



Aus dem Sozialdienst Region Trachselwald (SRT-Info)

Verbandsgemeinden: Affoltern i.E., Auswil, Dürrenroth, Eriswil, Gondiswil, Huttwil, Lützelflüh, Rohrbach, Rüegsau, Sumiswald, Trachselwald, Walterswil, Wyssachen

Nr. 2 | September 2022

Inhaltsverzeichnis

Editorial
Nachdenken über unsere Kunden

Editorial

Bereits ist wieder die Herbstzeit angebrochen und die Erntezeit ist in vollem Gang. Die Natur hat uns viele Gaben in den verschiedensten Formen, Farben und Geschmacksrichtungen zur Ernte wachsen lassen und wir freuen uns über die Vielfalt. Auch beim SRT sind wir verschiedenartig, in unterschiedlichen Lebensabschnitten und Lebensumständen unterwegs. Das macht unseren Alltag spannend, bringt Herausforderungen und Freuden mit sich. Wir haben uns in dieser Ausgabe des SRT-Infos etwas mit dieser Vielfalt unserer Ziel- und Anspruchsgruppe, den Kunden, auseinandergesetzt. Es ist eine spannende Vielfalt.

Sonja Straumann

Betrieb

Wenn jemand in sozialen Organisationen tätig ist, löst dies im eigenen Umfeld oder weiter gefasst in der Gesellschaft oft dieselbe Frage aus: "Wer genau sind eure Kunden?" Dies war Grund genug mit Recherchieren zu starten und gleich das SRT-Info zu diesem Thema zu gestalten. Sowohl ein Zitat von Jeremias Gotthelf, das seine Gültigkeit bis in die heutige Zeit behalten hat, als auch der Text zum Thema «Unsere Kunden» aus

einem aktuellen Führungsbuch, zeigen uns die Komplexität und die Bedeutung wohlwollender Begegnungen und verlässlicher Institutionen auf.

"Die Menschen sind da, um einander zu helfen, und wenn man eines Menschen Hilfe in rechten Dingen nötig hat, so muss man ihn dafür ansprechen. Das ist der Welt Brauch und heisst noch lange nicht betteln".

(Jeremias Gotthelf)

Nachdenken über unsere Kunden

Jeder Anbieter muss über seine Kunden nachdenken, also auch jede Geschäftsführerin und jeder Stellenleiter einer sozialen Organisation. Sie sind die wichtigste Gruppe im Umfeld der Organisation, auf sie hin werden die Dienstleistungen geplant und angeboten.

Unsere Kunden sind Leute aus allen Bevölkerungsschichten, die auf eine organisierte, allen zugängliche Hilfe angewiesen sind. Ohne diese Hilfe droht ihnen soziale Not, häufen sich die Lebensschwierigkeiten. Diesen Menschen fehlen die Mittel – materielle und oft auch geistige -, um sich anderswo Hilfe zu holen. Es fehlt das helfende Netz von Familie, Verwandten, Nachbarn und Freunden, das in Notlagen einspringen kann. Es

fehlt ihnen das Wissen über ihre Möglichkeiten und Rechte im Gemeinwesen, über bestehende Hilfsquellen allgemein. Es fehlt ihnen meistens das Geld, um sich Dienstleistungen zu kaufen, zum Beispiel diejenige von privaten Versicherungen, von Psychiatern, Rechtsanwälten, von Haus- und Pflegepersonal. Es fehlt ihnen die Einsicht, das Beurteilungsvermögen oder die Kraft, die sie vor dem Zusammenstoss mit den gesellschaftlichen Ordnungsmächten bewahren, vor der Konfrontation mit Polizei und Justiz, mit den Behörden. Es fehlt Ihnen die Stärke und die Übung, sich zu wehren gegen alle möglichen Benachteiligungen. Sehr häufig besteht die Hilflosigkeit aus einem ganzen Bündel solcher sozialen Defizite, das bestimmte Menschen zu Kunden von sozialen Organisationen werden lässt.

Kunde einer privaten gemeinnützigen oder staatlichen sozialen Organisation zu werden, ist für die meisten Menschen ein Übel, das man in Kauf nehmen muss, will man sich nicht dem noch grösseren Übel einer sich weiter verschlechternden Situation aussetzen. Die Kunden kommen oft von sich aus zu uns, aber nie freiwillig, sondern getrieben vom Druck ungelöster Probleme. Oder sie geben dem Drängen von Angehörigen und Ratgebern nach. Anderen Kunden wird der Zugang zur sozialen Organisation verordnet, in der Regel aufgrund gesetzlicher Vorschriften, von Instanzen, die dazu befugt sind. Diese "gesetzlichen" Kunden werden bei der Organisation hängig, wie der Fachausdruck so treffend lautet. So oder so sind sie abhängig von unseren Dienstleistungen, ob sie diese nun selbst wünschen oder ob andere Leute für sie entschieden haben, was für sie gut ist.

Die Abhängigkeit unserer Kunden wird noch verstärkt dadurch, dass sie oft keine Wahl haben, welche soziale Organisation sie aufsuchen wollen. Es gibt im sozialen Bereich nicht wenige Dienstleistungs-Monopole, und dies nicht nur in der wichtigen öffentlichen Sozialhilfe, auf die Unbemittelte

für finanzielle Unterstützung angewiesen sind.

In unserer Gesellschaft sind materielle Unabhängigkeit und materieller Erfolg hohe Werte, ebenso wie ohne fremde Hilfe für sich und seine Angehörigen sorgen zu können. Unsere Kunden sind in der Regel hilflose und hilfebedürftige Menschen. Sie werden bemitleidet oder als unfähig, faul oder randständig abgelehnt. Ihr soziales Ansehen ist niedrig, und es wird nicht besser dadurch, dass sie Kunden respektabler sozialer Hilfseinrichtungen sind. Im Gegenteil, das niedrige Ansehen und die Verachtung, die sie trifft, trifft auch die soziale Organisation.

Ähnlich wie der Einzug sogenannt schlechter Gäste wie randständige Jugendliche, Alkoholiker oder fremdaussehende Ausländer, die den guten Ruf eines Lokals in kurzer Zeit beeinträchtigt, so ist auch der Ruf sozialer Organisationen eng verknüpft mit dem Ruf ihrer Kunden. Deshalb ist auch die Organisation abhängig, abhängig von ihren Kunden und nicht nur umgekehrt.

Unsere Kunden sind anders als die üblichen Handelskunden: Sie halten nichts von dauerhaften Beziehungen zum Lieferanten, im Gegenteil, sie wollen uns so schnell wie möglich wieder los sein. Sie hoffen beim Abschied, uns nie mehr sehen zu müssen – und das tun auch wir!

Die Losung des Sozialwesens "Hilfe zur Selbsthilfe" lässt sich jedoch längst nicht verwirklichen. Ohne die Krücken dauerhafter sozialer Hilfestellung vermögen eine Anzahl Kunden nicht mehr zu gehen. Ihre Treue hat einen negativen Beigeschmack – sie freut uns nicht.

(Quelle: Führen in sozialen Organisationen, Paula Lotmar / Edmond Tondeur)