

ZUKUNFTS- MARKT 65PLUS

Dienstleistungen für Senioren entwickeln
und umsetzen

PROJEKTTEAM

Prof. Dr. Bärbel Kracke - *Projektleiterin*

Prof. Dr. Eva Schmitt-Rodermund - *Projektleiterin*

Dr. Astrid Körner - *Projektmitarbeiterin*

Nicole Fuchs - *Projektmitarbeiterin*

Jonas Dirlam - *Studentischer Mitarbeiter*

Julia Engert - *Studentische Mitarbeiterin*

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH21037 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor/bei der Autorin.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Bedarfsanalyse Zertifikatsstudium Zukunftsmarkt 65plus Expertengespräche

Im Zuge der Bedarfs- und Zielgruppenanalyse wurde das Instrument der leitfadengestützten Expertengespräche/-interviews angewandt. Als ExpertInnen wurden Partner aus der Praxis befragt, die Erfahrungen in der Arbeit mit der Generation 65plus haben und/oder sich mit den Bedarfen und Weiterbildungsmöglichkeiten in diesem Bereich auskennen. Die Interviews dienen zum einen der umfassenden Einschätzung der Bedarfslage der Generation 65plus und der Identifikation von Lücken und Potentialen in der Begleitung, Betreuung, und Versorgung der Generation 65plus. Diese geben Aufschluss über mögliche Einsatzfelder und berufliche Perspektiven der AbsolventInnen sowie über mögliche Themen und Inhalte des geplanten Studiums. Zum anderen sollten die Erwartungen der Praxispartner an das geplante Studienprogramm (z. B. Inhalte und Kenntnisse, organisatorische Rahmenbedingungen) geklärt werden, um eine hohe Passung zwischen den im Studienangebot vermittelnden Fähigkeiten und Fertigkeiten und den in der Praxis geltenden Anforderungen und Ansprüchen zu sichern. Des Weiteren sollte zusammen mit den ExpertInnen die Zielgruppe des geplanten Programms genauer bestimmt und beschrieben werden.

1. Experteninterviews

Die Gespräche wurden zwischen dem 17.12.2014 und dem 27.02.2015 geführt. Befragt wurden folgende Ansprechpartner:

- der Diakonie Ostthüringen (17.12.2014)
- der Agentur für Arbeit Jena (14.01.2015)
- des Dezernats IV Familie, Bildung und Soziales der Stadt Jena (Altenhilfeplanung) (28.01.2015)
- der Bundesarbeitsgemeinschaft für Seniorenbüros e. V. (27.02.2015)

Im Vorfeld der Interviews fanden Vorbereitungsgespräche statt, in denen den Praxispartnern das Projekt und das geplante Studienkonzept vorgestellt wurde. Es wurden zudem mögliche Wege der Zusammenarbeit besprochen und ein Termin für die Expertengespräche vereinbart.

Die Expertengespräche wurden, mit einer (telefonisch durchgeführten) Ausnahme, in den Räumen der jeweiligen Kooperationspartner durchgeführt. Die Dauer der Interviews betrug zwischen 45 Minuten und eineinhalb Stunden. Für alle Gespräche wurden Gedächtnisprotokolle angefertigt. Für drei Interviews liegen zudem Aufzeichnungen sowie transkribierte Abschriften dieser Aufzeichnungen vor.

Es wurde ein Interviewleitfaden entwickelt (Anhang A). Die Fragen des Interviewleitfadens wurden allen Beteiligten vorab zur Information zugesandt. Der Leitfaden untergliederte sich in drei Themenblöcke:

Themenblock A: Einsatzfelder für AbsolventInnen

Im Rahmen des ersten Themenblocks sollten die Befragten die aktuelle Bedarfslage der SeniorInnen reflektieren. Es sollten zum einen wichtige Bereiche identifiziert werden, in denen jetzt und in Zukunft ein erhöhter Handlungsbedarf und damit auch ein Markt für Angebote und Dienstleistungen besteht. Zum anderen sollten Informationen über bereits bestehende Angebote und Möglichkeiten der Erweiterung und Optimierung bzw. Ergänzung dieser Angebote gewonnen werden.

Themenblock B: Potentielle TeilnehmerInnen und InteressentInnen

Themenblock zwei befasste sich mit den potentiellen InteressentInnen des geplanten Studienprogramms sowie den Vorkenntnissen und beruflichen Hintergründen, die diese möglicherweise mitbringen. Darüber hinaus sollten mögliche Wege und Formen der Ansprache eruiert werden.

Themenblock C: Inhaltliche Ausrichtungen und Rahmenbedingungen

Im Rahmen des dritten Themenblocks wurden die Erfahrungen und Erwartungen der Akteure hinsichtlich der inhaltlichen sowie organisatorischen Ausgestaltung des geplanten weiterbildenden Studiums erfragt. Neben der Frage nach zu vermittelnden Kenntnissen und Inhalten wurde auch die Einbindung von Praxisphasen thematisiert. Zudem wurde über geeignete Studienformate sowie Möglichkeiten der Finanzierung gesprochen.

2. Gruppenbefragungen

Zusätzlich zu den Einzelinterviews wurden zwei Gruppenbefragungen durchgeführt. In beiden Befragungen stand die Frage nach der Bedarfslage der Generation 65plus im Vordergrund (vgl. Leitfaden Themenblock A). Im Rahmen des ersten Gruppengesprächs wurden fünf Seniorinnen (2) und Senioren (3) befragt, die sich im Anschluss an eine Vorlesung des Seniorenkollegs der FSU Jena (17.12.2014) für die Teilnahme an einer moderierten Gruppendiskussion bereit erklärt hatten. Das Gespräch wurde in den Räumlichkeiten der FSU durchgeführt und dauerte etwa eine Stunde. Im Zuge der Gespräche sollten die Befragten reflektieren, welche Angebote sie in Anspruch nehmen und in welchen Bereichen ihrer Meinung nach Bedarfe für Ergänzungen und Erweiterungen bestehen.

Das zweite Gruppengespräch fand im Zuge des Treffens der Landesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros Thüringen statt (16.03.2015; 8 Leiterinnen und 2 Leiter der Thüringer Seniorenbüros). Es wurde zunächst das Projekt und das geplante Studienkonzept vorgestellt. Im Anschluss daran wurden die TeilnehmerInnen gebeten, über ihre Erfahrungen in Arbeit mit SeniorInnen zu reflektieren und bestehende Bedarfe in der Begleitung, Betreuung, und Versorgung der Generation 65plus zu identifizieren.

Expertise (in Arbeit, Abschluss 15. Juni 2015)

Zusätzlich zu den Befragungen wurde eine schriftliche Expertise „Wohnen und Quartier“ in Auftrag gegeben. Sowohl in den Vorgesprächen als auch in den Befragungen hat sich dieses Thema als besonders relevant erwiesen. Die in Auftrag gegebene Expertise soll daher vertiefend die in diesem Bereich bestehenden Bedarfe und Möglichkeiten neuer Angebote und Maßnahmen sowie Wege der Finanzierung solcher Angebote darstellen. Die Expertise wird durch die Landesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros erstellt, die in diesem Bereich einschlägige Erfahrungen aufweist.

3. Ergebnisse

Im Folgenden findet sich eine Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Experteninterviews und der Gruppenbefragungen. Jedes Gespräch wurde zunächst einzeln entlang der Fragen des Leitfadens ausgewertet. Anschließend wurden die Antworten der ExpertInnen verglichen und zu thematisch ähnlichen Bereichen verdichtet. Die Antworten auf die Fragen nach den bestehenden Bedarfen (Frage 1) und nach den inhaltlichen Erwartungen an das Studienangebot (Frage 5) wurden mit Hilfe von Kategoriensystemen organisiert und aufbereitet (s. Anhang B). Ein entsprechendes System wurde zunächst im Vorfeld überlegt und während der Auswertung angepasst und durch die Antworten der Befragten optimiert und erweitert. Für die restlichen Fragen wurden die Nennungen und zugehörige Erläuterungen zusammengefasst. Die Darstellung der Ergebnisse gliedert sich nach den drei Themenblöcken des Leitfadens. Abschließend werden zudem ausgewählte Anmerkungen zusammengefasst, die im Rahmen der Gespräche aufgegriffen wurden.

Themenblock A: Einsatzfelder für AbsolventInnen

Auf die Frage nach den Bedarfen der Generation 65plus haben alle Befragten zunächst die Heterogenität der Altersgruppe und die damit einhergehende Heterogenität der Bedarfe und Bedürfnisse betont. Bedarfe unterscheiden sich beispielsweise deutlich für die jungen Alten und Hochaltrigen sowie in Abhängigkeit der jeweiligen regionalen Bedingungen. Insbesondere der ländliche Raum sei laut den Befragten oftmals eher unterversorgt mit Angeboten, wobei aber große Unterschiede existieren können. Bedarfe unterscheiden sich aber auch in Abhängigkeit der finanziellen, körperlichen und gesundheitlichen Voraussetzungen einer Person, ihren bildungsbezogenen und biografischen Erfahrungen sowie Interessen und Einstellungen.

Mit Blick auf die gestiegene Gesundheit, Aktivität und vergleichsweise gute finanzielle Lage vieler SeniorInnen wurden vor allem Bedarfe und Bedürfnisse genannt, die sich unter dem Begriff Erlebnisbedarfe/Lebensqualität zusammenfassen lassen (vgl. Anhang B). Diese Kategorie umfasst beispielsweise ein breites Feld an Bedarfen und Möglichkeiten für gezielte Angebote im Bereich von Freizeit, Hobby und Sport ebenso wie im Bereich Tourismus und Wellness. Die SeniorInnen, aber auch die anderen Befragten, haben zudem Bedarfe in den Bereichen Bildung und Kultur sowie Angebote, die auf den Erhalt der geistigen Mobilität oder die Schaffung Austausch- und Kontaktmöglichkeiten abzielen, hervorgehoben. Ein interessantes Feld könnte zudem die Nutzung und Anpassung von Technik und sozialen Netzwerken an die Bedürfnisse für SeniorInnen sein.

Neben Erlebnisbedarfen bestehen aber auch Unterstützungs- und Servicebedarfe ab. Dies betrifft beispielsweise die Versorgung mit Grund- und Konsumgütern (insbesondere im ländlichen Raum) und die Bewältigung alltäglicher Aufgaben (z. B. Umgang mit Technik, Hilfsdienste für die Gartenarbeit).

Auch ein zunehmender Bedarf nach Beratung und Information wurde in diesem Zusammenhang benannt, für spezifische Inhalte (z. B. Technik, Wohnen) aber auch im Sinne von niedrigschwelligen Case-Management-Angeboten oder „All-in-One-Services“/Servicebüros (z. B. jemand der Hilfe hinsichtlich aller Alltagsfragen bietet, angefangen von Fragen zur Rente bis hin zur Buchung von Fahrkarten etc.). Beratungs- und Unterstützungsbedarfe bestehen auch in Hinblick auf stattfindende Übergänge (z. B. Partnerschaft, Empty Nest, Renteneintritt). Gerade die Gestaltung der nachberuflichen Phase (z. B. Ehrenamt, Existenzgründung, nachberufliche Tätigkeit) bietet Möglichkeiten für Informations- und Beratungsangebote.

Zum Teil existieren in diesen Bereich bereits entsprechende Angebote (z. B. Lieferdienste, Hilfsdienste, Seniorenbüros, Seniorenbegegnungsstätten, Stiftungen), aber der Bedarf wird weiterhin steigen. Manche Angebote bedürfen zudem einer Modernisierung und Anpassung an gewandelte Ansprüche (z. B. gewandelte Ansprüche an Urlaubsreisen).

Während bisherige Bedarfe einen (marktkompatiblen) Servicebereich¹ beschreiben, treten mit zunehmendem Alter und/oder aufgrund von Einschränkungen Bedarfe in den Vordergrund, die eher dem Bereich soziale Dienste zugeordnet werden können. Hierzu gehören Unterstützungsbedarfe in Hinblick auf Pflege und den Erhalt einer selbständigen aktiven Lebensführung (z. B. Gestaltung entsprechender Wohnumwelten). Unterstützungsbedarfe bestehen auch im Umgang mit Erkrankungen und Defiziten (z. B. Demenz, Sterbebegleitung), sowohl was die älteren Personen selbst als auch ihre Angehörigen anbetrifft. Zudem muss auch das Fachpersonal entsprechend unterstützt und geschult werden.

Der Bereich Pflege ist rechtlich stark kanalisiert. Trotzdem besteht viel Raum für Angebote, insbesondere mit Blick auf Betreuungsangebote. Mit der kürzlich in Kraft getretenen Änderungen der Pflegegesetzgebung haben sich ganz neue Möglichkeiten und ein entsprechender Markt für niedrigschwellige Angebote unterschiedlicher Art (z. B. gemeinsames Kochen, Ausflüge, Sportangebote, Kulturangebote) in diesem Bereich entwickelt. Über die reine Betreuung hinaus können solche Angebote einen wesentlichen Beitrag zur Aktivierung, Teilhabe und dem Erhalt der Selbständigkeit leisten. Mit zunehmender Lebenserwartung sind innovative Konzepte zur Sicherung der Teilhabe für Hochaltrige und Personen mit Einschränkungen bedeutsam. Darüber hinaus wird aber auch wichtig werden, Zugänge für jene Personen zu schaffen, die zwar nicht körperlich eingeschränkt sind, jedoch nicht in der Lage sind, selbst Angebote in Anspruch zu nehmen.

Die Nachfrage steigt jedoch nicht nur nach Einzelangeboten, sondern auch nach gebündelten, sozialräumlichen Konzepten. Ein dritter Einsatzbereich für AbsolventInnen öffnet sich daher im Bereich des Gemeinwesens. Wohn-, Quartiers- und Konzepte der Nachbarschaftshilfe nehmen an Bedeutung zu, um Personen zu ermöglichen, möglichst lang im eigenen Haushalt zu wohnen. In diesem Bereich gibt es zunehmend Ideen und Bestrebungen (z. B. durch Seniorenbüros, kommunale Träger). Von den Befragten wird aber gerade im ländlichen Raum weiterhin ein bedeutender Bedarf an Konzepten und vor allem an Personen, die entsprechende Konzepte organisieren und umsetzen, gesehen. Gerade im ländlichen Raum besteht zudem ein zunehmender Bedarf hinsichtlich der Gesundheitsvorsorge. Darüber hinaus wächst der Bedarf nach Interessenvertretung beispielsweise in Hinblick auf Gestaltung von Lebensräumen und Zugängen, Barrierefreiheit und Wohnen sind.

Bedarfe und Bedürfnisse ebenso wie die behandelten Bereiche überschneiden sich und Angebote werden mutmaßlich erfolgreicher sein, wenn sie nicht nur ein, sondern verschiedene Bedürfnisse berücksichtigen. Insbesondere der Bedarf nach Austausch und Kommunikation wurde als gruppen- und bereichsunabhängiger Bedarf hervorgehoben und kann ein wichtiger Aspekt jeglicher Angebote darstellen (z. B. der Einkaufsbus, der nicht nur Waren bringt). In ähnlicher Weise wurde auch – insbesondere von den SeniorInnen – ein themenunabhängiges Bedürfnis nach Information- und Orientierung hervorgehoben. Die SeniorInnen beispielsweise waren sich bewusst, dass einzelne Angebote in den unterschiedlichen Bereichen existieren, aber merkten an, dass Organisatoren und

¹ Die Unterscheidung nach Bedarfen aus dem (marktorientierten) Servicebereich, dem Bereich soziale Dienste und dem Bereich Gemeinwesens (s. u.) wurde von einem/r der Befragten vorgeschlagen und für die Beschreibung weiter aufgegriffen.

Koordinatoren hilfreich wären, die solche Angebote (wohnraumspezifische) bündeln und über seniorenrechtliche Kommunikationswege kommunizieren.

Themenblock B: Potentielle TeilnehmerInnen und InteressentInnen

Die ExpertInnen wurden nicht nur nach den Bedarfen der Generation 65plus befragt, sondern auch nach potentiellen InteressentInnen. Dabei wurde eine Reihe unterschiedliche Personenkreise genannt, für die das geplante Angebot interessante Möglichkeiten bieten könnte:

- Leute mit Verantwortung, z. B. im (ambulanten) Pflegebereich, die ihr Angebot aufstocken und/oder attraktiver gestalten möchten
- ausgebildete Kranken- und AltenpflegerInnen, die nicht mehr stationär arbeiten können (z. B. Berufsunfähigkeit) oder neue Perspektive suchen/sich neu ausrichten wollen
- Personen mit einem Beruf oder Vorkenntnissen aus den Bereichen Soziales und Gesundheit, Kultur, Infrastruktur oder AbsolventInnen in diesen Bereichen (z. B. Soziale Arbeit oder Sozialpädagogik), die generationsübergreifend arbeiten wollen und eine entsprechende Zusatzqualifikation wünschen
- ExistenzgründerInnen, die sich selbständig machen und/oder eine berufliche Alternative bzw. einen Nebenerwerb suchen

Diese umfasst einen breiten Personenkreis aus ganz unterschiedlichen Fach- und Altersbereichen. Eine der Befragten wies bspw. daraufhin, dass gerade im Altersbereich 50plus ein zunehmender Markt/Boom für Existenzgründungen zu entstehen scheint.

- Personen mit persönlicher Pflegeerfahrung wie pflegende Angehörige
- ehrenamtlich Tätige, die sich professionalisieren möchten
- BerufsrückkehrerInnen

Die Personen bringen unterschiedliche Vorerfahrungen und Voraussetzungen mit und verfolgen unterschiedliche Ziele. Es stellt sich daher die Frage, ob und wie diese unterschiedlichen Ziele abgedeckt werden können (z. B. gemeinsames Basisprogramm und gezielte Möglichkeiten der Spezialisierungen).

Auch bleibt zu überlegen, wie potentielle InteressentInnen erreicht werden können. Zwar ergeben sich mit der Zusammenarbeit mit den Partnern aus der Praxis Möglichkeiten, dass spätere Programm bekannt zu machen. Konkrete Wege der Ansprache wurden im Rahmen der Interviews jedoch nicht direkt benannt.

Themenblock C: Inhaltliche Ausrichtungen und Rahmenbedingungen

Im Zuge des letzten Themenblocks sollten die befragten ExpertInnen ihre inhaltlichen Erwartungen an das Studienangebot reflektieren. Die genannten Kenntnisse und Inhalte lassen sich im Wesentlichen zu drei thematische Bereichen zusammenfassen (s. Anhang B). Der erste Bereich umfasst die Vermittlung von Wissen und Kenntnissen rund um das Thema Alter. Hierzu gehören soziologische, medizinische und psychologische Grundlagen wie z. B.: Lebenslagen der Generation, Altersbilder, Diagnosen und Krankheitsbilder, Interventionen und mögliche Wegen des Umgangs mit resultierenden Defiziten, Lehr- und Lernformen (Geragogik). Auch ethische und zivilgesellschaftliche Überlegungen könnten von Relevanz sein (Stichwort: Gesellschaftliche Verantwortung).

Der zweite Bereich umfasst jene Kenntnisse, die die Personen befähigen, entwickelte Ideen für Angebote und Dienstleistungen in die Praxis umzusetzen. Genannt wurden hier betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Kenntnisse der rechtlichen Hintergründe (z. B. Steuerrecht, Versicherungen), Wissen über die Pflege- und Sozialgesetzgebung sowie resultierende Möglichkeiten für Angebote und ggf. Förderungen sowie Kenntnisse über (weitere) Förderungsmöglichkeiten, Förderungsprogramme und Ansprechpartner etc. (z. B. Stiftungen). Generell lassen sich Angebote in marktorientierter/privatwirtschaftlicher oder gemeinnütziger und/oder ehrenamtlicher Form anbieten. Je nachdem werden unterschiedliche rechtliche Rahmenbedingungen relevant. Daneben wurden auch Kenntnisse in Bezug auf Produktentwicklung und Marketing, Zielgruppen- und Nachfrage-/Bedarfsanalyse als relevant erachtet.

Der dritte Bereich umfasst Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter dem Begriff Beratungstechniken zusammengefasst werden können. Hierzu zählen Techniken der Gesprächsführung und Kommunikation, einschließlich Wertschätzung und Empathie. Gerade in Bezug auf die Arbeit mit Älteren wurde zudem Biografiearbeit und die Berücksichtigung der Lebenserfahrungen und des Erfahrungswissens als wichtig erachtet. Konfliktbearbeitung/Mediation und Psychohygiene wurden ebenfalls als mögliche Themen benannt.

Allgemein zeichnet sich aus den Antworten der Befragten ab, dass das Weiterbildungsstudium Studierende für die Heterogenität der Altersgruppe, unter Umständen bestehende Einschränkungen und Defizite sowie an die Bedürfnisse der SeniorInnen angepasste Wege der Ansprache und Kommunikation sensibilisieren sollte. Außerdem sollte den Studierenden eine differenzierte und ressourcenorientierte Sicht auf die Generation vermittelt werden. Mit Blick auf umfangreiche, rundum Serviceangebote und/oder sozialraumspezifische Konzepte werden zudem Kompetenzen als Netzwerker, Organisator und/oder Koordinator wichtig sein.

Neben Erwartungen an Inhalte und Themen des geplanten Studienangebots wurden auch Aspekte der organisatorischen Gestaltung sowie mögliche Wege der Finanzierung angesprochen (Frage 6 bis 9). In Hinblick auf die organisatorische Gestaltung wurden von einigen der Befragten verschiedene Konzepte benannt (z. B. Blockwochen vs. Wochenendveranstaltungen). Genauere Informationen und Präferenzen lassen sich jedoch nicht ableiten und sollten lieber durch die Befragung potentieller TeilnehmerInnen ermittelt werden.

Insgesamt sollte das Studium praxisnah sein. Praxisphasen können hierbei ergänzend eine Möglichkeit darstellen, um die Inhalte eines bestimmten Moduls noch zu festigen. Für Personen aus fachfremden Arbeitsbereichen sind Praxisphasen aber auch eine wichtige und notwendige Möglichkeit festzustellen, ob die Arbeit mit SeniorInnen auch der eigenen Kompetenz entspricht. Als wichtig wurde die Passung zwischen den Zielen bzw. den Zielgruppen des von den Studierenden geplanten Programms und den Themenbereichen der Praxispartner angesehen, wobei prinzipiell aber auch der Einblick in komplett andere Bereiche befruchtend sein könnte. Eine befragte Person wies darauf hin, dass sich bei eigenen Weiterbildungsangeboten die Unterstützung solcher Phasen durch Reflexion/Coaching oder kollegiale Beratung sehr bewährt habe. Vorschläge zur Dauer möglicher Praxisphase wurden nur in zwei Fällen geäußert (z. B. mind. 4 Wochen, 1/3 der Studienzeit).

Auch bezüglich möglicher Kosten wurden weniger konkreten Angaben als vielmehr allgemeine Hinweise gegeben. So wurde von einigen Befragten betont, dass auch die Frage nach den Kosten abhängig von der jeweiligen Zielgruppe (z. B. ExistenzgründerInnen, die von Null beginnen vs. Personen, die ihr Gehalt steigern können) sei. Zudem sei der jeweilige Mehrwehrt (i. S. z. B. von

Erfolgsaussichten/Karrierperspektiven) entscheidend, aber auch die Reputation und das Marketing. Ähnliches gilt auch in Hinblick auf den Arbeitgeber und einer möglichen Übernahme der Kosten bzw. Unterstützung des Weiterbildungsbestrebens einer Person. Auch hier spielen laut den Befragten die Überzeugung vom Mehrwert und die Erweiterung des Aufgabenspektrums der eigene Firma/Institution eine entscheidende Rolle.

Als weitere Wege der Finanzierung wurde u. a. auf Bildungsgutscheine und die Möglichkeiten von Stipendien und Darlehen verwiesen. Für arbeitslose Personen gibt es unter gewissen Voraussetzungen zudem die Möglichkeit der Förderung einer Existenzgründung über die Agentur für Arbeit. Allgemein bietet es sich an, Möglichkeiten der Förderung und Finanzierung von eigenen Projekten und Angeboten im Rahmen des Studiums als ein Thema zu behandeln (s. o.).

Weiterführende Anmerkungen und Anregungen

Im Rahmen der Gespräche und Befragungen wurden über die Fragen hinaus weitere Punkte angesprochen, die für die Ausgestaltung des Studienprogramms von Bedeutung sind:

- 1) Ein Großteil der heutigen SeniorInnen verfügt über eine vergleichsweise gute finanzielle Ausgangslage und ist zufrieden mit der eigenen finanziellen Situation. Trotzdem darf das Thema der Altersarmut nicht aus den Augen verloren werden.
- 2) Auch Bedarfe unterliegen einem Wandel und die Bedarfe und Bedürfnisse der heutigen Generation 65plus müssen sich nicht zwangsläufig denen der zukünftigen SeniorInnen decken (z. B. Umgang mit Technik). Bedarfe existieren nicht nur, sie können natürlich auch erzeugt werden – Stichwort Marketing.
- 3) Angebote und Dienstleistungen für SeniorInnen umfassen ein sehr breites Feld, welches umfangreiche Möglichkeiten bei gleichzeitig relativ wenig bestehenden Regelungen und Standards bietet. Das wirft die Frage nach Qualitätsstandard auf. Qualitätssicherung und -management sollten daher als gesondertes Thema noch einmal bearbeitet werden.

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die Expertengespräche geben Aufschluss über die Bedarfslage der Generation 65plus und damit über die Perspektiven und möglichen Einsatzfelder der InteressentInnen für das Weiterbildungsangebot. Außerdem liefern die Ergebnisse wichtige Hinweise in Hinblick auf potentielle Themen und Inhalte sowie Kompetenzen, die im Zuge des Studiums vermittelt werden sollten. Eine wesentliche Herausforderung für das geplanten Studienangebot wird darin bestehen, die AbsolventInnen zu befähigen, Angebote und Dienstleistungen zu operationalisieren, die den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe entsprechen. Die Bedürfnisse sind vielfältig und können sich dabei je nach Zielgruppe unterscheiden. Entsprechend ist es wichtig, dass sich die TeilnehmerInnen im Rahmen des Studiums mit den Bedarfen und Potentialen der Generation 65plus auseinandersetzen und die altersbezogenen Grundlagen vermittelt bekommen. Darüber hinaus sollten auch die für die Umsetzung notwendigen Kompetenzen (z. B. BWL, Recht, Marketing) Bestandteil des Lehrprogramms sein. Als wichtig wurden während der Interviews zudem auch Beratungs- und Gesprächskompetenzen und die Berücksichtigung und Wertschätzung der Erfahrungen der SeniorInnen betrachtet. Generell sollten die Studierenden während der Weiterbildung für seniorengerechte Wege der Ansprache und Ausgestaltung der Programmen sowie eine ressourcen- statt defizitorientierte Herangehensweise sensibilisiert werden. Hinsichtlich der organisatorischen Ausgestaltung sollte die Befragung der ExpertInnen durch eine Zielgruppenanalyse ergänzt werden.

Anhang A

Leitfragen zu den Expertengesprächen

A Mögliche Einsatzfelder für AbsolventInnen

1. Wie ist allgemein die Bedarfslage der Generation 65plus einzuschätzen? In welchen Bereichen besteht jetzt und in Zukunft ein besonderer Bedarf für zusätzliche Service- und Dienstleistungen?
2. Welche Angebote bestehen bereits und wie können diese erweitert, optimiert oder ergänzt werden?

B Potentielle TeilnehmerInnen

3. Welche TeilnehmerInnen werden sich durch das Angebot besonders angesprochen fühlen und welche Voraussetzungen und Vorkenntnisse werden diese mitbringen?
4. Wie können potentielle TeilnehmerInnen erreicht werden?

C Inhaltliche Ausrichtungen und Rahmenbedingungen

5. Was sind inhaltliche Erwartungen an das Studium? Welche Kenntnisse und Inhalte müssen thematisiert und welche Fähigkeiten und Fertigkeiten müssen vermittelt werden?
 6. Was muss bei der Gestaltung des Studienangebots beachtet werden, damit er attraktiv und vor allem auch berufsbegleitend realisierbar für TeilnehmerInnen ist?
(z. B. max. Belastung, Vereinbarkeit von Präsenzphasen mit Berufstätigkeit, max. Kosten)
 7. In welchem Umfang und Rahmen sollten Praxisphasen eingeplant werden?
 8. Wie muss das Studienangebot gestaltet sein, damit Arbeitgeber/Unternehmen/Institutionen bereit wären, StudienteilnehmerInnen bei einer solchen Weiterbildung zu unterstützen?
(z. B. ggf. freizustellen und evtl. Teile der Kosten zu übernehmen)
 9. Gibt es bestimmte Finanzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten, die berücksichtigt werden können?
-

Anhang B

Zentrale Ergebnisse der Expertengespräche

