



Von der Bedarfsanalyse zur Kundenbefragung – Ergebnisse unterschiedlicher Befragungen im Quartier

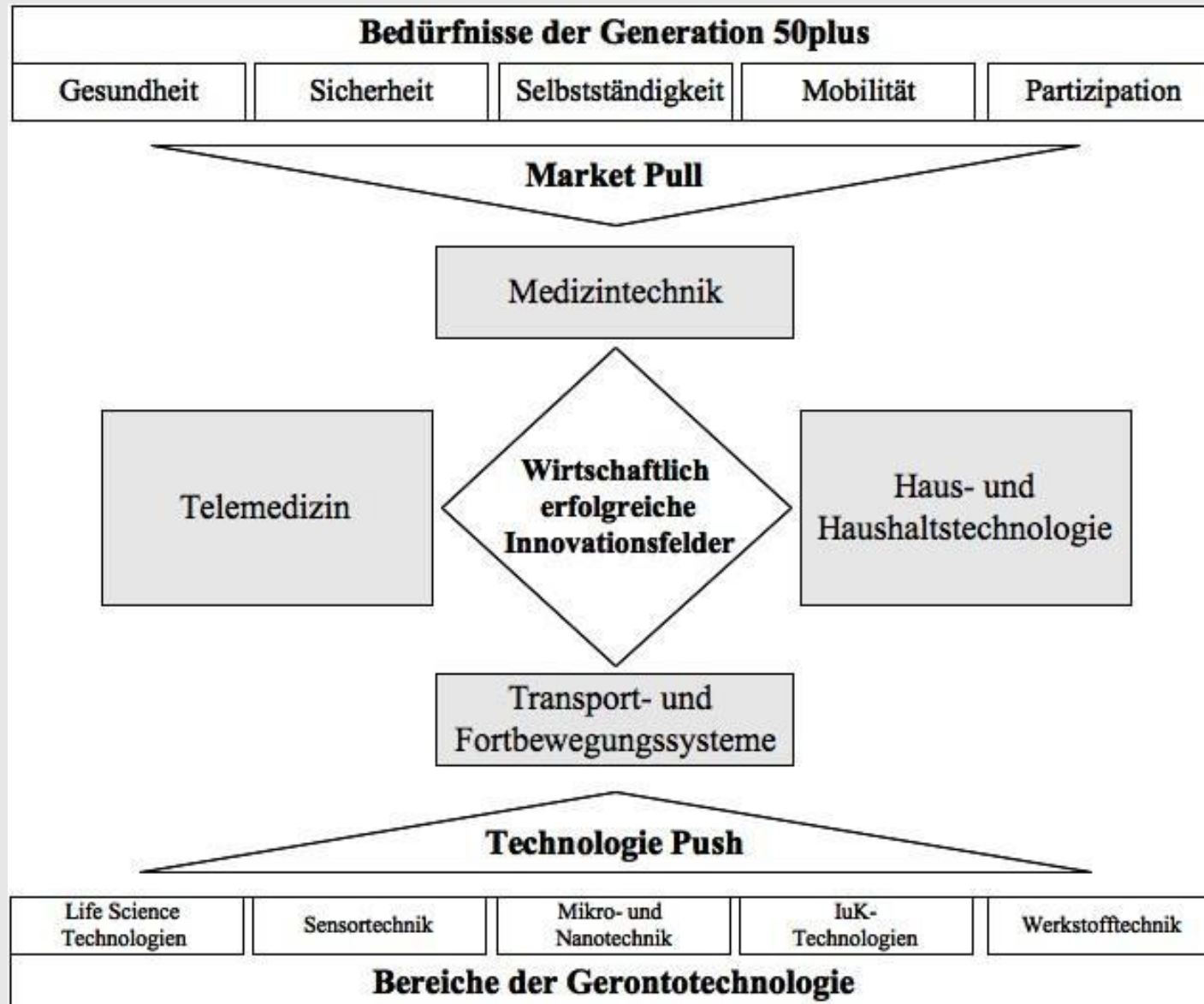
Ergebnis-Workshop | Bochum, den 31. Mai 2011

Lisa Kasper, M.A. & Dipl.-Päd. Christin Olschewsky

Die Bedürfnisse potentieller Kunden als „Market Pull“

- Häufig gelingt es nicht, AAL-Projekte zu verstetigen und über das Projektende hinaus zu etablieren, da die Anwender oft nicht mit den eingebrachten Prozessen (Technik, Informationsfluss etc.) zurechtkommen
- Zentrale Leitlinie im Rahmen der Projektumsetzung S4H: Verknüpfung von neuer Technologie und Berücksichtigung der Bedürfnisse älterer Menschen
 - Das höchste Innovationspotential entsteht dort, „wo Marktbedürfnisse und Technologien in einem ausgewogenen Verhältnis aufeinander treffen.“ (Gassmann, Reepmeyer, 2006, S. 159)

Schnittmenge von Technologie Push und Market Pull



Quelle: Eigene Darstellung nach Gassmann, Reepmeyer, 2006, S. 160

Potenzialanalyse

- 3 Kernfragestellungen:
 - Welches Serviceangebot wird von den Bewohnern für besonders interessant und nützlich erachtet?
 - Welche Zahlungsbereitschaften sind vorhanden?
 - Wie ausgeprägt ist die Technikakzeptanz?
 - Interesse und Potential zeigte sich insbesondere bei haushaltsnahen Dienstleistungen, einem Einkaufs- oder Lieferservice und Fitnesskursen
 - Zahlungsbereitschaft und Technikakzeptanz vorhanden
- Haushaltsnahe DL sowie ein Einkaufs- und Begleitservice ließen sich mit Hilfe der Strukturen der Projektpartner verwirklichen

Evaluation des Pre-Tests

- Evaluationsbögen für alle beteiligten Akteure zur Bestimmung und Optimierung operativer Abläufe und Einschätzung des Aufgabenspektrums sowie Zeitaufwandes
- **Dokumentationsbögen**, u.a. von:
 - Agenturmitarbeiterinnen
 - Begleiterinnen und Begleiter
 - Abholer der Formulare
- **Feedbackbögen** zur Überprüfung der Qualität der Dienstleistungen
 - Identifizierung realer und potenzieller Schwierigkeiten und Erarbeitung von Lösungsansätzen

Kundenbefragung

Teil I: Beobachtungen Bestellvorgänge

- Einblick in aktiven Umgang mit Formular und Stift
- zusätzlich Handling unbekannter Formulare

Teil II: Leitfadeninterview

- Erhebung des Ist-Zustandes: Prozesse und Effekte im Quartier
- Möglichkeit, mit den Kunden ausführlich über zentrale Aspekte der Agentur und aktuelle Herausforderungen zu sprechen

Themenbereiche der Kundenbefragung

- **Kundenzufriedenheit** (Mitarbeiterinnen, Service, Zuverlässigkeit, Geborgenheit, Steigerung Lebensqualität, Erreichbarkeit, Dienstleister)
- **Individueller Bedarf** (eingeschränkte Motorik, Wohnumfeld, Alternative zu Angehörigen, Alternative zu anderen Dienstleistern)
- **Marketing** (Flyer, auf Empfehlung, Mitarbeiterinnen)
- **Technik** (Technikprobleme, Handling, Nutzung anderer Hausnotrufsysteme, Erleichterung, Verständnisprobleme)
- **Preise** (Konkurrenz, Pakete)
- **Offene Fragen** (Fahrdienst, Dienstleistungen)
- **Konkurrenz** (Service)

Literatur

- BMFSFJ - Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (1998). *Wohnen im Alter. Zweiter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin.
- BMFSFJ - Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2007). *Europäischer Kongress. „Demographischer Wandel als Chance: Wirtschaftliche Potentiale der Älteren“*. Dokumentation – Berlin, 17. und 18. April. URL: <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/EU-Kongress-Demografischer-Wandel-deutsch,property=pdf,bereich=,sprache=de,rwb=true.pdf>.
- Cirkel, M., Hilbert, J., Schalk, C. (2004). *„Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter“*. Expertise. Düsseldorf: Ohne Verlag.
- FFG - Forschungsgesellschaft für Gerontologie e.V., IAT - Institut für Arbeit und Technik (1999). *Memorandum „Wirtschaftskraft Alter“*. URL: <http://www.iat.eu/aktuell/veroeff/ds/hilbert99b.pdf>.
- Gassmann, O., Reepmeyer, G. (2006). *Wachstumsmarkt Alter. Innovationen für die Zielgruppe 50+*. München, Wien: Carl Hanser Verlag.
- Heinze, R. G., Naegele, G. (2010) *EinBlick in die Zukunft. Gesellschaftlicher Wandel und Zukunft des Alterns*
- Saup, W., Reichert, M. (1999). *Die Kreise werden enger. Wohnen und Alltag im Alter*, in: Niederfranke, A., Naegele, G. (Hrsg.). *Funkkolleg Altern*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (= Lebenslagen und Lebenswelten, Soziale Sicherung und Altenpolitik.; Bd. 2). S. 245-286.

Fragen, Kommentare, Anregungen



Lisa Kasper, M. A.
Lehrstuhl für Allgemeine
Soziologie, Arbeit und Wirtschaft
Prof. Dr. Heinze
Tel.: +49 (0) 234 / 32 - 25421
Email: lisa.kasper@rub.de
www.service4home.net

Dipl. Päd. Christin Olschewsky
Lehrstuhl für Allgemeine
Soziologie, Arbeit und Wirtschaft
Prof. Dr. Heinze
Tel.: +49 (0) 234 / 32 - 25421
Email: christin.olschewsky@rub.de
www.service4home.net