilen Begleitung und mit deren Verlauf*

Bei diesem Fragenblock gab es eine Diskussion bezüglich der Bezeichnung ‚Begleiter / Begleiterin‘ für jene Personen, die die Mobile Begleitung direkt beim Kunden / bei der Kundin durchführen. Eine Alternative wäre der Begriff ‚Betreuer / Betreuerin‘, welche den Kunden / Kundinnen wahrscheinlich vertrauter ist. Bei der Mobilen Begleitung geht es sowohl um eine Begleitung, als auch um eine Betreuung der Kunden / Kundinnen. Da der Begriff ‚Begleitung‘ jedoch die Selbständigkeit der Kunden / Kundinnen etwas mehr betont, wurde dieser Änderungsvorschlag nicht übernommen.

Bei der ersten Frage in diesem Themenblock, bei der es um das Besprechen der Schwerpunkte der Mobilen Begleitung mit den Kunden / Kundinnen geht (Frage 19), wurde sowohl bei der Frage, als auch bei den Antwortkategorien die Formulierung ‚bei Bedarf‘ ergänzt.

Zudem wurde beschlossen, die Fragen zur Zufriedenheit mit dem Inhalten (Leistungen) der Mobilen Begleitung und ob diese Angebote als ausreichend empfunden werden (ursprünglich Fragen 24 und 25) vorzuziehen, um quasi gleich zu Beginn darzustellen und den Kunden / Kundinnen bewusst zu machen, welche Inhalte diese Leistung tatsächlich umfasst.

Durch die nächste Frage (Frage 20) soll erhoben werden, ob und inwieweit der Begleiter / die Begleiterin das Angebot auf die Wünsche und Bedürfnisse der Angehörigen abstimmt. Hier wurde das Wort ‚Wünsche‘ gestrichen, da dies ein sehr weitläufiger Begriff ist und ‚Wünsche‘ oftmals den Rahmen des Möglichen sprengen (vgl. offene Frage im vorherigen Fragenblock). Zudem wurde die Formulierung dahingehend geändert, ob die Bedürfnisse der Familie als Ganzes berücksichtigt werden.

<p><b>Der Begleiter / die Begleiterin stimmt das Angebot auf die Bedürfnisse unserer Familie ab.</b></p>
--

Bei der darauf folgenden Frage (Frage 21), bei der es um die Wünsche und Bedürfnisse des Menschen mit Beeinträchtigung geht, wurde ebenfalls der Begriff ‚Wünsche‘ entfernt.

Frage 26 behandelt das Vertrauen der Kunden / Kundinnen in das Können des Begleiters / der Begleiterin, Frage 27 das Vertrauen in den Begleiter / die Begleiterin als Person. Hier waren die meisten der Experten / Expertinnen der Meinung, dass die Beantworter / Beantworterinnen zwischen diesen beiden Fragen keinen Unterschied machen; daher wurde Frage 26 gestrichen.

In weiterer Folge wurde zudem angeregt, Frage 28 (‚Wir können Unzufriedenheiten und Bedenken ansprechen‘) ebenfalls wegzulassen. Dem wurde jedoch nicht entsprochen, da es wesentlich ist, ob die Kunden / Kundinnen zum Begleiter / zur Begleiterin einerseits Vertrauen haben und ob sie andererseits auch das Gefühl haben eventuelle Unzufriedenheiten ansprechen zu können (ohne ‚negative Konsequenzen‘ befürchten zu müssen).

Die Frage, ob sich durch die Mobile Begleitung die Familiensituation entspannt hat (Frage 31) wurde als sehr persönliche Frage angesehen und in weiterer Folge gestrichen. Zudem wird in der vorhergehenden Frage bereits erhoben, ob die Mobile Begleitung als Entlastung erlebt wird. Auf Grund dessen wurde auch Frage 32 (‚Durch die Mobile Begleitung erhalten wir mehr persönlichen Freiraum.‘) aus dem Fragebogen genommen.

Bei den Fragen zum Thema Dokumentation wurde die Reihenfolge wie folgt geändert: Bescheid wissen über die Inhalte der Dokumentation, Miteinbeziehen der Menschen mit Beeinträchtigungen in die Dokumentation, Möglichkeit Dokumentationsunterlagen einsehen zu können. Zudem wurde beim letzteren Punkt der Zusatz, ob die Unterlagen bereits einmal eingesehen wurden, gestrichen.

Bei Frage 36 (‚Die Mobile Begleitung findet .... Mal pro Woche / Monat statt.‘) wurde die Formulierung geändert.

<b>Das Stundenausmaß der Mobilen Begleitung beträgt: .....</b>
--

Bei der darauf folgenden Frage, ob dieses Stundenausmaß ausreichend ist wurden die Antwortkategorien in ‚Ja / Nein‘ geändert und zudem wurde eine Zusatzfrage ergänzt.

**Das Stundenausmaß der Mobilen Begleitung ist ausreichend.**

- ja
- nein

**Wenn nein: Was soll sich beim Stundenausmaß ändern? .....**

Die gleiche Änderung und Ergänzung wurde bei der Frage nach den Zeiten, in denen die Mobile Begleitung in Anspruch genommen werden kann (Frage 38) vorgenommen.

Bei der Frage, ob die Wünsche der Kunden / Kundinnen bei der Auswahl des Begleiters / der Begleiterin Berücksichtigung fanden, wurden - für den Fall, dass die Familie mit der Auswahl des Begleiters / der Begleiterin seitens des Anbieters von Anfang an einverstanden war - die Antwortmöglichkeiten um die Kategorie ‚kein Bedarf‘ ergänzt.

Im nächsten Fragenblock wird das Thema ‚Begleiter- / Begleiterinnenwechsel‘ behandelt. Da diese Fragen nicht alle Kunden / Kundinnen betrifft wurde hier ein Einleitungstext eingefügt, um zu verhindern, dass sich Beantworter / Beantworterinnen ‚unnötiger Weise‘ mit diesen Fragen beschäftigen.

**Die Fragen xx bis xy beziehen sich auf einen Wechsel bei den Begleitpersonen. Bitte beantworten Sie diese Fragen nur, wenn dies bei Ihnen bereits einmal der Fall war.**

Auf Grund dieses Einleitungstextes wurde die Frage 40 (‚Es kam schon zu einem Wechsel des Begleiters / der Begleiterin.‘) gestrichen.

Die Frage, ob die Kunden / Kundinnen rechtzeitig über den Wechsel des Begleiters / der Begleiterin informiert wurden (Frage 42), wurde wie folgt umformuliert:

**Wir wurden auf den Wechsel bei der Begleitperson gut vorbereitet.**

Die nächste Frage, ob die Menschen mit Beeinträchtigungen ausreichend Zeit hatten, sich von ihrem Begleiter / ihrer Begleiterin zu verabschieden, wurde ebenfalls umformuliert und ist in der neuen Version etwas allgemeiner gehalten, da v.a. interessant bzw. wichtig ist, ob eine persönliche Verabschiedung stattgefunden hat.

**Es fand eine persönliche Verabschiedung des Begleiters / der Begleiterin statt.**

Da im ‚Normalfall‘ (also sofern die Mobile Begleitung nicht beendet wird) auf die Verabschiedung eines Begleiters / einer Begleiterin die Zusammenarbeit mit einem Neuen / einer Neuen folgt, wurde der Vorschlag gemacht (und umgesetzt), den Fragebogen entsprechende zu ergänzen.

**Die Einführung des neuen Begleiters / der neuen Begleiterin verlief zufrieden stellend.**

Bei der offenen Frage am Ende dieses Fragenblocks wurde wiederum der Begriff ‚Wünsche‘ durch ‚Anregungen‘ ersetzt. Zudem wurde, um die Beantwortung zu erleichtern, zwischen Inhalt und Verlauf differenziert.

**Welche konkreten Anregungen haben Sie in Bezug auf**

- die Inhalte
- den Verlauf

**der Mobilen Begleitung?**

**Was würden Sie anders machen?**

Nach der Umsetzung der eben beschriebenen Änderungen wurde der dadurch ‚neu‘ entstandene Fragebogen bei der Durchführung der Pretests angewandt.

#### **IV.IV. Durchführung der Pretests und Finalisierung des Instrumentes**

Um die Anwendbarkeit und Tauglichkeit des entwickelten Fragebogens zu überprüfen wurden Testbefragungen (Pretests) bei drei Personen, die Angehörige mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, durchgeführt.

Nachfolgend werden die Ergebnisse bzw. Erkenntnisse aus diesen Pretests sowie die sich daraus ergebenden Änderungen für den Fragebogen geschildert.

Der nächste und letzte Schritt ist die Finalisierung des Instrumentes, d.h. der Fragebogen (mit den bereits durchgeführten Modifikationen) wird nochmals überprüft und letzte Änderungen werden - bei Bedarf - durchgeführt.

Einleitend wird festgehalten, dass sich auf Grund der Ergebnisse bzw. Erkenntnisse der drei Pretests für den Fragebogen nur wenige Änderungen bzw. Ergänzungen ergeben haben.

Wie in Kapitel IV.III.I bereits erwähnt, wurden für die Fragen 1 bis 4 ein Fragebogen mit der Anrede ‚Sie‘ und ein Fragebogen mit der Formulierung ‚Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige‘ vorbereitet. Die Befragten wurden aufgefordert ihre Meinung (bei welcher Version ihre Präferenz liegt) zu diesem Punkt zu äußern. Diesbezüglich ergab sich allerdings eine Patt-Situation:

Eine der Befragten fühlte sich von der ‚Sie‘-Version eher angesprochen. Sie führte dies v.a. auf das Alter ihrer Tochter zurück. Da diese noch ein Kind ist, sieht die Befragte die Mobile Begleitung in erster Linie als Entlastung für sich; es wurde jedoch ergänzt, dass sich diese Sichtweise mit zunehmendem Alter der Tochter ändern könnte / wird.

Eine andere Befragte bevorzugte die Version mit der Formulierung ‚Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige‘. In diesem Fall handelt es sich beim Angehörigen, den sie zu Hause betreut um eine erwachsene Person.

Bei der dritten Befragung wurde keine der beiden Fassungen bevorzugt.

Aus den ersten beiden Aussagen kann der Schluss gezogen werden, dass das Alter der Person, die zu Hause betreut wird, eine Rolle bei der Präferenz für die eine oder andere Version spielt.

Auf Grund dieser Erfahrungen wurde für die Endfassung des Fragebogens für die Fragen 1 bis 4 eine Kombination aus beiden Formulierungen gewählt, wobei anzumerken ist, dass die Fragen dadurch komplizierter werden.

**z.B. Bei welchem Träger nehmen Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**  
etc.

Die weiteren Änderungen im ersten Teil des Fragebogens bezogen sich v.a. auf Ergänzungen bei den Antwortmöglichkeiten. Dies betraf die Fragen von wem / welcher Stelle die Kunden / Kundinnen vom Angebot der Mobilen Begleitung erfahren haben (Frage 4) und welche anderen Betreuungs- und Begleitangebote zusätzlich zur Mobilen Begleitung in Anspruch genommen werden (Frage 5a).

Frage 9 behandelt den Punkt ob die Kunden / Kundinnen umfassend über das Angebot der Mobilen Begleitung informiert wurden. Hier wurde angeregt, zu ergänzen, ob es danach bei den Kunden / Kundinnen noch Unklarheiten zu einem Thema gab.

Es kann angenommen werden, dass - sollten Unklarheiten bestehen - die entsprechenden Fragen zur Klärung gleich gestellt werden. Insofern müsste dieser Aspekt durch die Frage 10 (‚Der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin ging auf unsere Fragen ein.‘) abgedeckt sein.

Einer Befragten war es wichtig, dass der Begleiter / die Begleiterin sein / ihr pädagogisch-fachliches Wissen bei der Mobilen Begleitung einbringt (laut ihren Angaben wird dieser Aspekt der Mobilen Begleitung seitens ihrer Begleitperson nicht ausreichend berücksichtigt). Im Zuge der Abklärung mit den Experten / Expertinnen wurde eine ähnliche Frage, und zwar ob die Kunden / Kundinnen Vertrauen in das Können des Begleiters / der Begleiterin haben, gestrichen. Da jedoch die geltenden Leistungs- und Qualitätsstandards für die Mobile Begleitung bezüglich der Personalqualifikation eine pädagogisch-begleitende Ausrichtung vorsehen<sup>177</sup> und dies - zumindest teilweise - auch von den Kunden / Kundinnen erwünscht wird, schien es sinnvoll und angebracht - anschließend an die Frage, ob das Angebot auf die Bedürfnisse des Kunden / der Kundin abgestimmt wird - folgende Frage einzufügen:

**Der Begleiter / die Begleiterin bringt sein / ihr pädagogisches Wissen bei der Arbeit mit unserem Angehörigen / unserer Angehörigen ein.**

Bei der Frage, ob der Angehörige / die Angehörige mit Beeinträchtigungen in die Dokumentation einbezogen wird, wurde im Rahmen der Pretests klar, dass dies auf Grund der Beeinträchtigung oft nicht möglich ist. Um zu vermeiden, dass sich die Beantworter / Beantworterinnen gezwungen fühlen eine - in diesem Fall - falsche Antwort zu geben wurde eine Abänderung dieser Frage erforderlich.

Da die Formulierung ‚ist auf Grund der Beeinträchtigung nicht möglich‘ als Ergänzung bei den Antwortmöglichkeiten teilweise eher heikel sein kann, erfolgte eine Änderung dahingehend, dass bei der Frage ‚bei Bedarf‘ und bei den Antwortmöglichkeiten ‚kein Bedarf‘ ergänzt wurde.

Zur Frage bezüglich der Berücksichtigung der Wünsche der Kunden / Kundinnen bei der Auswahl des Begleiters / der Begleiterin, wurde bei der

---

<sup>177</sup> Vgl. Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen 2004, S. 14



Antwortkategorie ‚kein Bedarf‘ zur Verdeutlichung in Klammer noch ‚wir waren mit der vorgeschlagenen Begleitperson von Anfang an einverstanden‘ eingefügt.

Die Fragen zum Wechsel bei der Begleitperson beziehen sich nicht darauf, dass ein Begleiter / eine Begleiterin bereits zu Beginn von den Kunden / Kundinnen abgelehnt wurde (dies wird eher durch die Frage, ob bei der Auswahl die Wünsche der Kunden / Kundinnen berücksichtigt wurden, abgedeckt). Um hier mehr Klarheit zu schaffen wurde beim Einleitungstext vor diesen Fragen noch ergänzt, dass sich diese nicht auf die Anfangsphase bzw. die erste Auswahl des Begleiters / der Begleiterin beziehen).

Weitere Änderungen, abgesehen der Ergebnisse aus den Pretests, betrafen in erster Linie die Bezeichnungen bei den Antwortvorgaben im ersten Abschnitt des Fragebogens.

Die Frage, ob die Kunden / Kundinnen mit den Leistungen der Mobilen Begleitung zufrieden sind, wurde noch dahingehend geändert, dass zuerst erfragt wird, welche Leistung der Mobilen Begleitung die Kunden / Kundinnen in Anspruch nehmen und in einem weiteren Schritt ob sie damit zufrieden sind.

**Welche Leistungen der Mobilen Begleitung nehmen Sie in Anspruch?**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Unterstützung bei der Grundversorgung
- Unterstützung bei hauswirtschaftlichen Tätigkeiten
- Betreuung und Begleitung im Alltag
- Freizeitgestaltung
- Angehörigenarbeit / Entlastung / Prävention

Die endgültige Version des Fragebogens zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Mobilen Begleitung bei Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, ist im Anhang zu dieser Arbeit zu finden.

## V. ENTWICKLUNG EINES INSTRUMENTES ZUR ERHEBUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT FÜR DIE GRUPPE DER MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN

In diesem vorletzten Kapitel geht es um die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Zielgruppe der Menschen mit Beeinträchtigungen. Da sich bei der Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen einige Besonderheiten ergeben und eine postalische Befragung als Instrument in diesem Fall als eher unzureichend einzustufen ist, geht es im Folgenden auch um die Möglichkeit des Einsatzes von einer Art modifiziertem Qualitätszirkel.

### V.I. Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen

#### *V.I.I. Hintergründe zu Kundenbefragungen bei Menschen mit Beeinträchtigungen*

Im Sinne eines Empowerment-Ansatzes rücken bei Angeboten für Menschen mit Beeinträchtigungen deren Bedürfnisse, Interessen und Sichtweisen ins Zentrum wenn es um die Erbringung dieser Leistungen geht.<sup>178</sup> Hilfsangebote werden immer mehr als Anspruch der Betroffenen gesehen und sollen deren individuellen Bedarfen entsprechen.<sup>179</sup>

Inwieweit die Bedarfe von Kunden / Kundinnen erfüllt werden (Teil der Ergebnisqualität) kann mittels Kundenbefragungen erhoben werden. Diese Befragungen stellen ein pragmatisches Element einer Qualitätsentwicklung dar.<sup>180</sup> „[...] ihre Durchführung alleine ist [...] keine Qualitätsentwicklung. Sie sind jedoch notwendige Ergänzungen oder Erweiterungen bestehender Konzepte, denn die sogenannte Ergebnisqualität einer Einrichtung ist zentral durch das Erfüllen von Bedarfen ihrer Nutzer [bzw. Nutzerinnen, d. Verf.] bestimmt.“<sup>181</sup>

---

<sup>178</sup> Vgl. Theunissen 2003, S. 7

<sup>179</sup> Vgl. Gromann / Niehoff 2003, S. 10

<sup>180</sup> Vgl. Gromann / Niehoff 2003, S. 13f

<sup>181</sup> Gromann 2002, S. 160

Die direkte Befragung von Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen hat – über die zu erwartenden Ergebnisse hinaus – auch noch eine weitere wichtige Funktion: eine Befragung kann den Betroffenen das Gefühl geben, ernst genommen zu werden und sie trägt zur Stärkung ihres Selbstwertgefühls bei (was wiederum eine Mitvoraussetzung für die eigene Meinungsbildung darstellt).<sup>182</sup>

### *V.I.II. Besonderheiten bei der Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen*

„Die Befragung von Menschen mit (schweren) kognitiven Beeinträchtigungen ist alles andere als einfach. Dies gilt insbesondere dann, wenn von der Befragung substantielle Aussagen über Befindlichkeiten der Zielgruppe, die Qualität der angebotenen Leistungen und die Art und Weise ihrer Erbringung erwartet werden.“<sup>183</sup>

Grundsätzlich bringen Befragungen von Menschen mit Beeinträchtigungen dieselben Probleme, die zu einer Verfälschung der Antworten führen können, wie Befragungen von Menschen ohne Beeinträchtigungen mit sich:<sup>184</sup>

- Probleme, die seitens der Fragenden entstehen (z.B. Art der Fragestellung)
- Probleme, die seitens der Befragten entstehen (z.B. Schwierigkeiten Fragen zu verstehen, Beantwortung der Fragen in Richtung einer sozialen Erwünschtheit).

Im Folgenden sollen nun einige Faktoren, die zu einer Verzerrung der Antworten bzw. Ergebnisse führen können, erläutert werden. Besondere Aufmerksamkeit sollte man auf das Problem von Antworten gemäß der sozialen Erwünschtheit richten:

- Viele Menschen mit Beeinträchtigungen fühlen sich vom Wohlwollen ihrer Betreuer / Betreuerinnen abhängig und möchten sie mit ihren Antworten

---

<sup>182</sup> Vgl. Gromann / Niehoff 2003, S. 6f

<sup>183</sup> Antener / Landolt 2005, S. 40

<sup>184</sup> Vgl. Antener / Landolt 2005, S. 40

zufrieden stellen. Aus diesem Grund sollten eben diese Betreuer / Betreuerinnen die Befragung nicht durchführen bzw. während der Befragung auch nicht anwesend sein. Die Befragung sollte daher mit Hilfe von Dritten (Praktikanten / Praktikantinnen, Studenten / Studentinnen, etc.) erfolgen.<sup>185</sup>

- Als nachteilig könnte sich allerdings das Fehlen der Betreuer / Betreuerinnen bei der Befragung dann herausstellen, wenn die Befragten Schwierigkeiten haben, die Fragen zu verstehen (insbesondere längere, abstrakte Fragen) oder wenn sie ihre eigenen Meinungen und Gefühle nur schwer in Worte fassen können. Die notwendige Unterstützung bei der Kommunikation können in erster Linie die Betreuer / Betreuerinnen leisten, die die Kunden / Kundinnen und ihre Kommunikationsmöglichkeiten gut kennen.<sup>186</sup>
- Durch das Ja-Antworten auf Fragen, ohne deren Inhalt zur Kenntnis zu nehmen, umgehen Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen den Zwang kritische oder negative Antworten zu Begründen; denn das Begründen von Antworten stellt hohe Anforderungen an die kognitiven und kommunikativen Kompetenzen.<sup>187</sup>
- Menschen mit Beeinträchtigungen haben meist wenig Erfahrungen mit unterschiedlichen Dienstleistungsangeboten bzw. deren Erbringen und sind wenig ‚geübt‘ im Bewerten ihrer Lebensumstände. Da sie oft keine Alternativen kennen, fällt es Ihnen zudem besonders schwer, offene Frage zu beantworten; dies könnte jedoch z.B. durch das Aufzeigen von Alternativen erleichtert werden.<sup>188</sup>

Neben der Berücksichtigung der eben beschriebenen Faktoren sollte besonders darauf geachtet werden, die Kunden / Kundinnen bei der Befragung nicht zu überfordern bzw. zu verunsichern:

---

<sup>185</sup> Vgl. Gromann 2003, S. 162

<sup>186</sup> Vgl. Antener / Landolt 2003, S. 41

<sup>187</sup> Vgl. Antener / Landolt 2003, S. 41

<sup>188</sup> Vgl. Antener / Landolt 2003, S. 41 und Gromann 2003, S. 164

Hierzu gehört, dass die Kunden / Kundinnen ausreichend auf die Befragung vorbereitet werden (Vorankündigung, Ziele, Form, Ablauf etc.); in diesem Zusammenhang ist zudem ein Hinweis auf die Freiwilligkeit bei der Teilnahme und die anonyme Durchführung wichtig.

Die Fragen sollen einfach formuliert werden (siehe unten); bei Bedarf soll der Sachverhalt mit Hilfe von symbolischen Darstellungen (Piktogramme, Fotos, Gegenstände, etc.) verdeutlicht werden.

Insgesamt sollte die Befragung auch nicht zu umfangreich sein; ein Richtwert hierfür sind 15 – 25 Fragen.<sup>189</sup>

Bei einer Befragung ist im Vorhinein bereits die Formulierung der Fragen ein kritischer Schritt. Es geht darum, durch die Formulierung bereits unnötige Unklarheiten bzw. Komplikationen zu vermeiden.

Hierfür stellen folgende Richtlinien eine Hilfe dar:<sup>190</sup>

- Verwendung einer einfachen und unkomplizierten Sprache (Vermeidung von abstrakten Begriffen, Verwendung von Wörtern aus der Alltagssprache)
- Abfrage von lediglich einem Sachverhalt pro Frage (ein Gedanke pro Satz)
- Vermeidung von Fachausdrücken und Abkürzungen
- Verwendung einer klaren und logischen Struktur
- Verwendung von konkreten Beispielen um Alltagsnähe zu erzielen
- Verwendung von Symbolen um den Inhalt verständlicher zu machen.

### *V.I.III. Möglichkeiten der Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Menschen mit Beeinträchtigungen*

Ausgehend von diesen Faktoren, die einer besonderen Berücksichtigung bedürfen, kann man für die Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen folgenden Schluss ziehen:

---

<sup>189</sup> Vgl. Antener / Landolt 2003, S. 42f, Gromann 2003, S. 164 und Gromann / Niehoff 2003, S. 28

<sup>190</sup> Vgl. Inclusion Europe 1998, (zit. nach: Sonnenberg 2004, S. 75)

Eine rein postalische Befragung von Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen überfordert aller Wahrscheinlichkeit nach den Großteil der zu Befragenden. Schon bei der Formulierung der Fragen steht man vor dem Problem, auf welchem Niveau der Fragebogen angelegt werden soll. Die Fragen sollten so gestellt werden, dass möglichst viele der Kunden / Kundinnen in der Lage sind diese zu beantworten, ohne jedoch zu viele von ihnen zu sehr zu unterfordern. Eine Möglichkeit wäre, mehrere Fragebögen mit unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad zu entwickeln; hierbei steht man dann jedoch vor dem Problem nicht zu wissen, welcher Fragebogen für welche Person am geeignetsten ist.

Weiters ist ungewiss, welche Rolle z.B. die Angehörigen bei der Beantwortung der Fragen spielen. Man wird nie Klarheit darüber bekommen können, ob die Angehörigen die Menschen mit Beeinträchtigungen bei der Beantwortung wirklich ‚nur‘ unterstützen, ob und inwieweit sie diese beeinflussen bzw. ob sie nicht überhaupt die Beantwortung gänzlich ‚übernehmen‘.

Eine andere Möglichkeit ist, dass die Betroffenen z.B. ihren Begleiter / ihre Begleiterin beratend zum Ausfüllen des Fragebogens beiziehen. Auch hier kann nicht geklärt werden, in welchem Ausmaß der betreffende Begleiter / die betreffende Begleiterin dann tatsächlich Einfluss auf die Beantwortung ausübt. Bedenkt man, dass es um die Beurteilung jener Leistung geht, die die Begleiter / Begleiterinnen erbringen, ist dieses Szenario der Beantwortung nicht befriedigend.

Eine ideale Methode ist die Durchführung der Befragung durch geschulte Dritte in Form eines (Leitfaden-)Interviews. Durch eine entsprechende Schulung im Vorfeld kann einer möglichen Verzerrung der Antworten auf Grund des Verhaltens des Interviewers / der Interviewerin entgegengewirkt werden. Eine unerwünschte Beeinflussung durch Angehörige und / oder Begleiter / Begleiterinnen kann außerdem vermieden werden.

Werden die Interviews anhand von vorgefertigten Fragebögen bzw. Interviewleitfäden durchgeführt, wird sichergestellt, dass der Inhalt und die Ziele bei allen Interviews identisch sind. Die Interviewer / Interviewerinnen können zudem individuell auf die Fähigkeiten der Befragten eingehen und

gegebenenfalls den Inhalt der Fragen mittels Beispielen aus dem Alltag und / oder Symbolen veranschaulichen.

Bei dieser Form der Erhebung der Kundenzufriedenheit ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der damit verbundene Aufwand - vor allem unter der Berücksichtigung der Tatsache, dass derzeit 222 Personen die Mobile Begleitung in Oberösterreich in Anspruch nehmen – enorm wäre: zur Durchführung der Interviews müssen geeignete Personen gefunden und auch geschult werden. Die Interviewer / Interviewerinnen müssen die Kunden / Kundinnen zu Hause aufsuchen; diesbezüglich wäre zudem zu klären, ob dies von den Kunden / Kundinnen gewünscht ist bzw. ob sie sich in ihrer Privatsphäre gestört fühlen.

Der damit verbundene hohe Personal- und Zeitaufwand bedingt naturgemäß einen beachtlichen finanziellen und organisatorischen Aufwand.

Eine alternative Möglichkeit zur Erhebung der Kundenzufriedenheit wäre die Befragung der Kunden / Kundinnen im Rahmen eines modifizierten Qualitätszirkels. Im folgenden Kapitel soll diese Option erläutert werden.

## **V.II. Erhebung der Kundenzufriedenheit durch die modifizierte Variante eines Qualitätszirkels**

Die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Mobilen Begleitung soll grundsätzlich in Form einer Befragung erfolgen. Für die Zielgruppe der Menschen mit Beeinträchtigungen ist – wie bereits erläutert – eine postalische Befragung nicht geeignet; die Durchführung von Interviews zu diesem Zweck wäre mit einem sehr hohen Aufwand an finanziellen Ressourcen verbunden.

Es besteht jedoch auch die Möglichkeit die Kunden / Kundinnen nicht einzeln, sondern in Gruppen zu befragen.

Werden die Ergebnisse aus diesen Gruppenbefragungen bei der weiteren Planung von Verbesserungsaktivitäten berücksichtigt, so ergeben sich zum Teil Ähnlichkeiten mit der Arbeit von partizipativen Qualitätszirkeln.<sup>191</sup>

### *V.II.I. Theoretische Hintergründe von Qualitätszirkeln*

Die Grundlagen für die heute bekannten Qualitätszirkel stammen aus den 20er und 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts und liegen in gruppenorientierten Aktivitäten in den USA. In den frühen 50er Jahren führte der Japaner Ishikawa die breite Anwendung dieses gruppenorientierten Konzeptes ein. Seit 1962 ist dieses Konzept unter der Bezeichnung ‚Qualitätszirkel‘ bekannt.<sup>192</sup>

Ein Qualitätsmanagement-Lexikon beschreibt Qualitätszirkel als „freiwillige Treffen von Mitarbeitern [bzw. Mitarbeiterinnen, d. Verf.] in einer formalen, d.h. nicht spontan organisierten Gruppe, um durch Erfahrungsaustausch und Ideenproduktion die technische, soziale oder Verfahrens-Qualität der Gütererstellung an ihren Arbeitsplätzen zu verbessern.“<sup>193</sup>

Nach Kamiske / Brauer geht es bei Qualitätszirkeln um das regelmäßige Zusammentreffen von Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen um auftretende Probleme freiwillig und selbständig zu bearbeiten.<sup>194</sup>

Ursprünglich handelt es sich bei Qualitätszirkeln also um ein Zusammentreffen von Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen eines Unternehmens. Betrachtet man nun den Bereich von (sozialen) Dienstleistungen, so spielen hier die externen Kunden / Kundinnen eine bedeutende Rolle.

Im Sinne einer substantiellen Kundenorientierung sollten Kunden / Kundinnen mindestens 50 % der Teilnehmer / Teilnehmerinnen an einem Qualitätszirkel ausmachen. In diesem Fall wird von einer partizipativen Qualitätszirkelarbeit gesprochen.<sup>195</sup>

---

<sup>191</sup> Vgl. Schroeder 1998, S. 46f, (zit. nach: Saenger 2005, S. 130)

<sup>192</sup> Vgl. Kamiske / Brauer 1995, S. 184

<sup>193</sup> o.V., Online im WWW unter URL: [www.quality.de/lexikon/qualitaetszirkel.htm](http://www.quality.de/lexikon/qualitaetszirkel.htm)  
(22.03.2006)

<sup>194</sup> Vgl. Kamiske / Brauer 1995, S. 183f

<sup>195</sup> Vgl. Saenger 2005, S. 3



Durch partizipative Qualitätszirkel wird die Würde der Kunden / Kundinnen betont. Durch eine sie unterstützende Gruppe erfahren sie eine Selbstverwirklichung und Kompetenzentwicklung.<sup>196</sup>

Qualitätszirkel finden grundsätzlich unter der Leitung eines Moderators / einer Moderatorin statt. Folgende, kurz zusammengefasste, Anforderungen werden an ihn / sie gestellt:

Der Moderator / die Moderatorin...

... muss von allen Teilnehmern / Teilnehmerinnen – im Fall eines partizipativen Qualitätszirkels besonders auch von den Kunden / Kundinnen – als vertrauenswürdige Person wahrgenommen werden. Es ist daher wichtig, eine Beziehung aufzubauen, die auf Respekt und Anerkennung beruht.<sup>197</sup>

... muss in der Lage sein, Anregungen der Teilnehmer / Teilnehmerinnen bezüglich ihrer Angemessenheit und Berechtigung richtig einzuschätzen.<sup>198</sup>

... muss Instrumente und Darstellungsmöglichkeiten kennen und sie je nach Kompetenzen und Defiziten der Teilnehmer / Teilnehmerinnen bei Bedarf richtig einsetzen bzw. kombinieren können.<sup>199</sup>

#### *V.II.II. Erhebung der Kundenzufriedenheit von Menschen mit Beeinträchtigungen im Rahmen von ‚Kunden-Qualitätszirkeln‘*

Die Erhebung der Zufriedenheit mit dem Angebot der Mobilen Begleitung bei den Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen soll in Form von Gruppenbefragungen im Rahmen von Kundenforen durchgeführt werden. Dieses System soll an die Idee von (partizipativen) Qualitätszirkeln angelehnt werden.

Auf Grund der relativ großen Anzahl von Kunden / Kundinnen der Mobilen Begleitung in ganz Oberösterreich sollen diese ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ regional stattfinden; für die Durchführung bietet sich die, in der Sozial-

---

<sup>196</sup> Vgl. Saenger 2005, S. 41

<sup>197</sup> Vgl. Saenger 2005, S. 76

<sup>198</sup> Vgl. Saenger 2005, S. 76

<sup>199</sup> Vgl. Saenger 2005, S. 105f

abteilung beim Amt der Oberösterreichischen Landesregierung geltende Unterteilung des Bundeslandes in folgende sechs Planungsräume an:

1. Mühlviertel (Bezirke: Rohrbach, Urfahr-Umgebung, Freistadt, Perg)
2. Zentralraum Linz (Bezirke: Linz-Stadt, Linz-Land)
3. Zentralraum Wels (Bezirke: Wels-Stadt, Wels-Land, Eferding, Grieskirchen)
4. Pyhrn-Eisenwurzen (Bezirke: Steyr-Stadt, Steyr-Land, Kirchdorf)
5. Traunviertel-Salzkammergut (Bezirke: Gmunden, Vöcklabruck)
6. Innviertel (Bezirke: Braunau, Ried, Schärding)

Trotz dieser regionalen Ausrichtung muss damit gerechnet werden, dass Kunden / Kundinnen auf Grund der dennoch gegebenen Distanzen Probleme haben diese Zirkel zu besuchen. Diesbezüglich könnte überlegt werden, Mitfahrgelegenheiten bzw. Fahrdienste zu organisieren.

Diese ‚Kunden-Qualitätszirkel‘, also die Erhebung der Kundenzufriedenheit, sollen in jeder dieser sechs Regionen (Planungsräume) jeweils ein Mal stattfinden. Ein Befragungs-Treffen soll sich über einen Tag (ca. fünf bis sechs Stunden) erstrecken, wobei sich die konkrete Dauer (bzw. die Anzahl und Länge der Pausen) an der Konzentrationsfähigkeit und Geduld der Teilnehmer / Teilnehmerinnen orientieren soll.

Die Teilnahme am ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ ist freiwillig. Für die einzelnen Zirkel sollen die Kunden / Kundinnen in homogene Kleingruppen, entsprechend ihren kognitiven Fähigkeiten, eingeteilt werden. Die Gruppengröße soll bei etwa fünf bis zehn Personen liegen.

Zweck dieser Foren ist die Ermittlung der Kundenzufriedenheit (im Unterschied zu ‚echten‘ Qualitätszirkeln ist hier also das Thema bereits vorgegeben). Die Gespräche sollen anhand von (Interview-)Leitfäden geführt werden; auf diese Weise wird sichergestellt, dass in allen Gesprächsrunden dieselben Themen bzw. Inhalte bearbeitet werden, was in weiterer Folge eine Zusammenführung der Ergebnisse erleichtert (Entwicklung des Leitfadens: siehe Kapitel V.III).

Geleitet wird die Runde von einem Moderator / einer Moderatorin; bei einer Gruppe mit geistig schwerer beeinträchtigten Teilnehmern / Teilnehmerinnen ist es sinnvoll einen zweiten Moderator / eine zweite Moderatorin zur Unterstützung beizuziehen.

Für den Moderator / die Moderatorin gelten hier jene Anforderungen, die in Kapitel V.II.I kurz erläutert wurden. Besonders bei der Arbeit mit Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen nehmen Vertrauenswürdigkeit, Respekt und Anerkennung eine zentrale Bedeutung ein. Wichtig ist auch, dass er / sie in der Lage ist, in den verschiedenen Situationen die jeweils richtigen Instrumente bzw. Darstellungsmöglichkeiten zur Verdeutlichung des Inhalts einer Frage bzw. einer Antwort einzusetzen.

Der Moderator / die Moderatorin muss auf die jeweiligen Kompetenzen und Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen betreffend ihre Kommunikationsfähigkeiten individuell eingehen können. Er / sie soll die Teilnehmer / Teilnehmerinnen ermutigen und unterstützen ihre Meinungen darzulegen und gegebenenfalls auch Kritik zu üben und dadurch dazu beitragen, Antworten im Sinne einer ‚sozialen Erwünschtheit‘ bzw. Tendenzen zum ‚Ja-Sagen‘ (um der Begründung einer negativen Antwort zu entgehen) zu vermeiden. In diesem Zusammenhang ist der Hinweis auf vertrauliche bzw. anonyme Behandlung des Gesagten besonders wichtig.

Der (Interview)-Leitfaden soll als Unterstützung und Wegweiser für das Gespräch dienen. Entsprechend der jeweiligen Fähigkeiten der Kunden / Kundinnen können verschiedenen Punkte mehr oder weniger intensiv behandelt werden. Zudem bietet diese Art der Befragung für den Moderator / die Moderatorin die Möglichkeit, auf die Antworten individuell eingehen zu können und bei Bedarf entsprechend nachzufragen.

Die Ausrichtung dieser ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ ist nicht grundsätzlich problemorientiert. Es soll erhoben werden, mit welchem Teil der Leistung die Kunden / Kundinnen zufrieden sind und mit welchem Teil eventuell nicht. Können aus letzterem Probleme abgeleitet werden, so besteht die Möglichkeit gleich im Rahmen der Gesprächsrunde Lösungen oder zumindest Lösungsansätze zu erarbeiten oder, sollte es sich um gravierendere Probleme handeln, zu überlegen in welcher Form (z.B. in

gesonderte partizipativen Qualitätszirkeln) das jeweilige Thema weiterbehandelt werden kann. Auf jeden Fall ist es wichtig, eventuelle Lösungen bzw. Lösungsansätze – im Sinne von Qualitätszirkeln – bei weiteren Qualitätsentwicklungen zu berücksichtigen.

Der Erfolg oder Misserfolg einer solchen Gesprächsrunde hängt davon ab, inwieweit die Teilnehmer / Teilnehmerinnen bereit sind, ihre Meinung ehrlich und ohne Angst vor negativen Konsequenzen zu äußern. Neben dem ‚richtigen‘ Moderator / der ‚richtigen‘ Moderatorin spielt zudem die Atmosphäre eine zentrale Rolle (zum Großteil wird diese durch das Verhalten des Moderators beeinflusst). Die Teilnehmer / Teilnehmerinnen sollen sich wohlfühlen und sich v.a. auch nicht langweilen. Hierzu kann die Gestaltung des Ablaufes einen wichtigen Beitrag leisten.

So soll sich jeder Teilnehmer / jede Teilnehmerin zu Beginn kurz vorstellen. Der Moderator / die Moderatorin erklärt den Grund für das Treffen und den weiteren Ablauf (bei Bedarf mit Hilfe von Symbolen). Neben der entsprechenden graphischen Aufbereitung der Fragen und Antworten auf Pinwänden oder Flip-Charts sollen die Teilnehmer / Teilnehmerinnen nach Behandlung eines jeden Themenblocks sowie am Ende ein Gesamturteil abgeben. Dies kann mit Hilfe von Symbolen (Smiles, etc.) und / oder eines Stimmungsbarometers passieren.

### **V.III. Entwicklung eines Befragungsleitfadens zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Zielgruppe Menschen mit Beeinträchtigungen**

Wie bereits erwähnt, soll sich die Befragung der Kunden / Kundinnen im Rahmen der ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ an einem Leitfaden orientieren. Auf dieser Basis kann - zumindest grundsätzlich - davon ausgegangen werden, dass bei den einzelnen Befragungen die gleichen Inhalte behandelt werden und dadurch die Auswertung bzw. Vergleichbarkeit der einzelnen Ergebnisse erleichtert wird.

Im Folgenden soll nun die Entwicklung dieses Leitfadens geschildert werden.

### *V.III.I. Einleitung zur Leitfadenerstellung*

Der Befragungs-Leitfaden orientiert sich bezüglich seines Aufbaus und Inhaltes an den geltenden Leistungs- und Qualitätsstandards und am Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei den Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen.

Im Aufbau gliedert sich der Leitfaden in fünf Teilbereiche. Zu jedem Teilbereich wird kurz erläutert, welche Inhalte jeweils Thema sind; in weiterer Folge wurden zu diesen Inhalten die Fragen formuliert.

Bei den Fragen wurde eine einfache Formulierung gewählt. Es wird im Rahmen der ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ die Aufgabe der jeweiligen Moderatoren / Moderatorinnen sein, die Befragung entsprechend der jeweiligen Fähigkeiten der Kunden / Kundinnen durchzuführen. Hier kann es notwendig sein, die Fragen teilweise umzuformulieren oder sie mit Hilfe von Beispielen aus dem Alltag oder von Symbolen zu verdeutlichen.

Bei der Erstellung des Leitfadens wurde zudem versucht, die in der Literatur empfohlene Anzahl von 20 - 25 Fragen einzuhalten (siehe Kapitel V.I.II).

### *V.III.II. Entwicklung der Fragen zu den einzelnen Themenbereichen*

Zufriedenheit mit der Anfangsphase der Mobilen Begleitung (erster Kontakt bzw. erstes Gespräch mit dem Anbieter, etc.):

Hierbei ist anzunehmen, dass sich viele der Kunden / Kundinnen nicht differenziert an diese Phase der Mobilen Begleitung erinnern können bzw. dass sie nicht in der Lage sind diese ‚Ereignisse‘ chronologisch einzuordnen.

Der erste Punkt betrifft hier die Erläuterung des Angebotes der Mobilen Begleitung.

<b>Hat Ihnen der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin erklärt, was die Mobile Begleitung ist?</b>
--

Danach soll erhoben werden, ob und inwieweit die Kunden / Kundinnen bei der Planung der Mobilen Begleitung bzw. bei der Festhaltung der Inhalte und Ziele miteinbezogen wurden.

**Hat der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin Sie gefragt, was Sie bei der Mobilen Begleitung machen möchten?**

Zum Schluss des ersten Teils geht es darum, die allgemeine Zufriedenheit mit dieser Phase zu erheben.

**Haben sie sich beim ersten Gespräch wohl gefühlt?**

Zufriedenheit mit dem Angebot der Mobilen Begleitung:

Zuerst soll festgestellt werden, inwieweit eine Miteinbeziehung der Kunden / Kundinnen bei der Gestaltung der Mobilen Begleitung (Auswahl des Begleiters / der Begleiterin, Inhalte, Terminvereinbarungen, etc.) passiert.

**Waren sie von Anfang an zufrieden mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?**

**Fragt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin Sie oft, was Sie tun möchten?**

**Fragt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin Sie, wann er / sie kommen soll?**

**Sagt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin es Ihnen rechtzeitig, wenn er / sie nicht kommen kann?**

Mit Hilfe der nächsten Fragen soll die Zufriedenheit der Kunden / Kundinnen mit dem Inhalt der Mobilen Begleitung erhoben werden.

Am Beginn steht hier eine Einleitungsfrage um zu erfahren, welche konkreten Leistungen der Mobilen Begleitung in Anspruch genommen werden und um

dies v.a. auch den Kunden / Kundinnen bewusst zu machen und dadurch die Beantwortung der darauf folgenden Fragen zu erleichtern.

**Was machen Sie mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?**

**Gefällt Ihnen, was Sie bei der Mobilen Begleitung machen?**

**Gibt es etwas, was Sie gerne bei der Mobilen Begleitung machen möchten?**

Danach soll die Zufriedenheit mit dem Umfang (Stundenausmaß) der Mobilen Begleitung und mit den Zeiten, in denen sie in Anspruch genommen werden kann, erfragt werden. Auch hier soll in beiden Fällen durch eine Einstiegsfrage die Beantwortung der darauf folgenden Frage(n) erleichtert werden.

**Wie oft kommt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen?**

**Ist es für Sie in Ordnung, wie oft Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen kommt?**

**Wann kommt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen?**

**Sind die Zeiten, wann Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin kommt, für Sie in Ordnung?**

**Soll Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu anderen Zeiten kommen?**

Zufriedenheit mit dem Begleiter / der Begleiterin:

Die nächsten Fragen widmen sich der Beziehung zwischen Kunden / Kundinnen und deren jeweiligen Begleitern / Begleiterinnen und damit verbunden ihrem Wohlbefinden bei der Mobilen Begleitung.

**Verstehen Sie sich gut mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?**

**Fühlen Sie sich bei der Mobilen Begleitung wohl?**

**Wenn es Ihnen einmal nicht gut geht (wenn Sie z.B. traurig oder wütend sind), können Sie dann mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin darüber sprechen?**

**Können Sie es Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin sagen, wenn Ihnen etwas nicht gefällt?**

**Ärgern Sie sich ab und zu über Ihren Begleiter / Ihre Begleiterin?**

Miteinbeziehung der Kunden / Kundinnen in die Dokumentation:

Die nächsten beiden Fragen dienen der Ermittlung ob und inwieweit die Kunden / Kundinnen in die Dokumentation miteinbezogen bzw. die Inhalte der Dokumentation mit ihnen besprochen werden.

**Schreibt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin manchmal auf, was Sie gemeinsam gemacht haben?**

**Erklärt Ihnen Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin was er / sie aufschreibt?**



Zufriedenheit mit der Betreuung im Fall eines Wechsels des Begleiters / der Begleiterin:

Der letzte Teil des Leitfadens behandelt die Thematik des Wechsels einer Begleitperson. Anfangs soll mit Hilfe einer Filterfrage geklärt werden, welche Kunden / Kundinnen des Zirkels schon einmal einen solchen Wechsel erlebt haben. Die darauf folgenden Fragen sollen erheben, wie die Verabschiedung vom alten Begleiter / von der alten Begleiterin und wie danach die Einarbeitungsphase des neuen Begleiters / der neuen Begleiterin von den Kunden / Kundinnen wahrgenommen wurden.

**Hat Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin schon einmal gewechselt?**

**Hatten Sie genügend Zeit sich von Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin zu verabschieden?**

**Hat es mit dem neuen Begleiter / der neuen Begleiterin von Anfang an gut geklappt?**

Am Ende der Befragung sollen auch die Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen eine Bewertung ihrer allgemeinen Zufriedenheit mit der Mobilen Begleitung abgeben. Dies kann - je nach Fähigkeiten der Kunden / Kundinnen - verbal oder mit Hilfe von Symbolen, Stimmungsbarometern, etc. erfolgen.

**V.IV. Abklärung des Befragungs-Leitfadens mit Experten / Expertinnen und Durchführung von Pretests**

Dieser eben beschriebene Befragungs-Leitfaden wurde – wie der Fragebogen für Angehörige, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen – den Experten / Expertinnen mit der Bitte um eine Rückmeldung

vorgelegt und in Rahmen der Durchführung von Pretests auf seine Anwendbarkeit überprüft.

Im Folgenden soll nun die Ergebnisse daraus dargestellt werden.

#### *V.IV.I. Abklärung des Befragungs-Leitfadens mit Experten / Expertinnen*

Im Rahmen der oben bereits erwähnten Arbeitssitzung zur Diskussion des Fragebogens zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, wurde zudem die Erhebung der Kundenzufriedenheit bei den Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen mit Hilfe von ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ diskutiert.

Alle Anwesenden waren sich darin einig, dass eine postalische Befragung mit Hilfe eines Fragebogens bei der Zielgruppe der Menschen mit Beeinträchtigungen nicht sinnvoll ist.

Da auf Grund des hohen Ressourceneinsatzes die Durchführung dieser Befragung in Form von Einzelinterviews eher nicht realisierbar sein wird, wird an der Erhebung der Kundenzufriedenheit mittels regionaler ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ (Gruppenbefragungen) kein Weg vorbeiführen.

Bezüglich der Abhaltung von speziellen ‚Kunden-Qualitätszirkeln‘ zur Erhebung der Kundenzufriedenheit als Alternative zu Einzelinterviews war der Hauptkritikpunkt das Thema der ‚Anreise‘. Da damit zu rechnen ist, dass einige der Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen nicht die Möglichkeit haben werden, selbstständig zu diesen Zirkeln anzureisen, wurde zu bedenken gegeben, dass diese dadurch quasi automatisch von der Befragung ausgeschlossen werden.

Um dieser Problematik der Erhebungsvariante, nämlich der Anreise, entgegenzuwirken, könnte (wie bereits in Kapitel V.II.II angeführt) im Vorfeld versucht werden Mitfahrgelegenheiten oder Fahrdienste zu organisieren.

Weiters wurde noch festgestellt, dass eine Befragung zur Zufriedenheit in Form dieser ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ bei Personen, die auf Grund ihrer Beeinträchtigung nicht in der Lage sind sich zu artikulieren, nicht möglich sein wird. Dies trifft jedoch gleichermaßen auf die Variante der postalischen

Befragung (welche ohnehin ausgeschlossen wurde) und auf jene von Einzelinterviews zu.

Bei dieser Arbeitssitzung wurden den Experten / Expertinnen zudem die Inhalte des Befragungs-Leitfadens vorgestellt. Der Leitfaden mit diesen Inhalten und den dazugehörenden Fragen (siehe Kapitel V.III.II) wurde ihnen dann per E-Mail mit der Bitte um Rückmeldung zugesandt.

Zum Punkt Zufriedenheit mit dem Inhalt der Mobilen Begleitung wurde rückgemeldet, dass die Formulierung der Frage ‚Gefällt Ihnen was Sie bei der Mobilen Begleitung machen?‘ etwas unglücklich gewählt wurde, das dies eher nach einer Art ‚Unterhaltungsangebot‘ bzw. ‚Wunschkonzert‘ klingt. In der Folge wurde diese Frage wie folgt verfasst.

**Finden Sie das, was Sie bei der Mobilen Begleitung machen in Ordnung?**

Bei der darauf folgenden Frage (‚Gibt es etwas, was Sie gerne bei der Mobilen Begleitung machen möchten?‘), wurde folgende Ergänzung angeregt und auch in den Leitfaden übernommen:

Gibt es etwas, was Sie gerne bei der Mobilen Begleitung machen möchten?  
**(Etwas Neues, wozu Sie bis jetzt noch nicht die Möglichkeit hatten?)**

Diese beiden Änderungsvorschläge seitens der Experten / Expertinnen wurden – wie bereits erwähnt – in den Befragungs-Leitfaden übernommen, welcher dann bei der Durchführung der Testbefragungen verwendet wurde.

#### *V.IV.II. Durchführung der Pretests*

Auch in diesem Fall wurden die Anwendbarkeit und Tauglichkeit des entwickelten Leitfadens im Rahmen von Pretests überprüft. Zu diesem Zweck wurden zwei Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen befragt.

Einleitend kann festgehalten werden, dass sich auf Grund der Erfahrungen aus den Pretests keine Änderungen zum Inhalt des Leitfadens ergeben haben; der Leitfaden wurde als ausreichend umfangreich angesehen.

Ergaben sich keine Änderungsvorschläge bezüglich des Inhaltes, so konnten jedoch Erkenntnisse zur konkreten Durchführung der Befragungen gesammelt werden.

Bei einer Befragung wurden die Fragen in der festgehaltenen Form des Leitfadens problemlos verstanden.

Bei der anderen Befragung war es teilweise notwendig, die Fragen umzuformulieren bzw. sie mit Hilfe von graphischen Darstellungen zu verdeutlichen. Anzumerken ist hier noch, dass in diesem Fall die Begleitperson der Mobilen Begleitung bei der Testbefragung anwesend war. Es traf das, was in Kapitel V.I.II bereits erwähnt wurde, ein, nämlich dass die jeweiligen Betreuer / Betreuerinnen bzw. Begleiter / Begleiterinnen die Kunden / Kundinnen und ihre Fähigkeiten gut kennen und daher wissen, wie Fragen gestellt werden sollen bzw. womit der Inhalt am besten erklärt werden kann.

Trotz des Vorteils, dass durch die Anwesenheit des Begleiters / der Begleiterin bei der Befragung, diese selbst ‚einfacher‘ ist, sollte nicht vergessen werden, dass es dabei im Wesentlichen auch um die Person des Begleiters / der Begleiterin geht. Es ist daher anzunehmen, dass die Kunden / Kundinnen in diesem Fall Hemmungen haben werden, offen zu sprechen.

Nichtsdestotrotz war die Durchführung der Testbefragung im Beisein der Begleitperson insofern positiv, als dass wichtige Erkenntnisse für die konkrete Durchführung gewonnen werden konnten.

So könnte es z.B. sinnvoll sein, wenn der Moderator / die Moderatorin des Zirkels zu Beginn die Vornamen der jeweiligen Begleitpersonen erfragt und in weiterer Folge diesen Vornamen an Stelle des Begriffes ‚Begleiter /

Begleiterin' verwendet. Zwar wird dadurch die Anonymität der Begleitpersonen zum Teil aufgehoben, für viele Kunden / Kundinnen ist jedoch die Bezeichnung ‚Begleiter / Begleiterin' nicht vertraut und unverständlich.

In einigen Fällen ist es sicher auch sinnvoll, die Fragen aufzuschreiben und beim Zirkel an die Kunden / Kundinnen, die Lesen können, auszuteilen. Dabei sollte jedoch darauf verzichtet werden, die Fragen zu gendern, da aller Wahrscheinlichkeit nach andernfalls der Leitfaden zu kompliziert ist.

Unverzichtbar scheint auf jeden Fall die Verwendung von Gegenständen oder Symbolen zur Verdeutlichung des Inhaltes der Frage.

So können z.B. für die Fragen wie oft und wann der Begleiter / die Begleiterin kommt und ob die Kunden / Kundinnen bei den Terminvereinbarungen miteinbezogen werden, Kalender hergezeigt werden oder Plakate mit den Wochentagen und Tages- / Uhrzeiten angefertigt werden.

Zur Verdeutlichung, was mit dem Begriff ‚Dokumentation' gemeint ist, können entsprechende Formulare und auch Mappen (da diese Formulare zumeist in Mappen aufbewahrt werden) verwendet werden.

Unverzichtbar bei diesen Befragungen wird in vielen Fällen der Einsatz von Beispielen aus dem Alltag sein, um Fragen für die Kunden / Kundinnen verständlich zu machen.

Zusammenfassend kann auf Grund der Pretests gesagt werden, dass der entwickelte Leitfaden eine gute Basis für die Befragungen darstellt.

Auf jeden Fall werden aber die Moderatoren / Moderatorinnen der ‚Kunden-Qualitätszirkel' gefordert sein, wenn es darum geht die Fragen für die Kunden / Kundinnen mit ihren individuellen Fähigkeiten verständlich zu machen.

## **VI. ZUSAMMENFASSUNG**

Die Mobile Begleitung ist ein Angebot, das Menschen mit Beeinträchtigungen bei der Bewältigung von Alltagssituationen unterstützen und ihnen ein selbstbestimmtes und integriertes Leben ermöglichen soll. Gleichzeitig sollen jene Angehörigen, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen, entlastet werden und mehr persönlichen Freiraum erhalten.

Die für die Mobile Begleitung geltenden Leistungs- und Qualitätsstandards sehen u.a. auch eine Beurteilung der Ergebnisqualität seitens der Kunden / Kundinnen vor. Diese Beurteilung soll in erster Linie durch die Erhebung der Zufriedenheit mit der Leistung (z.B. Struktur- und Prozesselemente, etc.) erfolgen.

Generell ist zu sagen, dass die Zufriedenheit von Kunden / Kundinnen mit einer Leistung darauf beruht, inwieweit die Erwartungen an eine Leistung mit der letztendlich wahrgenommenen Leistung übereinstimmen. Entspricht eine Leistung den Kundenerwartungen, wird auch deren Qualität als hoch eingestuft und beim Kunden / bei der Kundin stellt sich eine Zufriedenheit ein. Dies trifft auch für den umgekehrten Fall zu: werden die entsprechenden Erwartungen des Kunden / der Kundin nicht erfüllt, wird die Leistungsqualität negativ beurteilt und der Kunde / die Kundin ist nicht zufrieden.

Das Ziel dieser Arbeit war die Entwicklung von geeigneten Instrumenten zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei der Mobilen Begleitung für beide Ziel- / Kundengruppen (Menschen mit Beeinträchtigungen und Angehörige, die Menschen mit Beeinträchtigungen zu Hause betreuen).

Der Aufbau und Inhalt dieser Erhebungsinstrumente orientiert sich in erster Linie an den geltenden Leistungs- und Qualitätsstandards sowie am Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit beim Angebot der Frühförderung (hier wurden bereits mehrere Kundenbefragungen durchgeführt).

Was nun die konkreten Erhebungsmethoden betrifft, so stellte sich für Zielgruppe der Angehörigen eine postalische Befragung als die am besten geeignete Form heraus.

Ein wesentlicher Teil dieser Arbeit war zu diesem Zweck die Entwicklung eines Fragebogens. Die erste Fassung des Fragebogens beruht – den Aufbau und Inhalt betreffend – im Wesentlichen auf den bereits erwähnten Leistungs- und Qualitätsstandards und dem Fragebogen zur Zufriedenheits-erhebung bei der Frühförderung.

Durch die Verwendung von überwiegend geschlossenen Fragen wird sowohl eine schnellere Beantwortung durch die Kunden / Kundinnen, als auch eine unkomplizierte Auswertung ermöglicht. Für den Fall, dass für die Kunden / Kundinnen wichtige Anliegen nicht durch die geschlossenen Fragen abgedeckt werden, wurden am Ende der beiden Fragenblöcke, in denen es konkret um die Zufriedenheit ging, offene Fragen eingefügt.

In einem nächsten Schritt wurde dieser Fragebogen mit Experten / Expertinnen diskutiert und in der Folge eine entsprechende Adaptierung vorgenommen. Zur Überprüfung der Anwendbarkeit und Tauglichkeit des Instrumentes wurden zudem Testbefragungen durchgeführt. Durch diese beiden Maßnahmen konnten Unklarheiten im Fragebogen beseitigt werden.

Etwas schwieriger gestaltete sich die Frage, in welcher Form die Befragung der Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen erfolgen soll / kann.

Eine postalische Befragung ist bei dieser Zielgruppe nicht sinnvoll. Auf Grund der unterschiedlichen kognitiven Fähigkeiten dieser Kunden / Kundinnen würden sich schon bei der Erstellung des Fragebogens Probleme bezüglich des Schwierigkeitsgrades ergeben. In weiterer Folge gäbe es zu viele Unsicherheiten, was die Beantwortung der Fragen betrifft (Werden die Kunden / Kundinnen bei der Beantwortung unterstützt? Von wem werden sie unterstützt? Wie weit reicht diese Unterstützung? etc.).

Eine beinahe ideale Form der Erhebung scheint die Durchführung von (Leitfaden-)Interviews durch geschulte Interviewer / Interviewerinnen zu sein. Durch eine entsprechende Schulung kann Fehlern, die auf Seiten des Interviewers / der Interviewerin auftreten (Beeinflussung, etc.) entgegen-gewirkt werden; zudem würde man eine gewisse Sicherheit haben, dass

keine ungewollte Beeinflussung durch andere Personen (Angehörige, Begleiter / Begleiterin, etc.) stattfindet. Während der Befragung besteht für die Interviewer / Interviewerinnen die Möglichkeit, individuell auf die jeweiligen Fähigkeiten und Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen mit Beeinträchtigungen eingehen zu können und Fragen bei Bedarf mit Hilfe von Beispielen aus dem Alltag oder graphischen Darstellungen zu verdeutlichen. Diese Art der Befragung ist jedoch mit einem nicht unwesentlichen Aufwand an finanziellen Ressourcen (Bezahlung von Interviewern / Interviewerinnen, Durchführung der Schulung, Organisation der Interviewtermine, Fahrtstrecken /-zeiten, etc.) verbunden.

Als Alternative dazu wurde die Durchführung der Kundenzufriedenheits-erhebung mittels regionaler ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ ins Auge gefasst. Dies bedeutet, dass – angelehnt an die Idee von (partizipativen) Qualitätszirkeln – die Kunden / Kundinnen in homogenen Kleingruppen zu ihrer Zufriedenheit mit der Mobilen Begleitung befragt werden.

Im Rahmen dieser Zirkel besteht die Möglichkeit – wie bei Einzelinterviews – individuell auf die Fähigkeiten und Bedürfnisse der Kunden / Kundinnen einzugehen und bei Bedarf mit Beispielen aus dem Alltag und graphischen Hilfsmitteln zu arbeiten.

Der Hauptkritikpunkt an dieser Form der Erhebung der Kundenzufriedenheit war, dass viele Kunden / Kundinnen an diesen ‚Kunden-Qualitätszirkeln‘ nicht teilnehmen können, da sie oft nicht selbständig zu den Austragungs-orten anreisen können. Dieses Problem könnte z.B. durch das Organisieren von Mitfahrgelegenheiten oder Fahrdiensten im Vorfeld entschärft werden.

Um nun auch die Ergebnisse der Befragungen im Rahmen dieser Zirkel besser auswerten und miteinander vergleichen zu können, wurde ein Befragungs-Leitfaden entwickelt. Hierbei orientieren sich Aufbau und Inhalt am Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit bei den Kunden / Kundinnen ohne Beeinträchtigungen (folglich somit auch an den geltenden Leistungs- und Qualitätsstandards). Auch bei diesem Instrument wurden die Experten / Expertinnen um die Äußerung ihrer Meinung und eventueller Verbesserungsvorschläge ersucht und Pretests mit den Kunden / Kundinnen durchgeführt.



Durch diese Testbefragungen bestätigte sich, dass der Leitfaden inhaltlich wichtige Punkte abdeckt und auch vom Aufbau her verständlich ist.

Nichtsdestotrotz handelt es sich ‚nur‘ um einen Leitfaden, an dem sich die Moderatoren / Moderatorinnen der ‚Kunden-Qualitätszirkel‘ bei der Befragung orientieren können (und auch sollen). Es ist damit zu rechnen (das haben auch die Pretests gezeigt), dass in einigen Fällen die Fragen gerade in dieser Form von den Kunden / Kundinnen nicht verstanden werden. Es wird nicht zu vermeiden sein, dass bei der direkten Befragung von Menschen mit Beeinträchtigungen die Moderatoren / Moderatorinnen und deren Kompetenzen (individuell auf die Fähigkeiten der Kunden / Kundinnen einzugehen, Fragen gegebenenfalls umzuformulieren, mit Beispielen aus dem Alltag zu arbeiten, auf eine graphische Darstellung der Inhalte zurückzugreifen, etc.) in besonderer Weise gefordert sein werden.

## LITERATURVERZEICHNIS

Amt der Oberösterreichischen Landesregierung, Sozialabteilung: Rahmenrichtlinie Leistungs- und Qualitätsstandards Mobile Dienste für Menschen mit Beeinträchtigungen. 2004, Linz.

Antener, Gabriela / Landolt, René: Sind sie zufrieden? Bewohnerinnenbefragung in einer Stiftung für Menschen mit einer geistigen / mehrfachen Behinderung, in: Schweizerische Zeitschrift für Heilpädagogik, 1 / 05, S. 39 - 46, Online im WWW unter URL: [www.ssbl.ch/typo3ssbl/fileadmin/user\\_upload/bilder/Management/Bewohnerbefragung/Fachartikel\\_Bewohnerbefragung\\_SZH.pdf](http://www.ssbl.ch/typo3ssbl/fileadmin/user_upload/bilder/Management/Bewohnerbefragung/Fachartikel_Bewohnerbefragung_SZH.pdf) (Stand: 05.09.2005).

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 2003, 10. Auflage, Berlin.

Badelt, Christoph: Qualitätssicherung aus gesamtwirtschaftlicher und sozialpolitischer Perspektive. in: Maelicke, Bernd: Qualitätsmanagement in sozialen Betrieben und Unternehmen. 1996, 1. Auflage, Baden-Baden, S. 9 - 23.

Bickmann, Roland / Schad, Marcus: Der Kunde sitzt nebenan. Kundenzufriedenheit beginnt beim Mitarbeiter; die Macht der Unternehmenskultur, die Grenzen des Dienens, Anforderungen der Informationsgesellschaft, Fallbeispiele, 1998, Wien.

Bruhn, Manfred: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden. 2003, 4. Auflage, Heidelberg.

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 2002, 8. Auflage, Reinbek bei Hamburg.

Frühauf, Theo: Chancen und Risiken neuerer gesetzlicher Entwicklungen für die Qualität der Dienstleistung in Einrichtungen der Behindertenhilfe. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 9 - 31

Gromann, Petra: Funktion und Möglichkeiten des Befragens von Nutzerinnen und Nutzern. in: Gerving, Heinrich: Hilfeplanung und Controlling in der Heilpädagogik. 2002, Freiburg im Breisgau, S. 155 - 170.

Gromann, Petra / Niehoff Ulrich: Kleines Handbuch zur Bewohner(innen)-Befragung. in: Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.: Schöner Wohnen. Ein Instrument zur Bewohner(innen)-Befragung. 2003, Marburg.

Halfar, Bernd: Qualitätssicherung durch datenbankgestützte Betriebsvergleiche. in: Maelicke, Bernd: Qualitätsmanagement in sozialen Betrieben und Unternehmen. 1996, 1. Auflage, Baden-Baden, S. 111 - 123.

Hekking, Klaus: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen - Modegag oder ein Weg zu mehr Servicequalität?. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 207 - 218

Hollerith, Erich: Qualitätssicherung und -förderung als Aufgaben des Trägers von sozialen Einrichtungen. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement bei sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 219 - 232.

Kamiske, Gerd F. / Brauer, Jörg-Peter: Qualitätsmanagement von A bis Z. Erläuterungen moderner Begriffe des Qualitätsmanagements, 1995, 2. Auflage, München, Wien.

Kuhn, Hubert: Qualitäts - Management sozialer Dienstleistungen, Online im WWW unter URL: [www.tops-ev.de/download/veroeffentlichungen/Grundlagen%20QM.pdf](http://www.tops-ev.de/download/veroeffentlichungen/Grundlagen%20QM.pdf) (Stand: 05.09.2005).

Matul, Christian / Scharitzer, Dieter: Qualität der Leistungen in NPOs. in: Badelt, Christoph: Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management, 2002, 3. Auflage, Stuttgart, S. 605 - 632.

Mayer, Horst O.: Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung, 2004, 2. Auflage, München.

Meister, Ulla / Meister, Holger: Kundenzufriedenheit messen und managen - Kundenwünsche punktgenau umsetzen. in: Pocket Power Marketing und Vertrieb: Kundenzufriedenheit. 2003, Wien, S. 35 - 73.

Metzler, Heidrun / Wacker, Elisabeth: Zum Qualitätsbegriff in der Behindertenhilfe. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 44 - 55.

Nüßle, Werner: Auf dem Weg zu einem qualitätsorientierten System sozialer Dienste. in: Maelicke, Bernd: Qualitätsmanagement in sozialen Betrieben und Unternehmen. 1996, 1. Auflage, Baden-Baden, S. 37 - 53.

o.V.: Der Fragebogen, Online im WWW unter URL: [www.leaderplus.de/downloads/free/hd\\_fb.pdf](http://www.leaderplus.de/downloads/free/hd_fb.pdf) (Stand: 28.08.2005).

o.V.: QM-Lexikon. Lexikon von ‚Qualitätsfähigkeit‘ bis ‚Querankersensor‘, Online im WWW unter URL: [www.quality.de/lexikon/qualitaetszirkel.htm](http://www.quality.de/lexikon/qualitaetszirkel.htm) (Stand: 03.03.2006).

Preißner, Andreas: Kundencontrolling - Erfolgreiche Steuerung der Kundenbeziehung. in: Pocket Power Controlling: Kundencontrolling. 2003, Wien, S. 108 - 119.

Preyer, Harald R.: Kundenzufriedenheit. Kunden als Partner, Fehlerquellen, Werkzeuge, Checklisten, 1998, Wien.

Saenger, Ulrich: Qualitätszirkel mit Bewohnern und Patienten. Qualitätsentwicklung in der Altenpflege, 2005, 1. Auflage, 2005.

Schubert, Hans-Joachim: Von Leistungs- und Prüfvereinbarungen zur Umsetzung umfassender Qualitätsmanagementkonzepte. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 131 - 144.

Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Eine Einführung in das Werk: Zur Qualität sozialer Dienstleistungen. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 1 - 6.

Schwarte, Norbert / Oberste-Ufer, Ralf: Qualitätssicherung und -entwicklung in der sozialen Rehabilitation Behinderter: Anforderungen an Prüfverfahren und Instrumente. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 56 - 82.

Sonnenberg, Kristin: Wohnen und geistige Behinderung. Eine vergleichende Untersuchung zur Zufriedenheit und Selbstbestimmung in Wohneinrichtungen, Heilpädagogische Fakultät der Universität Köln, Köln, Inaugural-Dissertation, 2004.

Steinbeck, Hans H.: Qualitätsmanagement zur Verbesserung von Geschäftsprozessen und Dienstleistungen. in: Maelicke, Bernd: Qualitätsmanagement in sozialen Betrieben und Unternehmen. 1996, 1. Auflage, Baden-Baden, S. 25 - 29.

Theunissen, Georg: Erwachsenenbildung und Behinderung. Impulse für die Arbeit mit Menschen, die als lern- oder geistig behindert gelten, 2003, Bad Heilbrunn.

Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement - Relevanz in Werkstätten für Behinderte. in: Schubert, Hans-Joachim / Zink, Klaus J.: Qualitätsmanagement in sozialen Dienstleistungsunternehmen. 1997, Berlin, S. 83 - 97.



# ANHANG I

## ***EINLEITUNG***

**1. Bei welchem Träger nehmen Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

- Arcus Sozialnetzwerk
- assista Soziale Dienste GmbH
- Caritas für Menschen mit Behinderungen
- Evangelisches Diakoniewerk
- Institut Hartheim
- Miteinander GmbH
- Volkshilfe Oberösterreich - Gesundheits- und Soziale Dienste GmbH

**2. In welchem Bezirk nehmen Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

.....

**3. Seit wann nehmen Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

Monat: ..... Jahr: .....

**4. Von wem haben Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige von der Mobilen Begleitung erfahren?**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Kindergarten
- Schule / Hort
- Bezirksverwaltungsbehörde / Magistrat
- Sozialberatungsstelle
- Einrichtung der Arbeit / Beschäftigung / Qualifizierung
- Selbsthilfegruppe
- andere Betroffene
- Medien (Fernsehen, Zeitungen, etc.)
- Internet
- sonstige: .....



**5. Nimmt Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige parallel zur Mobilen Begleitung noch andere Betreuungs- und Begleitangebote in Anspruch?**

- ja
- nein

**5.a. Wenn ja, welche?** (Mehrfachnennungen sind möglich)

- Frühförderung
- Kindergarten
- Schule / Hort
- Einrichtung der Arbeit / Beschäftigung / Qualifizierung
- Hauskrankenpflege
- sonstige: .....

**6. Wie alt ist Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige, der / die die Mobile Begleitung in Anspruch nimmt?**

- unter 15 Jahren
- 15 bis 25 Jahre
- 25 bis 35 Jahre
- 35 bis 45 Jahre
- über 45 Jahre

***Zufriedenheit mit dem ersten Kontakt zum Anbieter bzw. mit dem ersten Gespräch und mit der Bedarfskonferenz:***

**7. Die Kontaktaufnahme mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung** (Erreichbarkeit via Telefon, E-Mail, Fax; Terminvereinbarung für das erste Gespräch; etc.) **verlief zufriedenstellend.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**8. Beim ersten Gespräch fühlten wir uns mit unseren Anliegen ernst genommen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**9. Wir wurden umfassend über das Angebot der Mobilen Begleitung (Inhalte, Ablauf, etc.) informiert.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**10. Der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin ging auf unsere Fragen ein.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**11. Bei Bedarf informierte uns der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin über die Antragstellung.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu  
 kein Bedarf

**12. Wie lange dauerte es vom ersten Gespräch bis zum Start der Mobilen Begleitung?**

- bis zu 2 Wochen    bis zu einem Monat    2 bis 3 Monate  
 3 bis 6 Monate    mehr als 6 Monate

**12.a. Dieser Zeitraum war unserer Meinung nach**

- zu kurz    angemessen    zu lange

**13. Bei der Bedarfskonferenz wurden unsere Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigt.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**Welche Anregungen haben Sie in Bezug auf**

- den ersten Kontakt mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung,
- das erste Gespräch mit dem Anbieter der Mobilen Begleitung
- die Bedarfskonferenz?

**Was würden Sie anders machen?**

***Zufriedenheit mit dem Angebot und dem Verlauf der Mobilen Begleitung:***

**14. Bei Bedarf bespricht der Begleiter / die Begleiterin mit uns gemeinsam die Schwerpunkte der Mobilen Begleitung.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu
- kein Bedarf

**15. Welche Leistungen der Mobilen Begleitung nehmen Sie in Anspruch? (Mehrfachnennungen sind möglich)**

- Unterstützung bei der Grundversorgung
- Unterstützung bei hauswirtschaftlichen Tätigkeiten
- Betreuung und Begleitung im Alltag
- Freizeitgestaltung
- Angehörigenarbeit / Entlastung / Prävention

**16. Mit diesen Leistungen der Mobilen Begleitung sind wir zufrieden.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**17. Sind diese Leistungen ausreichend?**

- ja
- nein

**17.a. Wenn nein, um welche Bereiche sollte das Leistungsangebot ergänzt werden?**

.....

**18. Der Begleiter / die Begleiterin stimmt das Angebot auf die Bedürfnisse unserer Familie ab.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**19. Der Begleiter / die Begleiterin stimmt das Angebot auf die Bedürfnisse unseres Angehörigen / unserer Angehörigen ab.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**20. Der Begleiter / die Begleiterin bringt sein / ihr pädagogisches Wissen bei der Arbeit mit unserem Angehörigen / unserer Angehörigen ein.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**21. Bei Terminvereinbarungen werden unsere Wünsche berücksichtigt.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**22. Der Begleiter / die Begleiterin hält vereinbarte Termine immer ein oder verständigt uns, falls eine Einheit ausfällt.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**23. Wir haben Vertrauen in den Begleiter / die Begleiterin.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**24. Wir können Unzufriedenheiten und Bedenken ansprechen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**25. Unser Angehöriger / unsere Angehörige fühlt sich bei der Mobilen Begleitung wohl.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**26. Wir erleben die Mobile Begleitung als Entlastung.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**27. Wir wissen über die Inhalte der Dokumentation (z.B. Erhebungsbogen, Bedarfserhebung, Protokoll der Bedarfskonferenz, Entwicklungsplan, etc.) bescheid.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**28. Bei Bedarf wird unser Angehöriger / unsere Angehörige in die Dokumentation einbezogen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu  
 kein Bedarf

**29. Wir können die Dokumentationsunterlagen jederzeit einsehen.**

- trifft zu    trifft eher zu    trifft eher nicht zu    trifft nicht zu

**30. Wie viele Stunden nehmen Sie bzw. Ihr Angehöriger / Ihre Angehörige die Mobile Begleitung in Anspruch?**

.....

**31. Das (bei der Bedarfskonferenz vereinbarte) Stundenausmaß der Mobilen Begleitung ist ausreichend.**

- ja    nein

**31.a. Wenn nein: Was soll sich beim Stundenausmaß ändern?**

.....

**32. Mit den Zeiten, in denen die Mobile Begleitung in Anspruch genommen werden kann (Montag bis Samstag: 06.00 bis 20.00), sind wir zufrieden.**

- ja    nein

**32.a. Wenn nein, was sollte sich an den Zeiten ändern?**

.....

**33. Bei der Auswahl des Begleiters / der Begleiterin wurden unsere Wünsche berücksichtigt** (es bestand z.B. die Möglichkeit einen Begleiter / eine Begleiterin abzulehnen).

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu
- kein Bedarf (wir waren mit der vorgeschlagenen Begleitperson von Anfang an einverstanden)

Die Fragen 34 bis 37 beziehen sich auf einen Wechsel bei den Begleitpersonen im Laufe der Mobilen Begleitung (sie beziehen sich somit nicht auf die Anfangsphase und die erste Auswahl des Begleiters / der Begleiterin). Bitte beantworten Sie diese Fragen nur, wenn dies bei Ihnen bereits einmal der Fall war.

**34. Der Grund / die Gründe für diesen / diese Wechsel waren:**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Unzufriedenheit unsererseits mit dem Begleiter / der Begleiterin
- der Begleiter / die Begleiterin veränderte sich in beruflicher Hinsicht
- andere Gründe: .....

**35. Wir wurden auf den Wechsel bei der Begleitperson gut vorbereitet.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**36. Es fand eine persönliche Verabschiedung des Begleiters / der Begleiterin statt.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**37. Die Einführung des neuen Begleiters / der neuen Begleiterin verlief zufrieden stellend.**

- trifft zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

**Welche konkreten Anregungen haben Sie in Bezug auf**

- **die Inhalte**
- **den Verlauf**
- **die Organisation**

**der Mobilen Begleitung?**

**Was würden Sie anders machen?**

**38. Wie zufrieden sind Sie mit der Mobilen Begleitung insgesamt?**

(Bitte nehmen Sie diese Bewertung nach dem Schulnotensystem vor).

- 1       2       3       4       5

**39. Wer hat diesen Fragebogen ausgefüllt?**

- Eltern       Geschwister       sonstige: ....

***Wir danken Ihnen für Ihre Mühe und Mitarbeit!***

## ANHANG II

### ***Zufriedenheit mit der Anfangsphase der Mobilen Begleitung***

*(erster Kontakt bzw. erstes Gespräch mit dem Anbieter, etc.):*

- **Erläuterung des Angebotes der Mobilen Begleitung:**

Hat Ihnen der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin erklärt, was die Mobile Begleitung ist?

- **Miteinbeziehung des Kunden / der Kundin bei der Planung bzw. Festhaltung der Inhalte der Mobilen Begleitung**

Hat der Mitarbeiter / die Mitarbeiterin Sie gefragt, was Sie bei der Mobilen Begleitung gerne machen möchten?

- **Allgemeine Zufriedenheit mit der Anfangsphase**

Haben Sie sich beim ersten Gespräch wohl gefühlt?

### ***Zufriedenheit mit dem Angebot der Mobilen Begleitung:***

- **Miteinbeziehung des Kunden / der Kundin bei der Gestaltung der Mobilen Begleitung** (Auswahl des Begleiters / der Begleiterin, Inhalte, Terminvereinbarungen, etc.):

Waren Sie von Anfang an zufrieden mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?

Fragt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin Sie oft was Sie tun möchten?

Fragt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin Sie wann er / sie kommen soll?



Sagt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin es Ihnen rechtzeitig, wenn er / sie einmal nicht kommen kann?

- **Zufriedenheit mit dem Inhalt der Mobilen Begleitung**

Was machen Sie mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?

Finden Sie das, was Sie bei der Mobilen Begleitung machen in Ordnung?

Gibt es etwas, was Sie gerne bei der Mobilen Begleitung machen möchten?

(Etwas Neues, wozu Sie bis jetzt noch nicht die Möglichkeit hatten?)

- **Zufriedenheit mit dem Umfang (Stundenausmaß) der Mobilen Begleitung**

Wie oft kommt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen?

Ist es für Sie in Ordnung, wie oft Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen kommt?

- **Zufriedenheit mit den Zeiten der Mobilen Begleitung**

Wann kommt Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu Ihnen?

Sind die Zeiten, wann Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin kommt, für sie in Ordnung?

Soll Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin zu anderen Zeiten kommen?

### **Zufriedenheit mit dem Begleiter / der Begleiterin:**

- **Beziehung zwischen Kunde / Kundin und Begleiter / Begleiterin – Wohlbefinden bei der Mobilen Begleitung**

Verstehen Sie sich gut mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin?

Fühlen Sie sich bei der Mobilen Begleitung wohl?

Wenn es Ihnen einmal nicht gut geht (*wenn Sie z.B. traurig oder wütend sind*), können Sie dann mit Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin darüber sprechen?

Können Sie es Ihrem Begleiter / Ihrer Begleiterin sagen, wenn Ihnen etwas nicht gefällt?

Ärgern Sie sich ab und zu über Ihren Begleiter / Ihre Begleiterin?

### **Miteinbeziehung des Kunden / der Kundin in die Dokumentation:**

- **Durchführung und Besprechung der Dokumentation mit dem Kunden / der Kundin**

Schreibt Ihre Begleiter / Ihre Begleiterin manchmal auf, was Sie gemeinsam gemacht haben?

Erklärt Ihnen Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin was er / sie aufschreibt?

**Zufriedenheit mit der Betreuung im Fall eines Wechsels des  
Begleiters / der Begleiterin:**

**- Information über einen bevorstehenden Wechsel -  
Verabschiedung**

Hat Ihr Begleiter / Ihre Begleiterin schon einmal gewechselt?

Hatten Sie genügend Zeit sich von Ihrem Begleiter / Ihrer  
Begleiterin zu verabschieden?

Hat es mit dem neuen Begleiter / der neuen Begleiterin von Anfang  
an gut geklappt?

**Bewertung der allgemeinen Zufriedenheit mit der Mobilen  
Begleitung**

(Sowohl am Ende eines jeden Themenblockes als auch am Ende der  
Befragung soll eine Bewertung der Gesamtzufriedenheit, z.B. mit Hilfe  
von Symbolen oder eines Stimmungsbarometers, erfolgen)

**Wir danken Ihnen für Ihre Mühe und Mitarbeit!**