DER HAUSNOTRUF, EIN WICHTIGER BAUSTEIN FÜR EIN SELBSTBESTIMMTES LEBEN. WIR STARTEN NEU DURCH!

Prof. Dr. Clemens Adam, Fachtagung am 7. 10. 2009 in Dortmund

Zunächst eine kurze Bestandsaufnahme.

- Hausnotruf – ein seit den 90ziger Jahren bewährter Dienst
- Das Hausnotrufprojekt 2007-2008 im Auftrag des Ministeriums für Arbeit und Soziales NRW
- Zentrale Ergebnisse: Kurzanalyse der Stärken- und Schwächen der Hausnotrufs:
  - Selbstständigkeit und Sicherheit zu Hause: Hohe Lebensqualität; Zugang zum Dienstleistungsnetzwerk
  - Negatives Image; Klientel 80+; nur zu Hause möglich.

Den Hausnotruf neu denken!

- Der Hausnotruf ist in Deutschland bisher kein „Renner“.
- Das Kundenpotential wird nach wie vor nicht ausgeschöpft.
- Der Hausnotruf ist kein technisches Gerät, sondern eine Dienstleistung.
- Das soll anders werden! Das Konzept stimmt und der Bedarf ist groß und kann noch größer werden.

Ab jetzt sehen wir nur nach vorne.

- Nicht am Gestern kleben. Es kommt immer auf das Heute an: „Du musst dein Leben ändern!“ (Peter Sloterdijk)
- Flexibel auf Zukünftiges eingestellt sein und die Zukunft selbst gestalten!
- „Das Unerwartete managen!“ (Karl E. Weick und Kathleen E. Sutcliffe)

Wie die ältere Generation heute und morgen lebt (leben will).

- Wer ist die ältere Generation heute?
- Die heute 50-70Jährigen sind die neue ältere Generation von morgen.
- Merkmale und Lebensziele dieser Generation:
  - Selbstbestimmung und Unabhängigkeit bis zum Tod
  - Veränderte Werte und Lebensgewohnheiten
  - Vielfältige Lebens- und Wohnformen
  - Neue Widersprüche, Risiken und Abhängigkeiten

Die Zielgruppen von morgen und ihre veränderten Bedarfe.

- Selbstbestimmung und Partizipation als Voraussetzung für hohe Lebensqualität, auch mit zunehmendem Alter und trotz Behinderungen
- Funktionierende Kommunikationen und Kontakte und -wenn nötig- menschliche Begleitung gehören dazu.
- Flexibel ausgerichtete Dienstleistungen
- Moderne Kommunikationsmedien werden immer wichtiger.

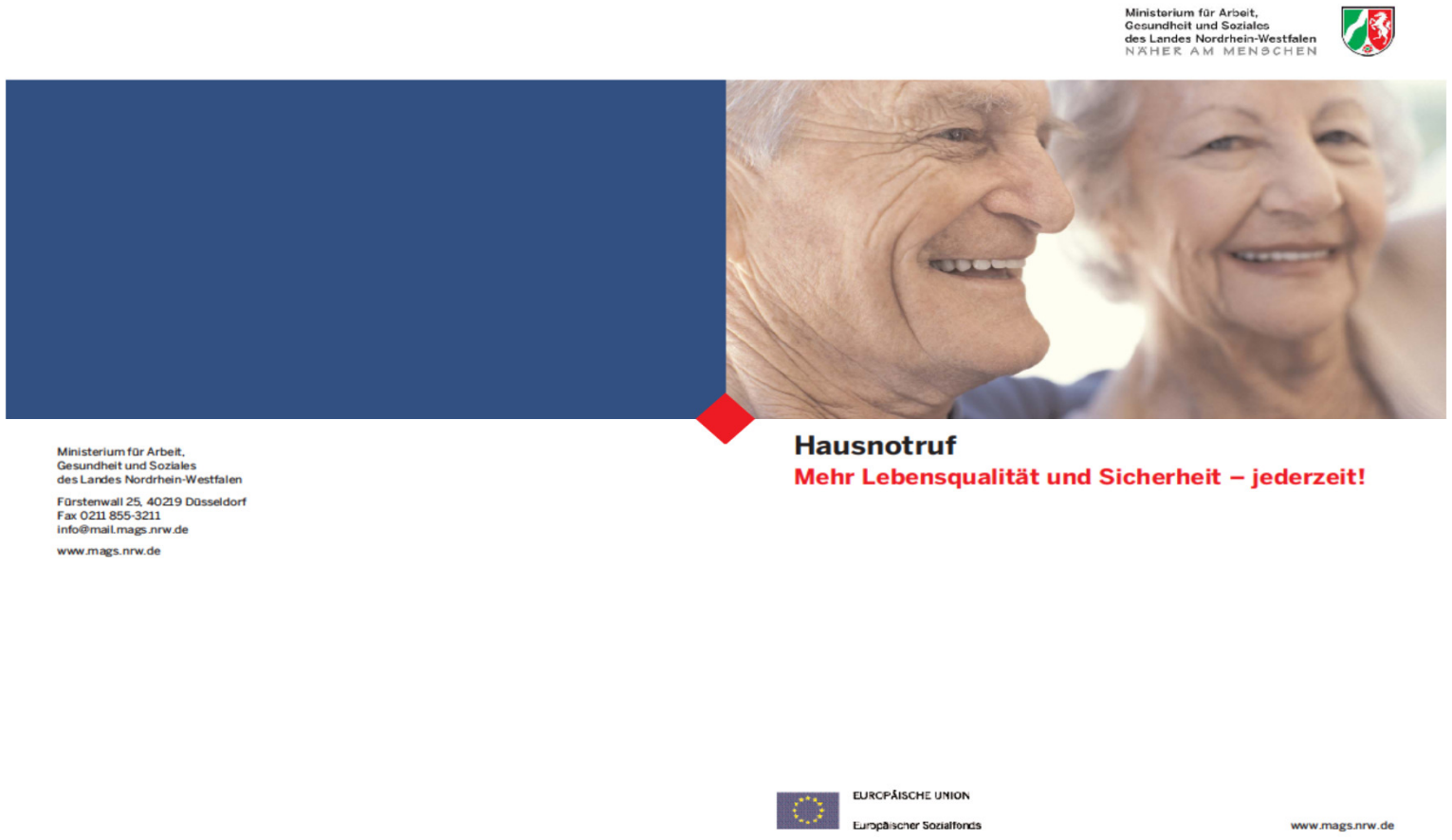
Den Hausnotruf auf die neuen Bedarfe ausrichten.

- Für ein umfassendes Verständnis von Sicherheit!
- Der hohe Stellenwert von Selbstständigkeit, Mobilität, und Freizeitaktivitäten
- Was sollte der „Hausnotruf“ in Zukunft können?
- Bedarfsgerechte Technik mit einem hohen Gebrauchswert/Nutzen, praktisch in der Anwendung und adäquaten Kosten
- Leichter Zugang zu bedarfsgerechten Dienstleistungen (mit Kostenvergleich)

Der neue „Hausnotruf“ braucht ein passgenaues Marketing.

- Der Hausnotruf ist eine nützliche und wertvolle Vorsorge. Betonen des Präventivcharakters!
- Aufmerksamkeit und Werbung innerhalb des Dienstleitungsverbundes
- Die große Bedeutung der Multiplikatoren: Beratungsstellen, Ärzte, Sozial- und Pflegedienste…
- Öffentlichkeitsarbeit, Internet und adäquate Werbemittel
- Die neue Hausnotruf-Broschüre 2009 des MAGS

Die neue Hausnotruf-Broschüre



Die neuen Herausforderungen managen!

- Den Veränderungen und neuen Entwicklungen mit Achtsamkeit begegnen!
- Die vorgefertigten Erwartungen und die Routine kritisch überprüfen! Vorsicht! „Tunnelblick“!
- Fehlentwicklungen und Misserfolge ernst nehmen, bevor sie nicht mehr zu stoppen sind!
- So auch den Hausnotruf neu denken und für die Zukunft fit machen!