

Fehlt Ihnen Etwas?
Beratung kann helfen!



Auswertungen zur Kampagne „Fehlt Ihnen Etwas - Beratung kann helfen!“ 2004 in Hamburg

Erstellt von Studenten und Studentinnen der Soziologie der Universität Hamburg
Hamburg, März 2005

An dem Bericht beteiligt waren:

Astrid Dieterle, Sabine Sander, Julia Olschok, Tanja Dibbern, Martina Heinlein, Isabel Riede, Martin Bleiker, Vanessa Subke, Melanie do Vale, Sandie Schröfel, Merle Gottspenn, Karolina Kowalska, Ole Neugebauer, Friedrun Trenkler, Manja Malz, Andreas Herzig, Holger Lange, Björn Jeutter und Claudia Eberhardt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Verdeckte Armut als soziales Problem	7
2.1. Theorie sozialer Probleme.....	7
2.2. Verdeckte Armut: Empirische Befunde	8
3. Ergebnisse.....	14
3.1. Ergebnisse der Hotline Evaluation.....	14
3.2. Auswertungen der Protokollbögen Beratertag	25
3.2.1. Auswertung der Protokollbögen „Beratungsgespräch“	26
3.2.2. Auswertung der Infobögen.....	36
3.3. Auswertung der Beobachtungen am Beratertag.....	42
3.3.1. Ergebnisse der Protokollbögen zur Umgebungsbeobachtung.....	42
3.3.2. Ergebnisse der Protokollbögen zur Kontaktbeobachtung	48
3.3.3. Fazit.....	50
3.4. Ergebnis der Presseauswertung	51
4. Gesamtbewertung.....	57
5. Literatur	58

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlecht der AnruferInnen	15
Abbildung 2: Haushaltssituation der AnruferInnen	16
Abbildung 3: Anliegen der AnruferInnen	17
Abbildung 4: Hintergründe der Notlage.....	18
Abbildung 5: Kenntnisstand über Angebote der Freien Wohlfahrtspflege	18
Abbildung 6: Nutzung der Angebote der Freien Wohlfahrtspflege	19
Abbildung 7: Kenntnisse über rechtliche Ansprüche.....	19
Abbildung 8: Weiterer Anspruch gemessen am Bezug von Sozialleistungen	20
Abbildung 9: Bezug von Sozialleistungen im Zusammenhang mit den Kenntnissen über die Freie Wohlfahrtspflege.....	21
Abbildung 10: Weitergeholfen? Einschätzung von AnruferInnen und BeraterInnen.....	22
Abbildung 11: Verteilung der Altersgruppen bei den Beratungsgesprächen.....	27
Abbildung 12: Verteilung auf Standorte	28
Abbildung 13: Welche Anliegen hatten die beratenen Personen	30
Abbildung 14: Der Kenntnisstand über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege	31
Abbildung 15 : Kenntnisstand über rechtliche Ansprüche auf Sozialleistungen	32
Abbildung 16: Bezug von Sozialleistungen	33
Abbildung 17: Gründe für Nichtinanspruchnahme	34
Abbildung 18: Verteilung auf Stadtteile	36
Abbildung 19: Kenntnisstand über „Verdeckte Armut“	37
Abbildung 20: Meinung zum Thema „Verdeckte Armut“	39
Abbildung 21: Haltung zur Kampagne	40
Abbildung 22: Äußerung Beratertag und Geschlecht	41
Abbildung 23: Presseecho	51
Abbildung 24: Weitere Publikationen.....	52
Abbildung 25: Medienkontakte und Berichterstattungen	53
Abbildung 26: Weitere Publikationen nach der Kampagne.....	54

1. Einleitung

Der vorliegende Bericht ist das Ergebnis der wissenschaftlichen Begleitung der von der Arbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege Hamburg e.V. initiierten Kampagne „Fehlt Ihnen etwas? Beratung kann Helfen!“.

Der Bericht wurde von Studenten und Studentinnen im Rahmen des Seminars „Verdeckte Armut – Evaluation einer Imagekampagne“ des Instituts für Soziologie der Universität Hamburg erstellt.

Ziel der Kampagne

Die Arbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege Hamburg e.V. (AGFW) hat die Kampagne „Fehlt Ihnen etwas? Beratung kann helfen!“ im Frühjahr 2004 ins Leben gerufen, um zum Thema verdeckte Armut in Hamburg aufzuklären. Ausschlaggebend dafür war, dass verdeckte Armut in Deutschland und auch in Hamburg ein verdrängtes Thema ist. Armut ist ein vieldeutiger und nur schwer definierbarer Begriff und wird in Politik und Wissenschaft unterschiedlich ausgelegt. Die AGFW hat für die Kampagne die allgemein verwendete Definition von verdeckter Armut übernommen. Grundsätzlich kann nach dieser gesagt werden, dass Menschen in verdeckter Armut leben, wenn sie aufgrund ihrer unzureichenden Einkommens- und Vermögenslage Anspruch auf staatliche Hilfen haben, diesen jedoch nicht geltend machen. Dann leben diese Menschen mit einem Einkommen, das unterhalb des soziokulturellen Existenzminimums liegt. Das soziokulturelle Existenzminimum wird mit den Regelsätzen der Sozialhilfe festgelegt. Die Gründe, warum einige Menschen diese staatlichen Hilfen nicht in Anspruch nehmen, sind unterschiedlich. So können strukturelle, soziale und persönliche Gründe vorliegen (vgl. Engels: 20).

Ziel der Kampagne ist neben der Sensibilisierung der Öffentlichkeit und vor allem der Betroffenen selbst, das Beratungsangebot der Freien Wohlfahrtspflege in Hamburg bekannt zu machen.

Aktionen

Die Kampagne „Fehlt Ihnen etwas?“ will mit unterschiedlichen niedrighschwelligten Aktionen Menschen erreichen, die in verdeckter Armut leben oder davon bedroht sind.

Die Telefon – Hotline stellte die erste dieser Aktionen dar. In der Zeit vom 20. September bis zum 01. Oktober 2004 war montags bis freitags zwischen 15 und 18 Uhr eine kostenlose 0180er Rufnummer geschaltet. Zuvor wurde mit Werbeplakaten in unterschiedlichen U- und

S-Bahnen, sowie mit Anzeigen in den Hamburger Wochenblättern für die Hotline geworben. Die Hotline sollte dazu dienen, Menschen, die in verdeckter Armut leben, ein niedrigschwelliges Beratungsangebot anzubieten. Von den teilnehmenden BeraterInnen sollten allgemeine Fragen zu staatlichen Hilfeleistungen, Beratungsstellenangeboten der Freien Wohlfahrtspflege in Hamburg und aufgrund der aktuellen Situation zu Hartz IV beantwortet werden. Die Telefon – Hotline wurde von uns StudentInnen wissenschaftlich begleitet, indem wir einen Protokollbogen erstellt haben, der von den BeraterInnen nach den Beratungsgesprächen ausgefüllt wurde und den wir nach Abschluss der Aktion statistisch ausgewertet haben.

Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung und Auswertung der Kampagne „Fehlt Ihnen etwas?“ durch das soziologische Projektseminar am Institut für Soziologie der Universität Hamburg wurde neben der Hotline-Aktion der Kampagne auch der Beratertag durch die Studierenden untersucht. Dem Beratertag, der am 23. Oktober 2004 an sechs verschiedenen Standorten (Altona, Bergedorf, Wilhelmsburg, Wandsbek, Hamburg-Mitte und Hamburg-Nord) stattgefunden hat, lag ein offenes und niedrigschwelliges Beratungskonzept zugrunde: Es wurden an den sechs genannten Standpunkten in Hamburg auf offener Straße Beratungs- und Informationsstände aufgebaut und diese mit Beratern, die in der Sozialberatung tätig sind, in der Zeit von 10 Uhr bis ca. 14 Uhr besetzt. Für diesen Zeitraum standen die Berater und Beraterinnen interessierten Passanten für Beratungsgespräche zur Verfügung.

Die Auswertung des Beratertags erfolgte sowohl durch Protokollbögen, in denen durch die Berater die Angaben der Personen nach Ende eines Gesprächs festgehalten wurden als auch durch Beobachtungen der Studierenden. Genauere Angaben hierzu finden sich in den jeweiligen Ergebniskapiteln.

Aufgabe der wissenschaftlichen Begleitung

Aufgabe der wissenschaftlichen Begleitung war die Auswertung hinsichtlich des Erfolgs der einzelnen Aktionen. Interessierende Fragen waren, inwieweit die Aktionen von den HamburgerInnen angenommen wurden. Wer hat die Angebote wahrgenommen und inwieweit sind die Hamburger BürgerInnen über ihre rechtlichen Ansprüche auf Sozialleistungen und die entsprechenden Beratungsangebote der Freien Wohlfahrtspflege informiert? Inwieweit existiert in Hamburg überhaupt ein Bewusstsein für die Problematik der „verdeckten Armut“? Darüber hinaus sollten aus den Ergebnissen mögliche Empfehlungen für die Fortführung der Kampagne abgeleitet werden.

2. Verdeckte Armut als soziales Problem

2.1. Theorie sozialer Probleme

Wollte man eine kurze, aber dennoch inhaltsreiche Definition dessen geben, was ein soziales Problem laut der gängigen Literatur zu diesem Thema ist, so würde sie wohl ungefähr folgendermaßen lauten: Problematische gesellschaftliche Bedingungen sind Lebensbedingungen, Situationen oder Handlungsformen, die gegen normative Erwartungen und Werte verstoßen und die somit die Individuen oder kollektiven Akteure, die von ihnen betroffen sind, stigmatisieren bzw. ein Leben nach den gesellschaftlichen Standards erschweren oder gar unmöglich machen. Diese Umstände sind häufig die Grundlage sozialer Probleme, sie allein ergeben jedoch noch kein soziales Problem. Den Hauptaspekt bei der Entstehung sozialer Probleme bildet die kollektive und öffentliche Definition bzw. die Akzeptanz des Problems in und von der Öffentlichkeit (vgl. Groenemeyer 1999a).

Dies bedarf der öffentlichen Thematisierung des Problems durch verschiedene Akteure. Schetsche (1996) unterscheidet acht Typen kollektiver Akteure, die nach ihren Motiven (Werte und Interessen), ihrer sozialen Herkunft sowie ihrer politischen Bedeutung differenziert werden: *Betroffene, Advokaten, Experten, Problemnutzer, soziale Bewegungen, Moralunternehmer, Massenmedien* und den *Wohlfahrtsstaat*. Betroffenen wird in der Literatur eine untergeordnete Rolle bei dem Konstitutionsprozess sozialer Probleme zugesprochen. Bei der Thematisierung der verdeckten Armut fallen Betroffene als kollektiver Akteur jedoch völlig aus. Den betroffenen Personen ist ihre Problematik entweder nicht bewusst, oder sie leiten aus ihrer Notlage keine Forderungen ab. Die Problematisierung des Tatbestandes, dass Personen mit einem Einkommen unterhalb des sozio-kulturellen Existenzminimums leben, muss also von anderen Akteuren vorgenommen werden. Die Kampagne der Arbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege Hamburg e.V. hatte zum Ziel, Menschen, betroffene sowie nicht-betroffene, über verdeckte Armut zu informieren und sie zu Sozialleistungen, die ihnen unter Umständen zustehen, und zu deren Beantragung zu beraten. Die AGFW nimmt so die Rolle der Advokaten ein, „die sich - aus beruflichen oder karitativ – humanitären Gründen“ stellvertretend für die Betroffenen deren Lebenslagen als problematisch definieren (Schetsche 1996: 39)¹.

¹ Sicherlich kann auch diskutiert werden, ob die AGFW als kollektiver Akteur den Experten oder den Problemnutzern zugeordnet werden kann.

Soziale Probleme sind Bestandteil gesellschaftlicher Auseinandersetzungen und politischer Konflikte, wobei hier die Voraussetzung ist, dass eine Vorstellung der gesellschaftlichen Veränderbarkeit der Zustände verbreitet sein muss. Da durch die Definition sozialer Probleme auch Konflikte provoziert und Konfliktparteien definiert werden, gelten sie als fundamentales Mittel politischer Macht und sozialer Kontrolle. Das soziale Problem „verdeckte Armut“ hat besondere Brisanz: im „Verborgenen“ existent, fordert es bei „Aufdeckung“ die Politik zu alternativen Lösungsstrategien heraus.

2.2. Verdeckte Armut: Empirische Befunde

Staatliche Sozialleistungen sollen Menschen in Problemsituationen unterstützen und Notlagen verhindern oder zumindest abmildern. Ein zentrales Instrument der Sozialpolitik in Deutschland war dabei die Sozialhilfe, die nun im Zuge der Arbeitsmarktreform Hartz IV (in Kraft getreten am 01. Januar 2005) mit der Arbeitslosenhilfe zum Arbeitslosengeld II zusammengelegt wurde. Sämtliche empirische Befunde über verdeckte Armut stammen jedoch aus der Zeit vor 2005, so dass den folgenden Studien noch jene Definition von verdeckter Armut zugrunde liegt, welche diejenigen Menschen als verdeckt arm begreift, die eigentlich Anspruch auf die Sozialhilfeleistung „Hilfe zum Lebensunterhalt“² haben, aber die ihnen zustehende Leistung nicht in Anspruch nehmen und daher mit einem Einkommen unter dem sozio-kulturellen Existenzminimum auskommen (müssen).³

² Die „Hilfe zum Lebensunterhalt“ ist eine von zwei Leistungen der Sozialhilfe, die vor allem einkommensschwache Personen und Haushalte finanziell unterstützen soll, welche die zum Lebensunterhalt nötigen Mittel nicht oder nicht ausreichend aus eigener Kraft beschaffen können. Die zweite Leistung, die „Hilfe in besonderen Lebenslagen“, tritt ausschließlich in besonderen Bedarfslagen ein. So sollen Belastungen durch eine Behinderung oder sonstige Pflegebedürftigkeiten finanziell abgemildert werden. Der größte Teil der Leistungen wird hierbei in Pflegeheimen oder sonstigen Einrichtungen gewährt. Da die Unterbringung dort sehr kostspielig ist, ist die Unterstützung durch die „Hilfe in besonderen Lebenslagen“ für die Beteiligten in der Regel unverzichtbar, so dass hier von einer vollständigen Ausschöpfung der Leistungsansprüche ausgegangen werden kann.

³ Vgl. Institut für Sozialberichterstattung und Lebenslagenforschung (ISL): Armut in Deutschland. F.a.M: 1998.

Die wenigen empirischen Studien, die sich mit verdeckter Armut in Deutschland auseinandersetzen, beruhen meist auf Sekundäranalysen bereits vorhandener Datenquellen wie EVS, SOEP oder ASID.⁴ Dies ist nach Engels insbesondere deshalb kritisch zu bewerten, da bei einer Sekundäranalyse stets schon Indikatoren vorgegeben sind: „Ob diese ausreichen, um potenzielle Sozialhilfeansprüche berechnen zu können, bleibt zu prüfen.“⁵ So kommen verschiedene Studien auch zu stark unterschiedlichen Ergebnissen, z.B. hinsichtlich der Quote der Nicht-Inanspruchnahme von „Hilfe zum Lebensunterhalt“, was nach Engels zu großen Teilen auf die unterschiedlichen Datengrundlagen, Bezugsgrößen und Berechnungsarten der verwendeten Datenquellen zurückzuführen ist.⁶

Insgesamt gesehen stellen jedoch ältere Studien teilweise deutlich niedrigere Quoten der Nicht-Inanspruchnahme von zustehenden Sozialleistungen fest als neuere Studien: Während beispielsweise die Transfer-Enquete-Kommission auf EVS-Datengrundlage für das Jahr 1973 feststellt, dass 33% der Anspruchsberechtigten ihren Anspruch auf Sozialleistungen nicht geltend machen, sind dies nach Riphan, ebenfalls auf EVS-Datengrundlage, im Jahr 1993 62,7%, nach Kayser und Frick auf SOEP-Datengrundlage im Jahr 1996 sogar 63,1%. Sowohl für Riphan als auch für Kayser und Frick, deren Studien beide im Jahr 2000 veröffentlicht wurden, sind es dabei vor allem ältere Menschen sowie Haushalte ohne Kinder, die zur Nicht-Inanspruchnahme tendieren. In der Einschätzung des durch den Leistungsverzicht bedingten Einsparvolumens variieren die Ergebnisse der Studien erheblich: So stellt Riphan für das Jahr 1993 eine Einsparung von 17% der im Bezugsjahr tatsächlich erfolgten Ausgaben der Hilfe zum Lebensunterhalt fest, während bei Kayser und Frick diese Einsparungen bei 83% liegen. In absoluten Zahlen ausgedrückt, ergibt sich bei Riphan demnach ein finanzielles Volumen der nicht abgerufenen Sozialhilfeleistungen in Höhe von 2,3 Mrd. DM (1993), während Kayser und Frick dieses Volumen auf 15 Mrd. DM (1996) beziffern.⁷

⁴ EVS = Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes; SOEP = Sozio-Ökonomisches Panel; ASID = Alterssicherung in Deutschland

⁵ Vgl. Engels, Dietrich: Nicht-Inanspruchnahme zustehender Sozialhilfeleistungen. Download unter: www.isg-institut.de/2Armutreichumsbericht.html, 19.01.05, S. 6

⁶ Vgl. Engels, Dietrich: S. 7

⁷ Vgl. Engels, Dietrich: S. 7 ff.

Aufgrund der bereits erwähnten Unterschiede in den Datengrundlagen können die aufgezeigten Differenzen in den Ergebnissen jedoch nur sehr eingeschränkt in Beziehung zu einander gesetzt werden. So stellt auch Engels fest: „Aussagen über eine ‚Tendenz‘, sei es einer steigenden oder neuerlich wieder rückläufigen Inanspruchnahme, lassen sich auf der Grundlage dieser Ergebnisse jedenfalls nicht rechtfertigen.“⁸

Engels berechnet auf NIEP-Datengrundlage⁹ für 1999/2000 (2. Erhebungswelle des NIEP) eine Quote der Nicht-Inanspruchnahme von „Hilfe zum Lebensunterhalt“ von 34,6%, wobei er WohnungseigentümerInnen aus dem Kreis der Anspruchsberechtigten herausrechnet. In absoluten Zahlen ausgedrückt, nehmen demnach 1999/2000 hochgerechnet 456.000 Haushalte in Deutschland die ihnen zustehenden Leistungen nicht in Anspruch. Anspruchsberechtigte Alleinlebende und Paare ohne Kinder weisen dabei mit 44% eine recht hohe Quote der Nicht-Inanspruchnahme auf, während anspruchsberechtigte allein Erziehende zu 86% ihre Ansprüche ausschöpfen.¹⁰

Im Rahmen der Studie wurden die Nicht-Inanspruchnehmer von „Hilfe zum Lebensunterhalt“, also die verdeckt Armen, über mögliche Gründe befragt, warum sie keine Sozialhilfe in Anspruch nehmen. Danach sind 54 % der Befragten nicht oder nicht ausreichend über potenzielle Ansprüche informiert. 42% gaben dagegen an, nicht von der Sozialhilfe abhängig sein zu wollen. Für je ein Drittel waren Sorgen um spätere Rückerstattung, ein unangenehmes Gefühl beim Gang zum Sozialamt sowie der fehlende Wille zur Rechenschaft über die eigenen Einkommensverhältnisse ausschlaggebend.¹¹

Kayser und Frick kommen zu dem Ergebnis, dass vor allem ältere Menschen sowie Haushalte ohne Kinder zur Nicht-Inanspruchnahme von Sozialleistungen tendieren.

Die Differenz in den Ergebnissen verdeutlicht einmal mehr die Schwierigkeit, die vorhandenen Ergebnisse der verschiedenen Studien in Beziehung zu einander zu setzen, obwohl sowohl Neumann als auch Kayser und Frick mit SOEP-Daten arbeiten. Weiterhin stellt Neumann fest, dass Männer und Frauen in gleichem Maße von verdeckter Armut

⁸ Engels, Dietrich: S. 7

⁹ NIEP = Infratest Sozialforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung

¹⁰ Vgl. Engels, Dietrich: S. 19

¹¹ Vgl. Engels, Dietrich: S. 20

betroffen sind (je 3% der männlichen und weiblichen Gesamtbevölkerung). 4,4% der getrennte Lebenden, 3,8% der Geschiedenen, 7,0% der allein Erziehenden mit einem Kind und 5,0% der Paare mit einem Kind sind 1990 in Deutschland verdeckt arm. Auch stellt Neumann eine Korrelation zwischen Erwerbstätigkeit und verdeckter Armut fest: Während nur 2% der Erwerbstätigen verdeckt arm sind, sind es bei den Nichterwerbstätigen bereits 3,5%, bei den Arbeitslosen sogar 9,5%. Eine von Neumann ebenfalls durchgeführte Längsschnittuntersuchung von 1983 bis 1990 ergibt, dass jeder achte Befragte in den acht untersuchten Jahren in verdeckte Armut gerät. Langfristig arm ist dabei jedoch „nur“ jeder Hundertste: Im Durchschnitt dauern die Armutsperioden 1,8 Jahre.¹²

Eine Studie zur verdeckten Armut des Instituts für Sozialberichterstattung und Lebenslagenforschung (ISL) ergibt, ebenfalls auf SOEP-Datengrundlage, dass 1991 3,7% der Bevölkerung Deutschlands, also ca. 3 Millionen Menschen, verdeckt arm sind. Bis 1995 gibt es einen leichten Rückgang auf 3,4% der Bevölkerung, also ca. 2,8 Millionen Menschen. Setzt man hier die Anzahl der EmpfängerInnen von „Hilfe zum Lebensunterhalt“ zu den verdeckt Armen ins Verhältnis, so kommt man auf ein Verhältnis von 100 EmpfängerInnen zu 110 verdeckt Armen. 1995 sind 3,6% der Frauen und 3,2% der Männer, sowie 5,4% der 7-17jährigen verdeckt arm. Besonders Haushalte mit 5 und mehr Personen haben mit verdeckter Armut zu kämpfen. Ebenfalls 1995 sind 7,5% der allein Erziehenden, 5,9% der Arbeitslosen und 2,7% der Erwerbstätigen verdeckt arm (was bedeutet, dass über 900.000 Personen in Deutschland zur Gruppe der „working poor“ gehören). Hätten alle Haushalte in verdeckter Armut ihre Ansprüche auf „Hilfe zum Lebensunterhalt“ tatsächlich geltend gemacht, wären also aus ihrer verdeckten Armut herausgetreten, hätten die Kommunen in Deutschland einen zusätzlichen Betrag von 4,478 Milliarden DM aufbringen müssen. Den durchschnittlichen Armutsgrad in Betracht gezogen, der angibt, um wie viel Prozent das Einkommen der verdeckt armen Haushalte im Durchschnitt unterhalb ihrer spezifischen Sozialhilfeschwelle liegt, stellten die Forscher des ISL fest, dass 1995 das durchschnittliche Einkommen der verdeckt armen Haushalte 18,4% unter der Sozialhilfeschwelle liegt.¹³

¹² Vgl. Neumann, Udo: Struktur und Dynamik von Armut. Eine empirische Untersuchung für die Bundesrepublik Deutschland. Freiburg, 1999, S. 108-113

¹³ Vgl. ISL 1998

Wie die Auseinandersetzung mit den empirischen Befunden zu verdeckter Armut von Riphan, Kayser und Frick, Engels, Neumann und dem Institut für Sozialberichterstattung und Lebenslagenforschung gezeigt hat, gibt es einige, wenige Erkenntnisse über verdeckte Armut in Deutschland. Gesicherte empirische Erkenntnisse über verdeckte Armut in Hamburg gibt es dagegen keine, weshalb im Folgenden nur kurz auf vorhandene Sozialhilfeempfänger-Zahlen in Hamburg eingegangen werden soll. Darüber, ob auch in Hamburg auf 100 Sozialhilfeempfänger 110 verdeckt Arme kommen, wie vom Institut für Sozialberichterstattung und Lebenslagenforschung für Deutschland insgesamt festgestellt, ließe sich an dieser Stelle aufgrund der fehlenden empirischen Erkenntnisse nur spekulieren.

Wie aus dem Armutsbericht II hervorgeht, der von der Behörde für Arbeit, Gesundheit und Soziales (BAGS) in Zusammenarbeit mit den Wohlfahrtsverbänden erarbeitet und 1997 veröffentlicht wurde, steigt die Zahl der SozialhilfeempfängerInnen in Hamburg, wie auch bundesweit, kontinuierlich an: 1970 beziehen 17.500 Personen in Hamburg „Hilfe zum Lebensunterhalt“, 1996 sind es ganze 148.000 Personen. Der Anteil der SozialhilfeempfängerInnen ist dabei unter Kindern und Jugendlichen besonders hoch: Jedes fünfte Kind bis zu 7 Jahren und jedes sechste Kind bzw. jeder sechste Jugendliche zwischen 7 und 15 Jahren ist 1996 von Sozialhilfe abhängig. 29% aller SozialhilfeempfängerInnen in Hamburg sind unter 15 Jahre alt. Den höchsten Anteil der SozialhilfeempfängerInnen an der Gesamtbevölkerung hat St. Pauli (16,4%), den niedrigsten haben die Vier- und Marschlande (2,2%). 1996 empfangen 8,6% der Hamburger Gesamtbevölkerung Sozialhilfe. Auch steigt die Arbeitslosenquote in Hamburg stetig an (von 9,7% im Jahr 1990 auf 13% im Jahr 1997). Der Anteil der arbeitslosen SozialhilfeempfängerInnen an allen erwerbsfähigen SozialhilfeempfängerInnen betrug 1996 mehr als die Hälfte (von 148.000 SozialhilfeempfängerInnen galten 44.600 als erwerbsfähig; 55,5% von ihnen waren arbeitslos).¹⁴

Neuere Zahlen des Statistischen Bundesamtes belegen eine Abnahme des Sozialhilfebezugs in Hamburg. So sind es im Jahr 2003 „nur noch“ 124.680 HamburgerInnen, die „Hilfe zum

¹⁴ Vgl.

Lebensunterhalt“ beziehen (zum Vergleich: 1997 waren es noch 135.000 SozialhilfeempfängerInnen).¹⁵

¹⁵ Vgl. Hamburger Abendblatt vom 17.12.2003

3. Ergebnisse

Vor dem Einstieg in die Ergebnisse muss noch mal darauf aufmerksam gemacht werden, dass es sich bei der Erhebung nicht um eine direkte Befragung der Hotline-AnruferInnen bzw. der ratsuchenden Personen am Beratertag handelt. Die Ergebnisse beruhen auf den Einschätzungen der BeraterInnen, die auf der Grundlage der Beratungsgespräche entsprechende Angaben festhielten. Darüber hinaus beziehen sich die Ergebnisse nur auf die jeweiligen Aktionen und die Personen, die diese Angebote der Hotline und des Beratertags in Anspruch genommen haben. Sie können aufgrund der geringen Fallzahl kein repräsentatives Abbild der Hamburger Bevölkerung abgeben; Aussagen über die Hamburger Gesamtsituation sind damit also nicht möglich.

3.1. Ergebnisse der Hotline Evaluation

Für die Evaluation der Hotline hatten sich die BeraterInnen bereit erklärt, die Anrufe anhand eines für diesen Zweck erstellten Protokollbogens zu protokollieren. So konnten die persönlichen Daten und zusätzliche Hintergrundinformationen von 131 AnruferInnen erfasst werden. Da die Gespräche protokolliert wurden und damit auf eine direkte Befragung der AnruferInnen verzichtet wurde, sind die gewonnenen Daten allerdings teilweise nur lückenhaft und ungenau. Die Ergebnisse der Evaluation müssen vor diesem Hintergrund betrachtet werden.

Eine gleichmäßige Beantwortung aller Punkte des Protokollbogens war durch die angewendete Form der Datenerfassung nicht immer möglich. Die zahlreichsten Daten liegen für das Geschlecht der AnruferInnen vor, es konnte von insgesamt 121 der 131 AnruferInnen festgehalten werden. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich demnach nie auf alle 131 Personen, sondern immer auf die Anzahl der AnruferInnen, für die zu der Frage Angaben vorliegen. Die Personenanzahl, die n , also 100%, entspricht, wurde jeweils in Klammern angegeben.

Wer hat die Hotline genutzt?

Im Folgenden werden die wesentlichen Ergebnisse einfacher Häufigkeitsauswertungen dargestellt, um einen Eindruck zu vermitteln, welche Personengruppen das Angebot der Hotlineaktion wahrnahmen.

Geschlecht

Die AnruferInnen waren mit 59% zum größeren Teil Frauen (n=121 Personen).

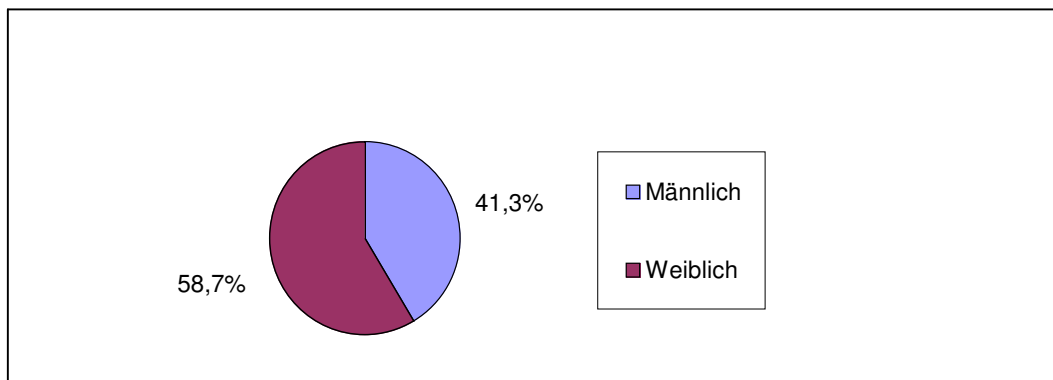


Abbildung 1: Geschlecht der AnruferInnen

Alter

Der Altersdurchschnitt lag bei 47 Jahren. 59% der AnruferInnen waren älter als 40 Jahre (n=121). Der älteste Anrufer war 85 Jahre. Dennoch wurde das Angebot auch von jüngeren Personen genutzt: der jüngste Anrufer war 15 Jahre alt.

Nationalität

Der Anteil ausländischer MitbürgerInnen lag bei 12 % (n=103). Die protokollierten Daten zur Nationalität umfassen ein weites Spektrum, so dass sich diesbezüglich keine besonderen Häufigkeiten ergaben.

Haushaltssituation

Mehr als die Hälfte (57%) der AnruferInnen lebten allein; 20% lebten zusammen mit ihrem/r PartnerIn und weitere 13% lebten mit PartnerIn und Kindern zusammen in einem Haushalt (n=76). Demnach besteht offensichtlich besonders bei allein lebenden Personen ein erhöhter Beratungsbedarf.

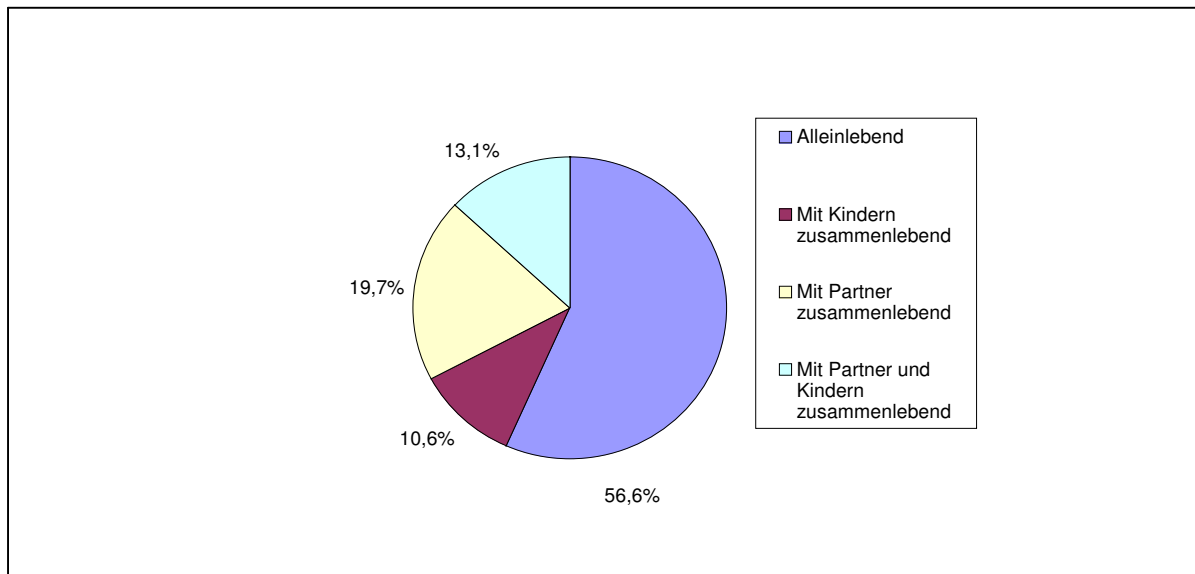


Abbildung 2: Haushaltssituation der AnruferInnen

Bedarfe der Anrufer

Die konkreten Anliegen, mit denen die AnruferInnen an die BeraterInnen herantraten, waren sehr unterschiedlich und vielfältig. Eindeutig standen aber mit 32% „Fragen zu Sozialleistungen“ im Vordergrund, wobei diese sich zum größten Teil um Ansprüche auf Sozialhilfe, Wohn-, Blinden und Mutterschaftsgeld drehten. Weitere häufig genannte Gründe für den Anruf waren „finanzielle Probleme“ (18%), „Fragen zu Hartz IV“ (16%) und „Wohnungsprobleme“ (11%). (n=160 Angaben; Mehrfachangaben waren möglich). Fragen zu Hartz IV bezogen sich vor allem auf die mit dem Gesetz eintretenden Änderungen sowie zu den Anträgen und zur Antragsstellung.

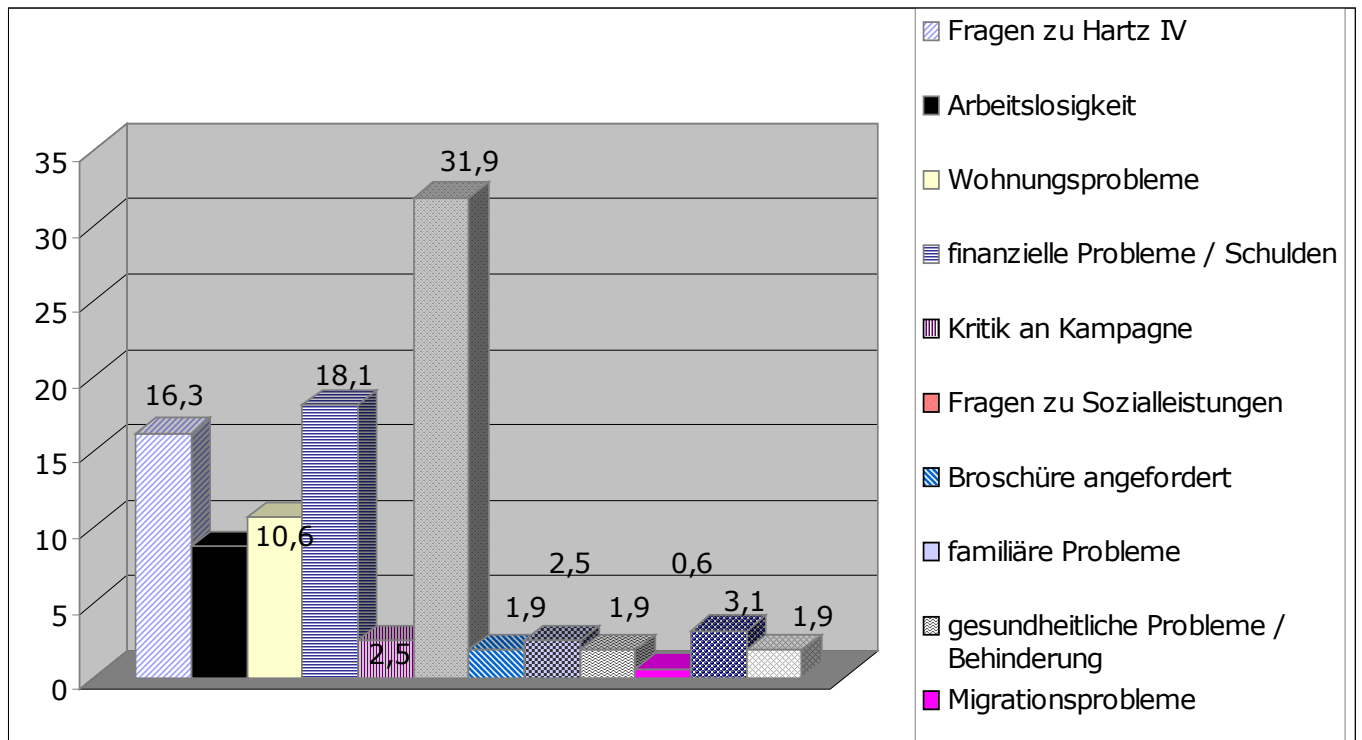


Abbildung 3: Anliegen der AnruferInnen

Hintergründe der Notlage bzw. des Anrufs

Die von den BeraterInnen protokollierten „Hintergründe der Notlage“ spiegeln diese Ergebnisse wieder. Für 28% der Personen wurden „finanzielle Probleme“ als Hintergrund angegeben. Dabei muss aber beachtet werden, dass finanzielle Probleme bei nahezu allen AnruferInnen das wesentliche Problem ausmachten. Der Anteil von 28% gibt hier den Anteil der Personen wieder, für die die Hintergründe nicht näher beschreibbar waren.

Dagegen wurden für 20% der Personen „gesundheitliche Probleme und/oder eine Behinderung“ als weiterer bzw. konkreterer Hintergrund genannt. Für 14% wurde als Hintergrund „Arbeitslosigkeit“ und für weitere 14% „Verschuldung“ genannt. „Alter“ als Hintergrund für die (meist finanzielle) Notlage wurde für 8% der Personen genannt (n=149);

Mehrfachangaben waren möglich).

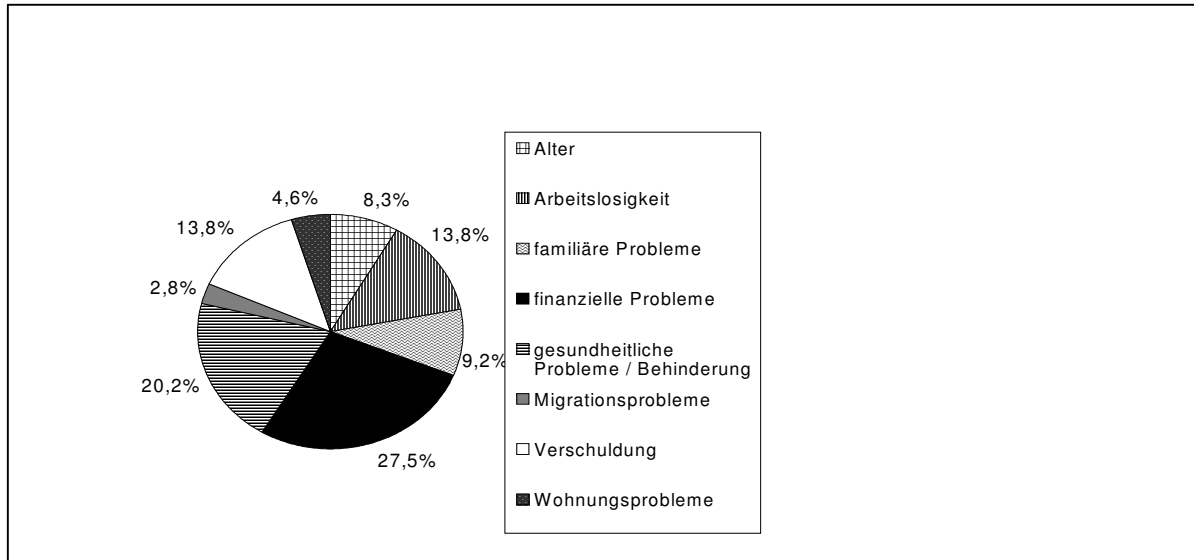


Abbildung 4: Hintergründe der Notlage

Kenntnis und Nutzung der Angebote der Freien Wohlfahrtspflege

Betrachtet man die Kenntnisse der Anrufer und Anruferinnen bezüglich der Angebote der freien Wohlfahrtspflege, so zeigt sich ein dramatisches Bild. Nur 1 % der AnruferInnen waren sehr gut über die Einrichtungen der freien Wohlfahrtspflege informiert, während 71% hierüber „wenig“ oder „gar nicht“ informiert waren (n=83).

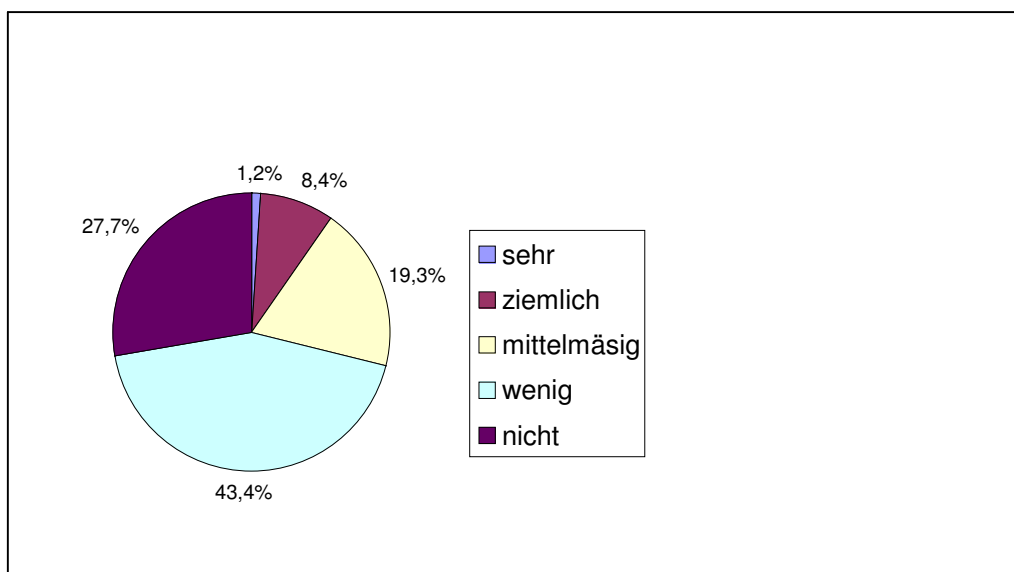


Abbildung 5: Kenntnisstand über Angebote der Freien Wohlfahrtspflege

Entsprechend gering ist mit nur 17% der Anteil derjenigen Personen, die die Angebote der Wohlfahrtsverbände schon einmal in Anspruch genommen haben (n=66). Wird bedacht, dass gerade der Personenkreis der AnruferInnen zum engeren Zielklientel der Wohlfahrtsverbände gehört, lassen sich diese Ergebnisse als dringende Handlungsaufforderungen interpretieren.

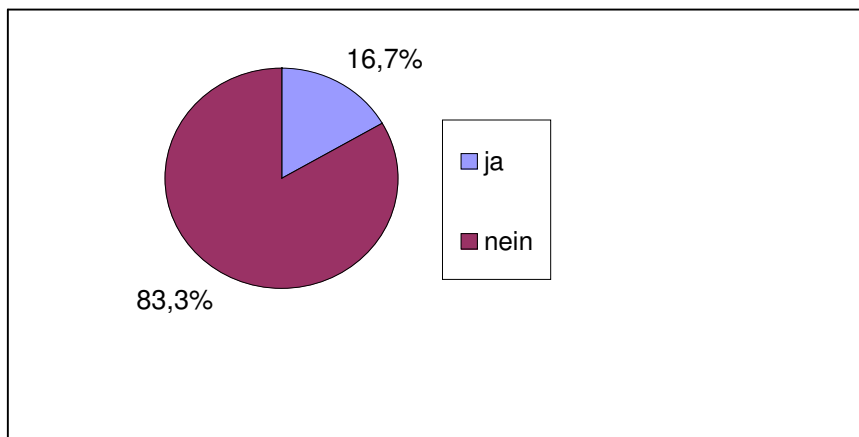


Abbildung 6: Nutzung der Angebote der Freien Wohlfahrtspflege

Kenntnisse und Nutzung der rechtlichen Ansprüche auf Sozialleistungen

Der Informationsstand bezüglich ihrer rechtlichen Ansprüche, sowie der Angebote der Wohlfahrtsverbände, war bei den meisten AnruferInnen äußerst schlecht: 51% waren „wenig“ oder „nicht“ über ihre Ansprüche informiert. Nur 4% der Personen wurden von den BeraterInnen als „sehr“ informiert über ihre rechtlichen Ansprüche eingestuft (n=78).

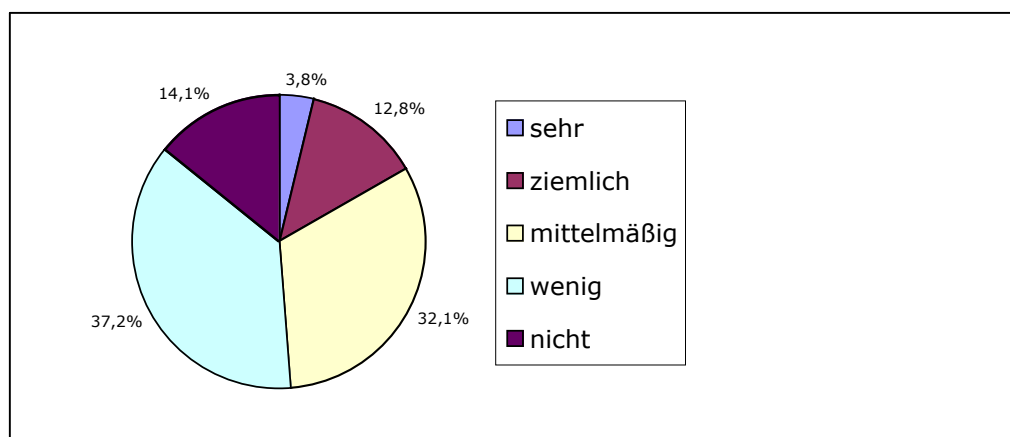


Abbildung 7: Kenntnisse über rechtliche Ansprüche

Bezug von Sozialleistungen

Über die Hälfte (52%) der Personen bezog bereits Sozialleistungen (n=88), dennoch stellten die BeraterInnen für 23% Ansprüche auf weitere Leistungen fest. Dass diese Betroffenen ihre Rechte bisher nicht (vollständig) wahrgenommen hatten, wurde von den BeraterInnen für 46% der Personen mit „Informationsmangel“ begründet. Für weitere 17% wurde die „Behördenpraxis“ als Hemmschwelle genannt (n=54).

Weiterer Anspruch gemessen am Bezug von Sozialleistungen

Eine genauere Analyse der Nichtinanspruchnahme von Sozialleistungen, die von den BeraterInnen für 23%, also ein knappes Viertel, festgestellt wurde, ergab, dass sogar diejenigen häufiger ihre Ansprüche nicht (vollständig) geltend machen, die bereits Sozialleistungen beziehen. Abb. 8 vergleicht die Einschätzungen der BeraterInnen auf weitere Ansprüche für die AnruferInnen, die bereits Sozialleistungen beziehen und diejenigen, die bisher keine Sozialleistungen beziehen. Während für 30% der AnruferInnen, die bisher keine Sozialleistungen beziehen, rechtliche Ansprüche geschätzt werden, sind es bei den AnruferInnen, die bereits Sozialleistungen beziehen, sogar 38%.

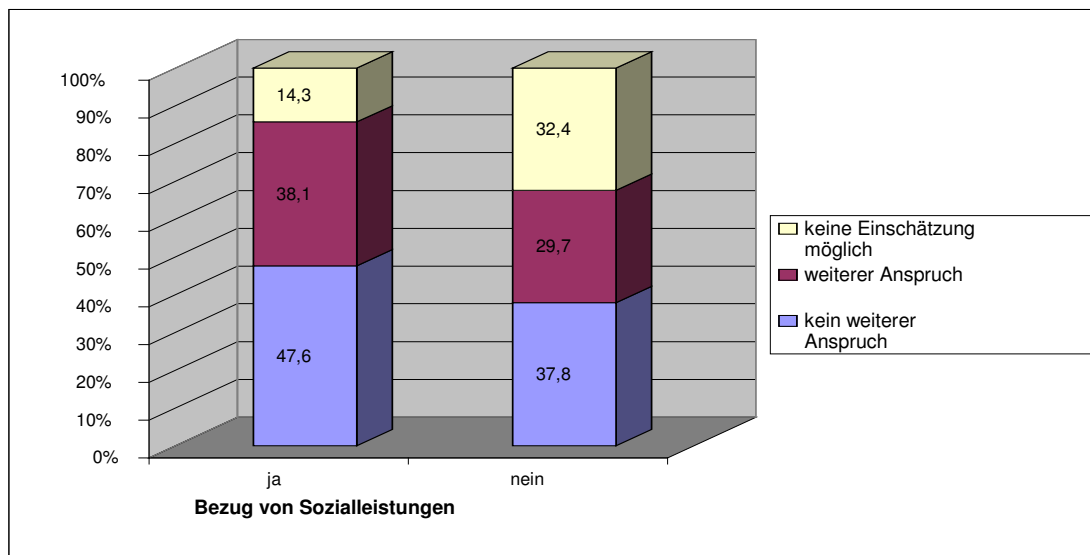


Abbildung 8: Weiterer Anspruch gemessen am Bezug von Sozialleistungen

Auch diese Ergebnisse sind mit Vorbehalt zu betrachten, da es sich bei den Angaben nur um Einschätzungen der BeraterInnen handelt, die von ihnen anhand weniger Kriterien abgegeben wurden.

Bezug von Sozialleistungen im Zusammenhang mit der Informiertheit über die Angebote der Freien Wohlfahrtspflege

Eine weitere Fragestellung war, wie die Personen, die bereits Sozialleistungen beziehen, über die Wohlfahrtsverbände informiert sind. Zu diesem Zweck kreuzten wir die Variablen „Kenntnisstand über die Angebote der Freien Wohlfahrtspflege“ und „Bezug von Sozialleistungen“ miteinander.

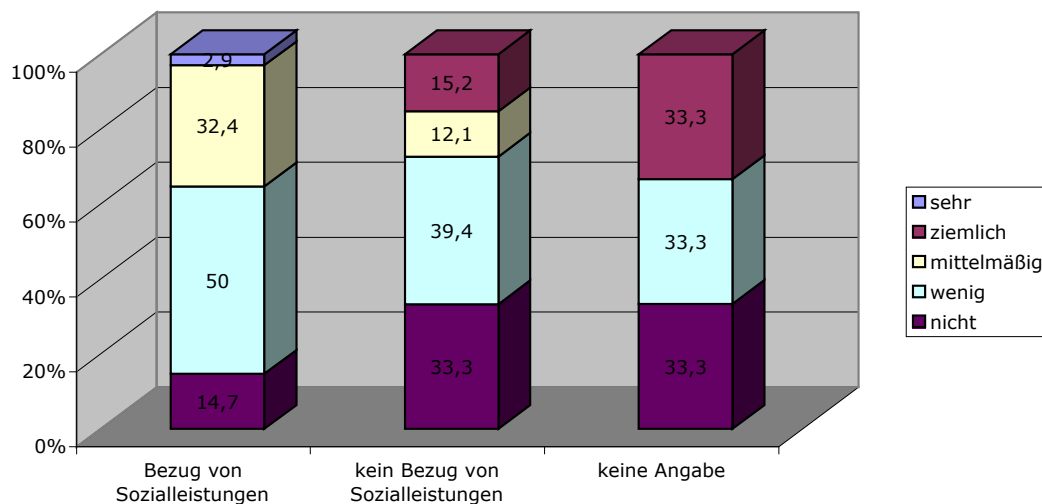


Abbildung 9: Bezug von Sozialleistungen im Zusammenhang mit den Kenntnissen über die Freie Wohlfahrtspflege

Abbildung 9 zeigt, dass die meisten der AnruferInnen wenig bis gar nicht über die Angebote der Freien Wohlfahrtspflege informiert sind. 32% der Personen, die Sozialleistungen beziehen, sind als „mittelmäßig informiert“ und nur 3% als „sehr gut informiert“ eingestuft worden. Die Tendenz zeigt, dass die bereits Sozialleistungen beziehenden Personen „wenig“ oder „mittelmäßig“ über die Angebote der Freien Wohlfahrtspflege informiert sind. Bei den AnruferInnen, die keine Sozialhilfe beziehen, schätzten die BeraterInnen immerhin 15% der Befragten als ziemlich informiert ein.

Konnte den AnruferInnen weitergeholfen werden?

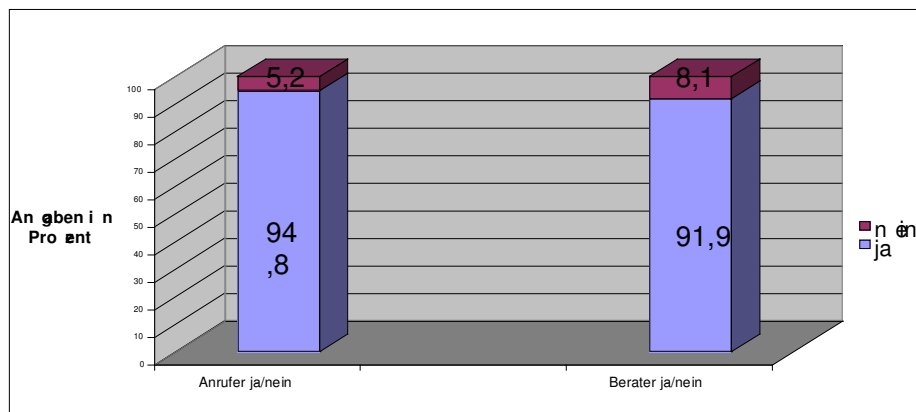


Abbildung 10: Weitergeholfen? Einschätzung von AnruferInnen und BeraterInnen

Wie Abbildung 10 verdeutlicht, gaben 92% der BeraterInnen an, den AnruferInnen mit dem Telefonat weitergeholfen haben zu können. Ebenso war die Aktion aus Sicht der AnruferInnen selbst erfolgreich: 95% beantworteten die Frage, ob ihnen geholfen werden konnte mit „ja“ (=97). Die AnruferInnen konnten in den meisten Fällen an eine passende Beratungsstelle vermittelt werden. In einzelnen Fällen konnten die Fragen der AnruferInnen sogar direkt am Telefon geklärt werden.

Wo von der Kampagne erfahren?

Um für die Fortführung der Kampagne die Öffentlichkeitsarbeit effektiver zu gestalten, interessierte uns die Frage, wo die AnruferInnen von der Hotlineaktion erfahren haben.

Die meisten der AnruferInnen hatten in den Tageszeitungen und/oder Wochenblättern von der Hotlineaktion erfahren (49%). Leider konnte bei der Auswertung nicht nachvollzogen werden, ob die AnruferInnen durch die Berichterstattung in Hamburger Zeitungen oder durch Werbeanzeigen in den Hamburger Wochenblättern auf die Aktion aufmerksam wurden¹⁶. Über Werbung in Bahnen und Bussen waren 19% der Personen informiert. Ein weiterer Erfolg waren die Meldungen der örtlichen Radiosender: 17% der Personen gaben an, dort von der Hotlineaktion erfahren zu haben (n=103).

¹⁶ Zur Auswertung der Presseberichterstattung siehe Abschnitt 3.4.

Fazit

Interpretation der Ergebnisse

- **Zielgruppe**

Bezüglich der AnruferInnen kann also zusammenfassend gesagt werden, dass der Anteil der Frauen etwas überwiegt, dass größtenteils Deutsche angerufen haben, dass die meisten AnruferInnen zwischen 41 und 65 Jahre alt waren, dass hauptsächlich Alleinlebende die Hotline in Anspruch genommen haben, dass bei den AnruferInnen wenige Kenntnisse sowohl über ihre rechtlichen Ansprüche als auch über die Angebote der Freien Wohlfahrtspflege vorhanden waren und dass nur ein geringer Teil der AnruferInnen diese Angebote bereits nutzt.

Diese Ergebnisse, auch wenn sie nur geringe Aussagekraft haben, da sie nicht repräsentativ sind, ermöglichen durch die oben genannten Eigenschaften eine genauere Erfassung des zu erreichenden Zielklientels und somit gezieltere und verbesserte Maßnahmen für die Zukunft. Weiterhin verdeutlichen die Ergebnisse einerseits die Notwendigkeit einer verbesserten und gezielteren Aufklärung der Bevölkerung über ihre rechtlichen Ansprüche, die ihnen in Notlagen zustehen. Andererseits zeigt sich auch, dass die betroffenen Personen stärker über die möglichen Hilfeangebote der Freien Wohlfahrtspflege informiert werden müssen.

- **Bedarf der AnruferInnen und Effektivität der Hotline**

Bei der Betrachtung der Beweggründe der AnruferInnen, ihrer Fragen und letztendlich der „Effizienz“ der Hotlineaktion, ist wieder hervorzuheben, dass Fragen zu Sozialleistungen der meistgenannte Grund der Anrufe war und die finanzielle Notlage als allgemeiner Hintergrund fast ausschließlich feststand. Wie aus vorherigen Fragen über die Kenntnisse der AnruferInnen bezüglich ihrer rechtlichen Ansprüche bereits hervorgeht, wurde als Grund für die Nichtinanspruchnahme hauptsächlich der Mangel an Information angegeben. Angesichts dieses großen Bedarfs scheint die Hotlineaktion als „gelungene“ Handlungsmaßnahme, wie sowohl die Einschätzung der Weiterhilfe von Seiten der BeraterInnen als auch von Seiten der AnruferInnen bekräftigt.

Das quantitative Ausmaß der AnruferInnen kann von zweierlei Seiten betrachtet werden. Zum einen kann die Zahl von 139 AnruferInnen als eher gering eingeschätzt werden, wenn sie

dem vergleichsweise großen Zeitraum von 10 Tagen entgegenstellt wird, in dem die Hotline geschaltet wurde. Andererseits, und dieser Standpunkt wird hier verteidigt, kann die Zahl der AnruferInnen als eher groß angesehen werden, wenn betrachtet wird, dass den InitiatorInnen der Kampagne eher geringe Mittel für Planung und Umsetzung der Aktion zur Verfügung stand.

Verbesserungsvorschläge

Die Idee einer Hotline erweist sich vor allem insofern als eine geeignete Maßnahme Menschen in verdeckter Armut zu erreichen, als dass die Beratung unter Wahrung der Anonymität gewährleistet werden kann. Dieses Kriterium ist deshalb so wichtig, weil Armut häufig als peinlich empfunden wird und bei vielen (wenn auch nicht bei den meisten) Stolz ein Hinderungsgrund ist, Hilfe aufzusuchen. Daher erscheint es uns als wichtig, diesen Aspekt mit in die Werbemaßnahmen – sei es speziell für die Hotline, oder generell für die Freie Wohlfahrtspflege – mit einzubeziehen. Speziell für die Hotlineaktion kann also folgendes berücksichtigt werden:

Da ausgewertet wurde, woher die meisten AnruferInnen von der Hotlineaktion erfahren haben, können (und sollten) diese Informationen genutzt werden um für folgende Kampagnen effektivere Werbung zu machen, und zwar:

- ✓ Aktivitäten und Geld für Öffentlichkeitsarbeit dort zu investieren, wo sich der Einsatz als nützlich erwies. Am effektivsten zeigte sich die Berichterstattung in Hamburger Tageszeitungen und den örtlichen Radiosendern. Auch wenn die Größe der Werbeanzeigen in den Hamburger Wochenblättern als zu klein und unauffällig betrachtet wird, kommt ihnen dennoch eine gewisse Bedeutung zu.
- ✓ Die Werbung in Bahnen und Bussen hat ebenfalls einen Teil der AnruferInnen (19,4%) erreicht. Der Erfolg könnte jedoch möglicherweise verbessert werden, wenn eine exaktere Planung erfolgt, in welchen Bussen/Bahnen die Werbeplakate hängen sollen. Für eine verbesserte Erreichung der Zielgruppe wäre die Anzeigenschaltung in Linien, die tendenziell sozial schwache Stadtteile befahren, sinnvoll.
- ✓ Eine Werbeaktion benötigt viel Geld, das in diesem Fall nur begrenzt zur Verfügung stand. Ein Vorschlag von uns ist, für Plakatdesign, Logoentwicklung usw. Studierende der entsprechenden Fachrichtungen Mediengestaltung, Bildende Kunst, Design an den Hamburger Hochschulen mit dieser Aufgabe zu betrauen. Die Wohlfahrtsverbände hätten

geringere Kosten und könnten so die eingesparten Gelder an anderen Stellen sinnvoll einsetzen.

Für die weitere wissenschaftliche Begleitung sollten künftig die Fragebögen so konstruiert werden, dass die BeraterInnen sie schnell und vollständig ausfüllen können. Eine vollständige Ausfüllung der Fragebögen hilft bei der Auswertung und macht es deshalb wichtig, dass jede/r BeraterIn bevor er/sie bei der Hotline tätig wird, sich mit dem Fragebogen vertraut macht. Somit kann er/sie unter anderem unter dem Gesichtspunkt des Fragebogens das Gespräch führen und möglichst viele Information entnehmen ohne direkte Fragen stellen zu müssen und dadurch die Beratung weiterhin gewährleisten.

3.2. Auswertungen der Protokollbögen Beratertag

Im Folgenden werden die Ergebnisse dargestellt, die sich mit der Protokollierung der Gespräche zwischen BeraterInnen und interessierten Passanten am Beratertag (23. Oktober 2004) befassen. Es handelt sich dabei um:

- a) einen Protokollbogen für sogenannte „Beratungsgespräche“ und
- b) einen Fragebogen für sogenannte „Informationsgespräche“

Mit den Fragebögen für die Informationsgespräche wurden diejenigen Personen erfasst, die sich allgemein über die Kampagne „Fehlt Ihnen Etwas?- Beratung kann helfen!“ äußerten. Es ging uns darum zu erfassen, wie die Kampagne von den angesprochenen Personen aufgenommen wurde und ob in der Gesellschaft überhaupt ein Bewusstsein für die Problematik „Verdeckte Armut“ existiert. Waren sich die Personen, mit denen ein Gespräch geführt wurde bewusst, dass es so etwas wie „Verdeckte Armut“ gibt? Und wenn ja, welche Einstellungen würden die meisten Menschen zu diesem Thema haben?

Bei den Beratungsgesprächen wurden Gespräche mit Personen protokolliert, die sich in einer deprivierten Lage befanden und daher Beratung suchten bzw. das Beratungsangebot wahrnahmen. Es ging zunächst darum herauszufinden, mit welchen Anliegen die Personen an den Stand herantreten würden. Was wären die häufigsten Gründe für eine soziale Notlage? Weiterhin sollte herausgefunden werden, was die Ursachen für verdeckte Armut waren. Hierbei wurde von der Vermutung ausgegangen, dass Personen, die sich in einer Notlage befinden, wohl häufig nicht über ihre rechtlichen Ansprüche auf Sozialleistungen informiert sind, beziehungsweise diese aus einem Schamgefühl heraus nicht wahrnehmen. Gleichzeitig sollte ermittelt werden, wie gut die Menschen über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege, sie in einer solchen Notlage zu beraten, informiert waren. Die Beantwortung dieser

Fragestellung diene hierbei auch dazu, die AGFW über den Bekanntheitsgrad der Angebote zu informieren.

Beide Bögen waren durch die BeraterInnen jeweils nach einer abgeschlossenen Gesprächssituation auszufüllen.

3.2.1. Auswertung der Protokollbögen „Beratungsgespräch“

Wurden mehr Männer oder mehr Frauen beraten?

In Bezug auf das Geschlecht der beratenen Personen ergibt sich folgendes Bild:

Von den erfassten 55 Beratungsgesprächen entfielen 32 auf weibliche Personen und 23 auf männliche. Das bedeutet eine Quote von 58% Frauen und 42% Männer. Diese Verteilung weicht von der Verteilung der Geschlechter auf die Gesamtbevölkerung ab, sodass ein überproportionaler Anteil an weiblichen Personen beraten wurde. Daraus eventuelle Schlüsse zu ziehen ist jedoch aufgrund der geringen Anzahl der erhobenen Fälle sowie nicht vorhandener weiterer Daten, die eventuelle Hinweise in irgendeiner Richtung geben könnten, nicht zulässig.

Welche Altersstruktur wiesen die beratenen Personen auf?

In Bezug auf die Altersstruktur der beratenen Personen lässt sich folgendes aussagen:

Um von einer statistischen Normalerteilung der Alterszusammensetzung bei den beratenen Personen auszugehen, ist die erhobene Datenmenge aufgrund der Anzahl der Fälle sicher nicht ausreichend. Daher schien es sinnvoll im Zuge einer Strukturierung der gewonnenen Daten eine Einteilung in begrenzte Altersgruppen vorzunehmen.

Bei Betrachtung der in dieser Weise ausgewerteten Daten fällt beim Vergleich der Altersgruppen die dritte Gruppe der 41 bis 65jährigen durch ihre Größe auf. Die übrigen Fälle verteilen sich mehr oder minder gleichmäßig auf die verbliebenen drei Gruppen.

Auch an dieser Stelle gilt, dass aufgrund der geringen Anzahl der erhobenen Fälle Rückschlüsse aus den gewonnenen Daten auf eine repräsentative Abbildung gesellschaftlicher Verhältnisse nicht zulässig sind. Ob die Ergebnisse als tendenziell in eine Richtung weisend gewertet werden, können ist in dieser Frage eher anzuzweifeln, da die Umstände der Datenerhebung (Informationsstände in Einkaufszonen) nicht unbedingt jede Altersgruppe in gleicher Weise anspricht, was bedeutet, dass nicht jede Altersgruppe in gleicher Anzahl vertreten sein wird. Das also die Gruppe der 41 bis 65jährigen in besonderem Ausmaß von verdeckter Armut betroffen sein könnte lässt sich damit nicht zuverlässig behaupten. Dies gilt

nicht zuletzt deshalb, da Daten aus genannten repräsentativen Untersuchungen eher nahe legen, dass insbesondere Kinder und Jugendliche sowie zunehmend Ältere Menschen (also der Gruppe der 65 und älteren zuzuordnende Personen) zu diesem Kreis gehören.

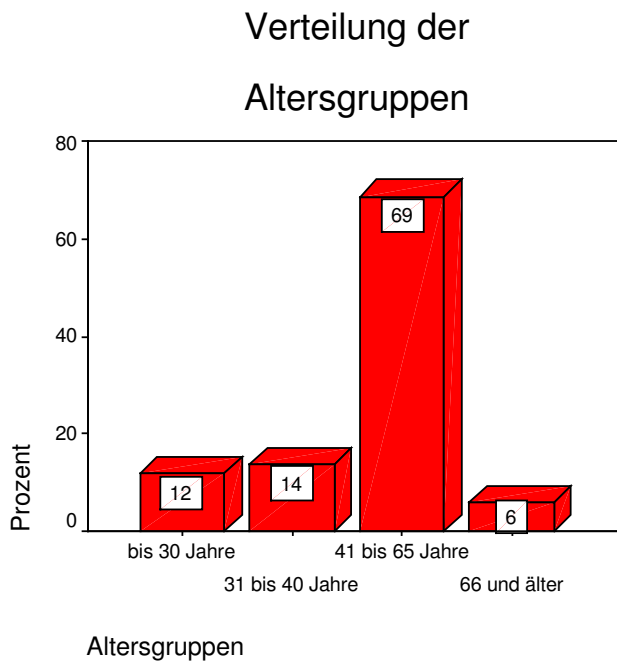


Abbildung 11: Verteilung der Altersgruppen bei den Beratungsgesprächen

Mit einem Anteil von 69 % liegt der größte Beratungsanteil bei den 41- bis 65jährigen Personen. Dies weist darauf hin, dass insbesondere diese Altersgruppe von Problemen betroffen ist und der Wunsch nach individueller Beratung besteht. Bei den unter 30- Jährigen liegt der Beratungsanteil bei 12 %, bei den 31- bis 40jährigen bei 14 %, bei den über 66jährigen bei 6 % der Beratungsgespräche.

Verteilung der Beratungen auf Standorte

Beratungsgespräche: Verteilung auf Standorte

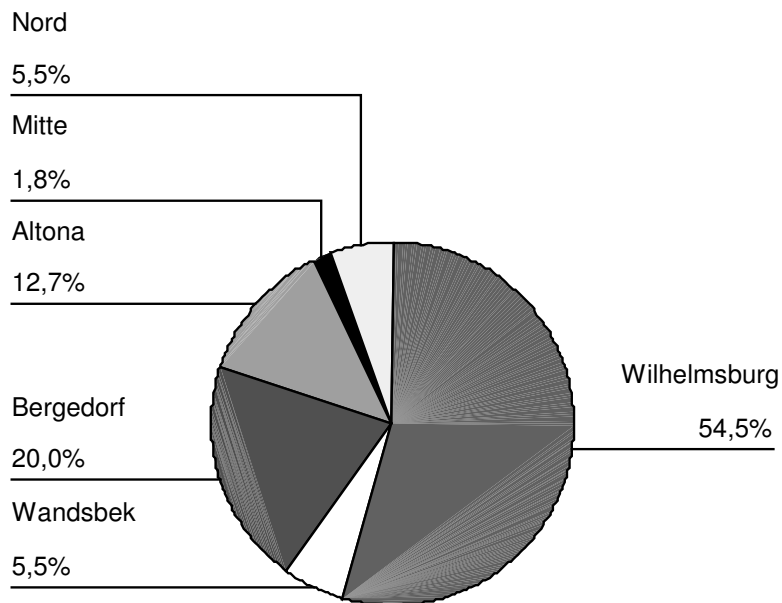


Abbildung 12: Verteilung auf Standorte

Das Angebot, ein Beratungsgespräch zu verdeckter Armut in Anspruch zu nehmen, wurde bei den Beratungsständen „Nord“, „Mitte“, „Altona“, „Bergedorf“, „Wandsbek“ und „Wilhelmsburg“ unterschiedlich stark wahrgenommen. Der Standort „Mitte“ hatte mit 1,8 % die geringste Anzahl von Beratungskontakten zu verzeichnen. Dies lässt sich unter anderem wahrscheinlich auch dadurch erklären, dass an diesem Standort die Information der Öffentlichkeit einen hohen Stellenwert einnahm und die BeraterInnen durch Informationsgespräche ausgelastet waren. Der Beratungspunkt im Stadtteil Bergedorf erreichte mit 20 % den zweit größten Anteil an allen Beratungsgesprächen.

Auffällig ist der große Anteil von Beratungsgesprächen im Stadtteil „Wilhelmsburg“. Mit 54,5 % liegt der Beratungsanteil deutlich über dem der anderen Stadtteile. Im Stadtteil Wilhelmsburg wurden Mitte der 1970er Jahre Großwohnprojekte verwirklicht, die soziale Probleme und das Interesse an Information über diese Probleme verständlich machen. Der

günstige Wohnraum wird überwiegend von sozial schwächeren Menschen bewohnt. Der Beratungsstandort wurde von den BewohnerInnen des Viertels am Beratertag gut angenommen. Es herrschte kaum Scheu, sich den BeraterInnen anzuvertrauen und so kamen teilweise sehr offene Gespräche über persönliche soziale Probleme zustande. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass in diesem Stadtteil, in dem viele Menschen von sozialen Problemen direkt oder indirekt betroffen sind, die individuellen Hemm- und Schamschwellen niedrig(er) sind

Was war das häufigste Anliegen der Personen, die sich haben beraten lassen?

Im Rahmen unserer Untersuchung stellte sich für uns folgende Überlegung: Mit welchen Anliegen würden die ratsuchenden Personen wohl am häufigsten an den Informationsstand der Kampagne herantreten? Ließe sich gar, wenn auch nur für diese Stichprobe, ein Aussage über die häufigsten Ursachen von (sozialem) Notstand anhand dieser Fragestellung machen? Uns erschien es in diesem Zusammenhang sinnvoll, folgende Fragestellung zu formulieren: Welches Anliegen hat die (zu beratene) Person? Hierbei waren fünf Antwortmöglichkeiten gegeben: 1. Fragen zu Hartz IV, 2. Arbeitslosigkeit, 3. Wohnungsprobleme, 4. Finanzielle Probleme, bzw. Schulden und 5. Fragen zu Sozialleistungen. Darüber hinaus war es den BeraterInnen möglich, unter der Kategorie „Sonstige Gründe“ alle Antworten aufzunehmen, die in keine der vier oben genannten vorgegebenen Kategorien passten. Da es natürlich nicht nur möglich, sondern sogar ziemlich wahrscheinlich war, dass viele Personen gleich mehrere Fragen an die BeraterInnen stellen würden, konnten bei dieser Frage pro Person selbstverständlich auch mehrere Antworten angekreuzt werden. Dies erklärt auch, warum in der unten stehenden Abbildung (Abb. 13) die angegebenen Prozentzahlen addiert die hundert Prozent übersteigen. Mit diesem Diagramm haben wir bei der Auswertung der Beratungsbögen folgende Frage untersucht: Welches war das Anliegen, das von den beratenen Personen am häufigsten geäußert wurde? Es ergab sich hierbei folgende Verteilung:

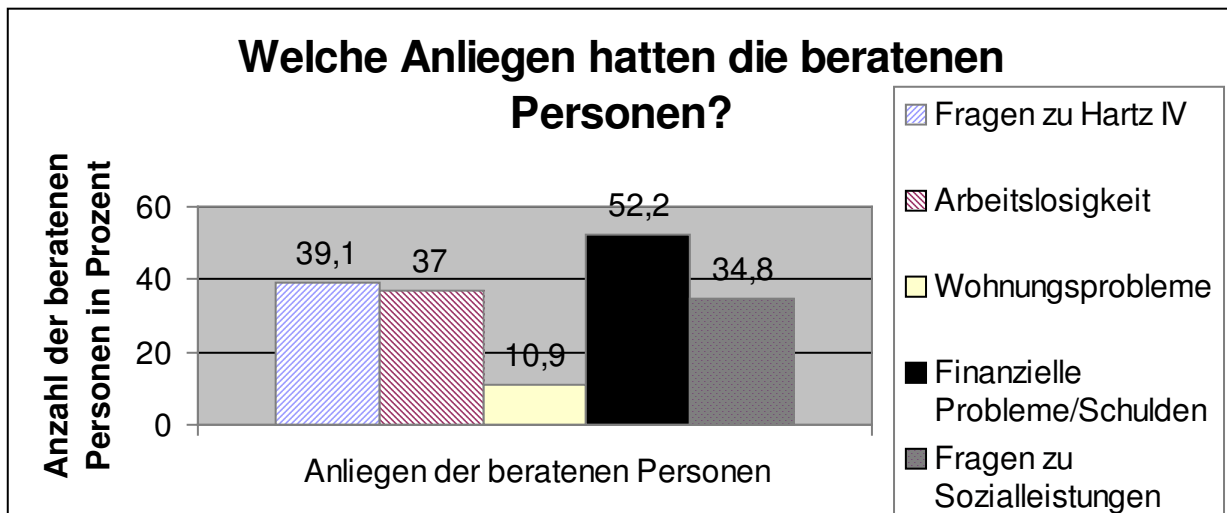


Abbildung 13: Welche Anliegen hatten die beratenen Personen

Bei der Auswertung der Fragebögen mussten wir feststellen, dass unter der Kategorie „Sonstige Gründe“ ausschließlich Antworten aufgeführt waren, die sich allesamt einer der fünf vorgegebenen Kategorien (Fragen zu Hartz IV, Arbeitslosigkeit, Wohnungsprobleme, Finanzielle Probleme, Fragen zu Sozialleistungen) zuordnen ließen. Die Kategorie „Sonstige Gründe“ erscheint deshalb nicht in unserer Tabelle.

Anhand der Abbildung lässt sich Folgendes feststellen: der häufigste Grund, warum die Personen Rat suchten war, dass sie offensichtlich unter finanziellen Problemen, bzw. Schulden litten. Mit 52,2 % wurde dieses Anliegen sogar noch häufiger vorgebracht als Fragen zu Hartz IV (39,1 %). Da der Beratertag im Oktober 2004, und damit zu einem Zeitpunkt, zu dem das Thema „Hartz IV“ sehr aktuell war stattfand, war dieses Ergebnis doch etwas unerwartet. Allerdings scheinen Fragen zu Sozialleistungen sowie das Problem der Arbeitslosigkeit auch Themen zu sein, die viele Personen beschäftigen. Die beiden Antwortkategorien halten sich mit 37,0 bzw. 34,8 % ungefähr die Waage. Wohnungsprobleme sind hingegen mit nur 10,9 Prozent ein Grund für ein Beratungsgespräch gewesen. Für unsere Untersuchung lässt sich also sagen, dass finanzielle Probleme und Schulden meistens mit in eine soziale Notlage hineinspielten, wenn sie nicht gar Ursache derselben waren.

Kenntnisstand der AnruferInnen über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege

Der Kenntnisstand über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege in Hamburg war bei den bis 30jährigen ratsuchenden Menschen als wenig bis mittelmäßig eingestuft worden. Keiner der beratenen Personen dieser Altersklasse gab an, gar nicht über die Angebote der

Wohlfahrtsverbände informiert zu sein, aber auch nicht ziemlich über die Angebote der Wohlfahrtsverbände informiert zu sein. Der Informationsstand bei den bis 30jährigen ist nicht mangelhaft, aber ausbaufähig. Bei den 31- bis 40jährigen beratenen Menschen war es ebenfalls so, das keine Angabe gemacht wurde, die besagen würde, es bestehe gar kein oder besonderer Kenntnisstand zu den Angeboten der Freien Wohlfahrtspflege. Die Aussagen zum Kenntnisstand schwanken auch hier zwischen wenig und mittelmäßiger Informiertheit.

Für einen Großteil der 41 bis 65- jährigen beratenen Menschen gaben die BeraterInnen an, dass diese gar nicht über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege informiert seien. Für einen weiteren großen Teil dieser Altersgruppe waren die BeraterInnen der Ansicht, dass diese nur wenig über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege in Hamburg Bescheid wissen. Allerdings gab es auch einen hohen Anteil von Menschen bei denen die BeraterInnen der Meinung waren, ihr Informationsstand sei ziemlich gut. Bei den beratenen Personen ab 66 Jahren ist keine deutliche Tendenz erkennbar.

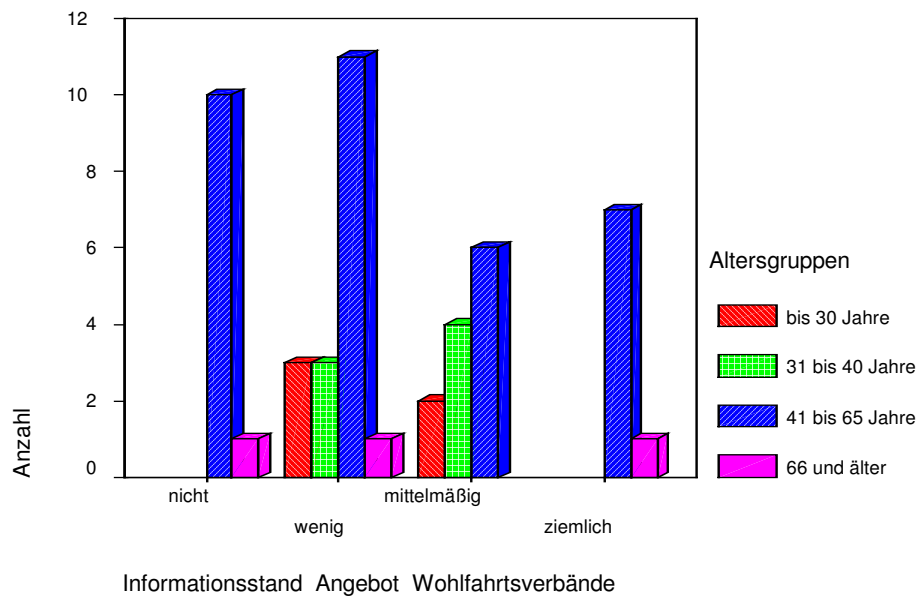


Abbildung 14: Der Kenntnisstand über das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege

Kenntnisstand der Personen über ihre rechtlichen Ansprüche auf Sozialleistungen

Der Kenntnisstand der beratenen Personen bezüglich ihrer rechtlichen Ansprüche auf Sozialleistungen wird von den BeraterInnen bei 20 Prozent gut bis sehr gut eingeschätzt. Bei 27 % erwies sich der Kenntnisstand als mittelmäßig. Mehr als die Hälfte der beratenen

Personen ist jedoch wenig bis gar nicht darüber informiert, welche rechtlichen Ansprüche ihnen in einer sozialen Notlage zustehen (siehe Abb. 15).

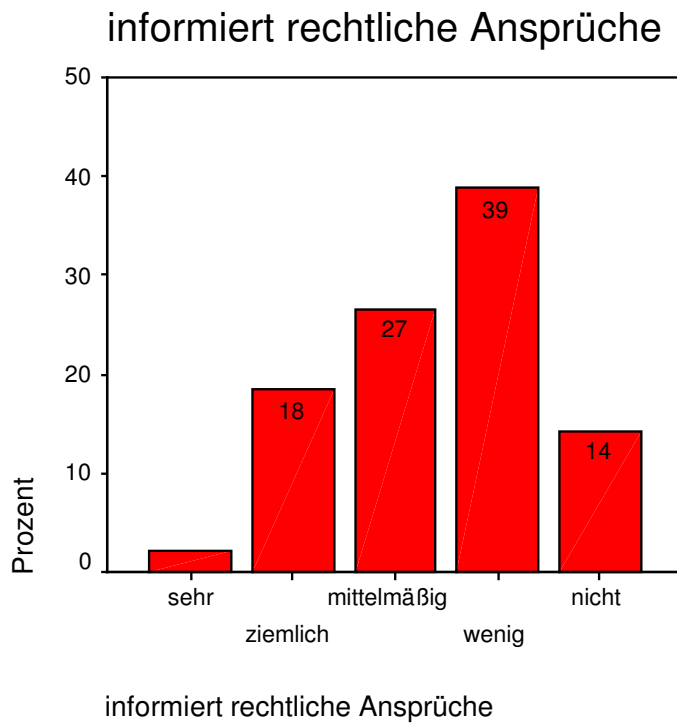


Abbildung 15 : Kenntnisstand über rechtliche Ansprüche auf Sozialleistungen

Inanspruchnahme der Sozialleistungen

53 % der beratenen Personen beziehen bereits Sozialleistungen, während 30 % entweder keinen Anspruch haben oder bestehende Ansprüche noch nicht geltend gemacht haben.

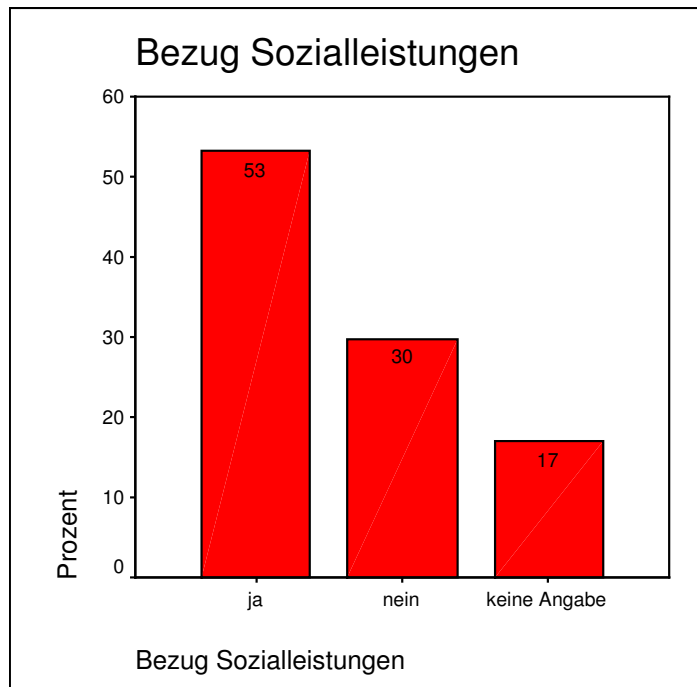
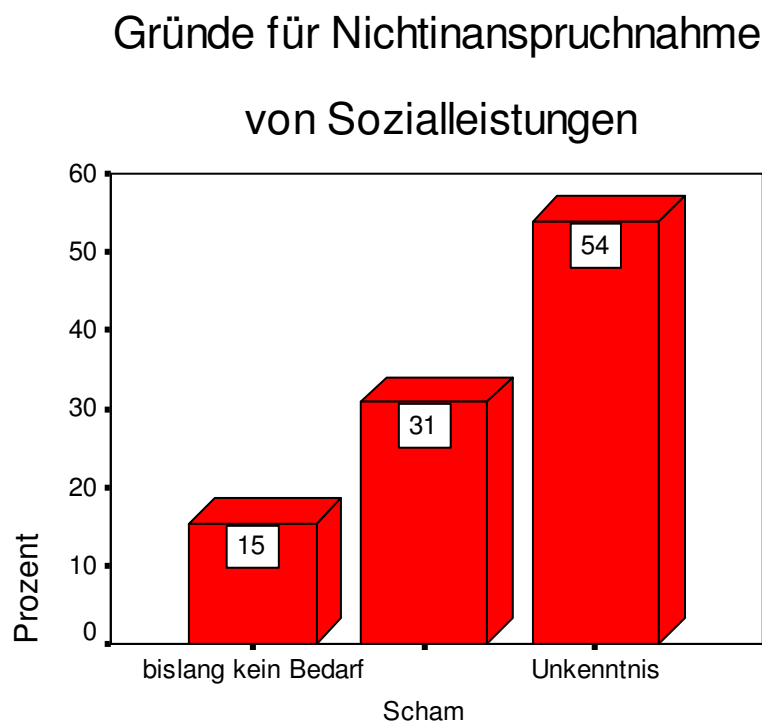


Abbildung 16: Bezug von Sozialleistungen

Was waren die häufigsten Gründe dafür, dass Personen ihre Rechte auf Sozialleistungen bisher nicht wahrgenommen haben?

Eine weitere Frage, die uns beschäftigte war, ob unter den beratenen Personen Betroffene von verdeckter Armut sind und welche ggf. für die Nichtinanspruchnahme von Sozialleistungen zu benennen sind. Dementsprechend formulierten wir die Fragestellung folgendermaßen: Falls die Person ihre Rechte (auf Sozialleistungen) bisher nicht wahrgenommen hat, was sind die Gründe dafür? Für diese Frage waren keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, sondern die Antwort sollte von dem jeweiligen Berater frei formuliert werden. Dementsprechend ergaben sich bei der Auswertung dieser Frage auch einige Schwierigkeiten, da aus den verschiedenen Formulierungen nicht immer klar ersichtlich wurde, welche Art von Gründen gemeint war. Dennoch gelang es, drei Kategorien zu bilden, denen sich die verschiedenen freien Antworten sinngemäß zuordnen ließen. Die von uns nachträglich gebildeten Kategorien lauteten: 1. ‚Bislang kein Bedarf,‘ 2. ‚Scham/ Behörde hilft nicht‘ und 3. ‚Unkenntnis.‘ Die erste Kategorie soll Leute umfassen, die sich erst seit kurzem in einer sozialen Notlage

befinden, und die deshalb noch keine Gelegenheit hatten, Sozialleistungen zu beantragen. Unsere zweite Kategorie fasst sowohl Leute, die aus Schamgefühl keine Sozialleistungen beantragt haben, als auch solche, die sich mit dem Vorgang des Beantragens überfordert und allein gelassen fühlen, zusammen. Die letzte Kategorie meint Menschen, die aus reiner Unkenntnis über ihre rechtlichen Ansprüche keine Sozialleistungen beantragt haben. Die Verteilung auf die drei Kategorien ergab sich wie folgt:



Gründe für Nichtinanspruchnahme

Abbildung 17: Gründe für Nichtinanspruchnahme

Anhand dieser Grafik ist klar erkennbar, dass die meisten beratenen Personen (nämlich 54 Prozent) ihre rechtlichen Ansprüche aus dem einfachen Grund nicht geltend machten, weil sie in Unkenntnis darüber waren, welche rechtlichen Ansprüche ihnen überhaupt zustehen. Die Aufgabe, die die AGFW sich in dieser Hinsicht gesetzt hat, nämlich eben diese Personen über ihre Ansprüche aufzuklären, erscheint angesichts dieses Ergebnisses durchaus sinnvoll. Auf der anderen Seite gibt dieses Ergebnis einen Hinweis darauf, dass viele Bürger in diesem Sozialstaat nicht über ihre Rechte auf soziale Unterstützung und vor allem auch finanzielle Hilfe aufgeklärt sind.

Deutlich wird auch, dass nur ein geringer Teil der Personen, die ein Beratungsgespräch mit den MitarbeiterInnen der Einrichtungen der Freien Wohlfahrtspflege führten, sich erst neuerdings in einer sozialen Notlage befand. Mit nur 15 Prozent ist die Kategorie „Bislang

kein Bedarf“ diejenige, der sich am wenigsten Antworten zuordnen ließen. Demzufolge könnte man schließen, dass sich vor allem die Personen haben beraten lassen, die sich schon länger mit ihrem Anliegen beschäftigt haben.

Die letzte Kategorie „Scham/Behörde hilft nicht“ darf ebenfalls nicht unterschätzt werden. Bemerkenswert war, wie oft in den Formulierungen der BeraterInnen eben dieses Wort „Scham“ oder auch „Schamgefühl“ vorkam. Mit 34 Prozent scheint es eine durchaus erwähnenswerte Menge von Menschen zu geben, die das Gefühl haben, sich für ihre deprivierte Lage schämen zu müssen. Wie bereits erwähnt, fallen unter diese 34 Prozent auch diejenigen, die sich bei der Antragstellung bisher von den zuständigen Behörden alleingelassen fühlten, bzw. die sich mit der Bürokratie, die mit einem solchen Vorgang verbunden ist, überfordert fühlten. Jedoch machten diese Personen einen weitaus geringeren Teil aus als diejenigen, die aus dem bereits erwähnten Schamgefühl heraus ihre Rechte bislang nicht wahrgenommen hatten.

Insgesamt ließe sich für diese beiden ausgewerteten Fragen vielleicht sagen, dass häufig gerade die Verbindung aus finanziellen Problemen sowie Uninformiertheit über rechtliche Ansprüche auf Sozialleistungen dazu führten, dass sich die beratenen Personen in einer sozialen Notlage befanden.

Konnte den beratenen Personen weitergeholfen werden?

Die BeraterInnen wurden durch einen Vermerk auf dem Fragebogen dazu aufgefordert, die zuvor beratenen Personen direkt über deren Eindruck bezüglich des Erfolgs des Beratungsgesprächs zu befragen. So sollte eine möglichst direkte Einschätzung des Beratungserfolgs durch die Befragten selbst erzielt werden. Eine Aussage über später erfolgende Konsequenzen aus den Beratungsgesprächen ist damit selbstverständlich nicht zu leisten.

In 91% der Fälle antworteten die Befragten mit ja. Also in nur 9% der Fälle konnte durch das Beratungsgespräch den Betroffenen nicht adäquat weitergeholfen werden. Die genauere Untersuchung dieser vier Fälle ergab, dass in drei Fällen Verständigungsprobleme der Auslöser dafür waren, dass nicht weitergeholfen werden konnte. In einem Fall fehlte lediglich die entsprechende Adresse eines zuständigen Rechtsanwalts. Damit weisen die erfolgten (55) Beratungsgespräche eine kaum steigerbare Erfolgsquote auf, die nicht zuletzt auf eine hohe Sachkompetenz der BeraterInnen schließen lässt.

In zwei Antwortkategorien wurden jeweils die Gründe für die erfolgte, bzw. nichterfolgte Beratungshilfe erfragt. Neben den vier negativ ausgefallenen Bewertungen (s.o.) gab es

schließlich 39 positive Antworten, von denen sich ein größerer Teil (9 Fälle) auf die Aushändigung der Broschüre oder anderem Informationsmaterial bezieht. In einem weiteren großen Anteil der positiven Antworten (17 Fälle) wurde die Person über Beratungsangebote informiert oder es wurden gar konkrete Beratungstermine vereinbart. Direkte Hilfe in Form von rechtlicher oder sonstiger Information und Aufklärung konnte in 7 Fällen gegeben werden.

3.2.2. Auswertung der Infobögen

Insgesamt wurden 100 Informationsgespräche von den Beratern und Beraterinnen nach Beendigung des Gesprächs protokolliert. Sie verteilten sich folgendermaßen auf die 6 Standorte (siehe Abb.18).

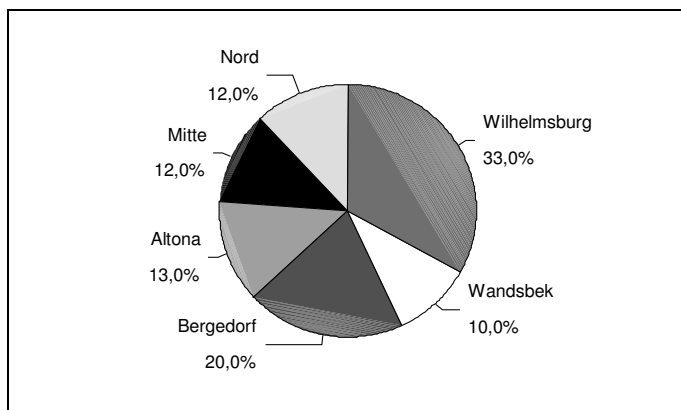


Abbildung 18: Verteilung auf Stadtteile

Insgesamt haben sich 80% deutsche BürgerInnen und 20% ausländische BürgerInnen am Stand über die Einrichtungen der Freien Wohlfahrtspflege und die Kampagne informiert, wobei hier keine definitiven Angaben zur Herkunft vorgenommen wurden.

Kenntnisstand und Einstellungen zum Thema „Verdeckte Armut“

Eine wichtige Frage die, unter anderem, nach dem Informationsgespräch beantwortet werden sollte, war die Aussage über die Informiertheit der Bevölkerung. Die BeraterInnen sollten einschätzen, inwieweit die Personen über das Problemfeld der verdeckten Armut Kenntnisse haben. Die Einschätzung erfolgte über fünf Kategorien. Diese reichten von *nicht* informiert, über *wenig*, *mittelmäßig*, *ziemlich*, bis zu *sehr* informiert. Aus den Antworten ergab sich die folgende Verteilung:

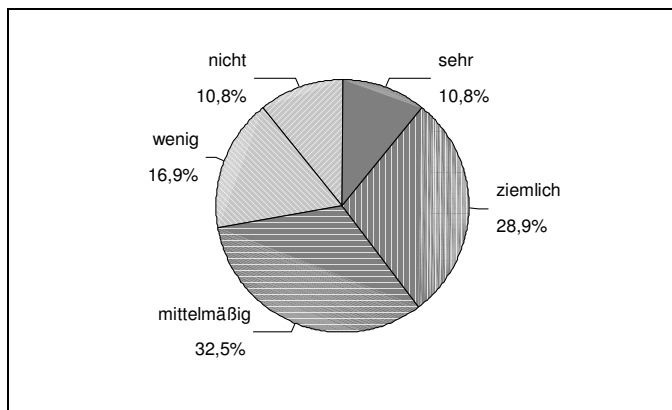


Abbildung 19: Kenntnisstand über „Verdeckte Armut“

In Abbildung 19 ist eine deutliche Zentrierung zu erkennen. So sind 32,5 % der Personen im Allgemeinen mittelmäßig und 28,9 % ziemlich informiert. 16,9 % dagegen sind wenig und 10,8 % nicht informiert. Es gibt aber auch 10,8 % die sehr gut über das Problem der verdeckten Armut informiert sind.

Somit ist festzustellen, dass annähernd dreiviertel der Befragten, d.h. 72 %, mittelmäßig bis sehr über die Thematik der verdeckten Armut informiert sind.

Diese Aussage spricht für das Angebot der Freien Wohlfahrtspflege, allerdings darf die Aussagekraft der Zahlen nicht überschätzt werden. Die Einschätzung über den Informationsstand erfolgte durch die BeraterInnen und nicht durch die entsprechenden Personen selbst. Daher kann es zu Fehleinschätzungen, sowohl in Form von Über- als auch Unterschätzungen, kommen. Auch lassen die Kategorien einen Interpretationsspielraum zu, der bei den Auswertungen nicht abzuschätzen ist. Es können daran auch keine Richtlinien abgelesen werden, wie eine weitere zukünftige Aufklärung zu diesem Thema erfolgreich sein würde. Um dies zu realisieren, müssten die Personen direkt zu ihrem Kenntnisstand befragt werden. Bei der Untersuchung der Auswertungen stellte sich auch die Frage, ob der Kenntnisstand eventuell vom Geschlecht abhängig sein könnte, beispielsweise dass Frauen besser informiert sind als Männer.

Es äußerten sich 41 Frauen sowie 41 Männer und ein Ehepaar zu diesem Thema. Die Frauen schneiden in der Auswertung mit einem Durchschnittswert von 3,27 Punkten besser ab als die Männer. Sie sind um 0,32 Punkte besser über „Verdeckte Armut“ informiert, das entspricht etwa 10%.

Bei der Ermittlung des Mittelwertes ließ sich ein höherer Informationsstand bei den Frauen erkennen, überprüft man jedoch die Signifikanz, wird deutlich, dass man darüber keine Aussage treffen kann. Die Stichprobe ist mit 82 Fällen zu klein, um gültige Aussagen zu treffen. Bei einer größeren Stichprobe würden sich die Zufälligkeiten ausgleichen, bei einer kleinen Stichprobe hingegen, führt es zu Verzerrungen.

Eine weitere Frage, die im Zusammenhang mit dem Kenntnisstand von Interesse ist, ist die nach dem Zusammenhang der Informiertheit und des Alters. Sind bestimmte Altersgruppen informierter als andere?

Die Altersgruppen der 41jährigen bis 65jährigen sowie die der 66jährigen und älter liegen mit einem Durchschnittswert von 3,30 bzw. 3,10 etwas über dem Mittelwert von 3. Die beiden jüngeren Altersgruppen liegen mit den Werten 2,80 bzw. 2,94 knapp unter dem Mittelwert. Zusammenfassend lässt sich bezüglich des Kenntnisstandes zu diesem Thema sagen, dass ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern existiert, dass aber bezüglich des Alters und dem Informiertheitsgrad keine signifikanten Unterschiede zu erkennen sind.

Im Folgenden wird die Einstellung zur Problematik der „Verdeckten Armut“ ausgewertet.

Mit der Fragestellung im Fragebogen „ Können Sie ungefähr die Meinung der Person zum Thema „Verdeckte Armut“ beschreiben?“ hatten die Berater die Möglichkeit NEIN oder JA anzukreuzen, ob sich die Person überhaupt dahingehend geäußert hat. Wurde diese Frage mit JA beantwortet, gab es verschiedene Antwortkategorien, zu denen die Äußerungen der Personen zugeordnet werden konnten. Interessant ist, dass keiner der StandbesucherInnen der Meinung war, „verdeckte Armut gibt es nicht“. Diese Kategorie wird in der Abbildung 20 nicht mehr aufgeführt.

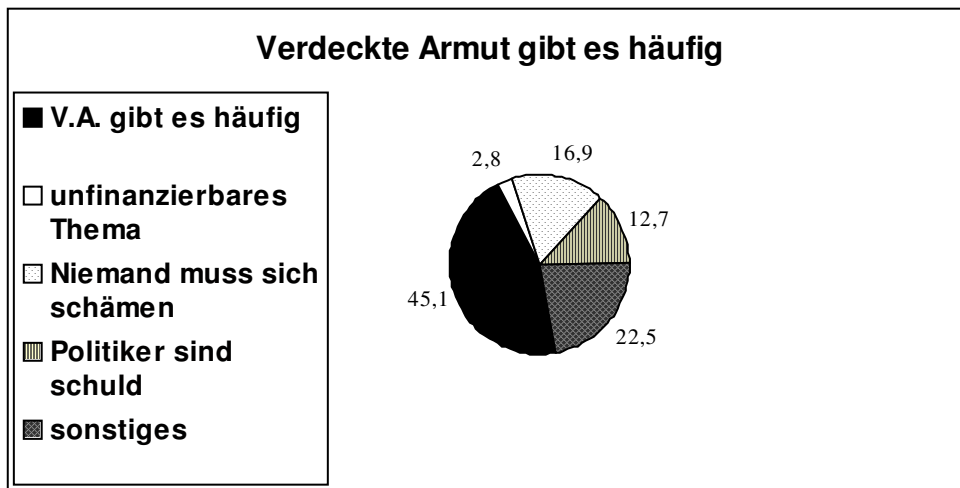


Abbildung 20: Meinung zum Thema „Verdeckte Armut“

45,1% der Personen waren dagegen der Ansicht, dass es verdeckte Armut häufig gibt und 16,9 % äußerten sich dahingehend, dass sich niemand für seine Armut schämen müsste. Die Kategorie „Sonstiges“ umfasst vor allem die Handlungsaufforderung an den Staat. 2,8 % der Passanten war der Meinung, dass es sich bei verdeckter Armut um ein unfinanzierbares Thema handelt. Bei den Aussagen gilt zu beachten, dass sich die Personen von selbst geäußert haben, d.h. sie wurden nicht von den BeraterInnen auf ihre Meinung zu dem Thema angesprochen. Interessant schien uns noch die Fragestellung, inwieweit es Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts bei der Einstellung zu dieser Thematik gibt. Zu der am häufigsten erwähnten Antwort „Verdeckte Armut gibt es häufig“ äußerten sich 34,0% Männer und 22,6% Frauen. Insgesamt sind das 32 Personen von zusammen 51 Personen, die sich überhaupt hinsichtlich der Fragestellung zur Problematik der „Verdeckten Armut“ geäußert haben.

Die Altersgruppe der 41- bis 65jährigen äußerte sich mit einem Anteil von 69 % am häufigsten bezüglich der Antwortmöglichkeit „Verdeckte Armut gibt es häufig“. In den Altersgruppen „bis 30 Jahre“ und „66 Jahre und älter“ konnten die Berater weniger als 50 % Zustimmungen verzeichnen.

Mit 7,8 % äußerten sich die 31- bis 40jährigen am häufigsten zu der Antwortkategorie „Niemand muss sich schämen“.

Die zweithäufigste Äußerung zu der Problematik ist mit 22,5 % in der Kategorie „Sonstiges“ zu verzeichnen. Unter dieser Kategorie ist insbesondere oft der Aufruf der StandbesucherInnen notiert worden, dass „hier der Staat unbedingt handeln muss“.

Lediglich 3,8 % (das entspricht zwei Personen) der Frauen gaben als Standpunkt an, das Armut ein „unfinanzierbares Thema“ wäre. Männer äußerten sich nicht zu diesem Thema.

Wie ist die Haltung zur Kampagne „Fehlt Ihnen etwas?“ im Allgemeinen?

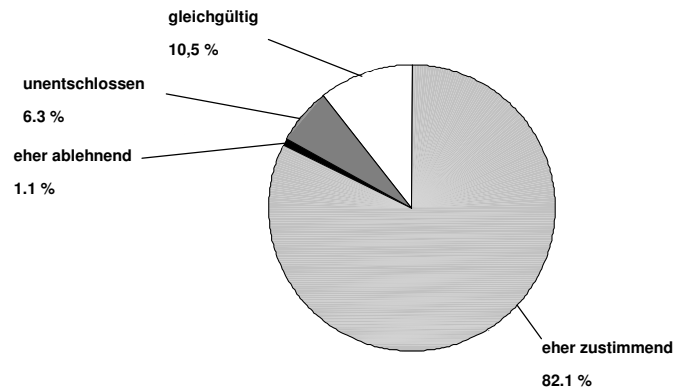


Abbildung 21: Haltung zur Kampagne

Die meisten BesucherInnen des Standes befürworteten diese Aktion. 82,1 % äußerten sich zustimmend zur Kampagne. 10,5 % standen ihr gleichgültig gegenüber. Die Kategorien hinsichtlich „Ablehnung“ und „Unentschlossenheit“ können vernachlässigt werden (siehe Abb. 21).

In der Auswertung zur Frage wie die Einstellungen zur Kampagne in den Altersgruppen verteilt sind, kann zunächst festgestellt werden, dass etwa 82 % dieser eher zustimmen, 5 % unentschlossen waren und für 10 % der Befragten diese keine Bedeutung hatte. Bei Betrachtung der gleichgültigen Gruppe fällt auf, dass 5 von den 9 Stimmen aus der Altersgruppe der zwischen 41 – 65jährigen stammen. Bezogen auf den hohen Anteil dieser Gruppe bei der Befragung bedeuten sie jedoch für diese Gruppe nur 10 % und entsprechen so den anderen Gruppen, die alle einen Anteil dieser Größe besitzen. Man kann insgesamt von einer sehr gleichmäßigen Verteilung innerhalb der verschiedenen Altersgruppen sprechen.

Vergleicht man die Verbindung zwischen Einstellung und Geschlecht erhält man auf beiden Seiten eine Zustimmungstendenz von ziemlich genau 80 %. Auffällig ist hingegen die Differenz bei einer gleichgültigen Haltung. Von den Frauen stimmten 8 % dieser Aussage zu, bei den Männern liegt die Quote bei 14 %.

Frauen stehen der Kampagne etwas positiver gegenüber als die Männer. Das lässt sich insbesondere deshalb gut vergleichen, da das Geschlechterverhältnis sehr ausgewogen ist und

sich Unterschiede in Meinungsäußerungen gut abzeichnen lassen. (Siehe auch zuvor erwähnte Geschlechterverteilung im Allgemeinen).

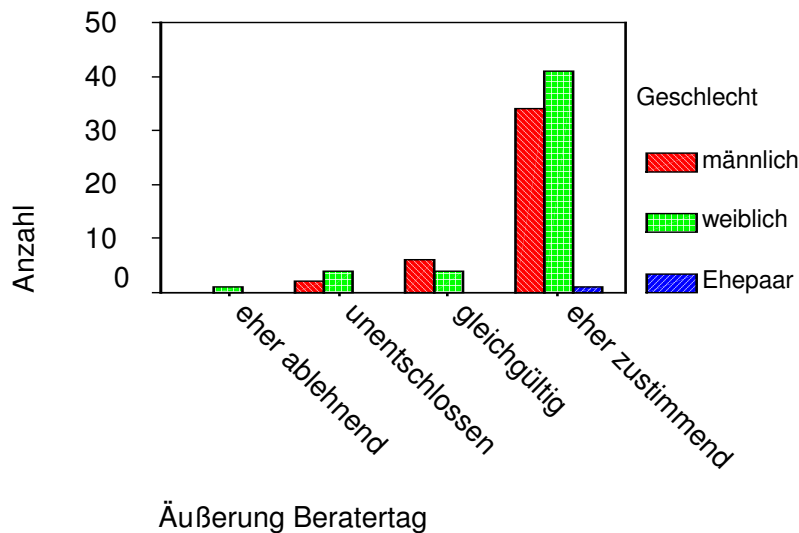


Abbildung 22: Äußerung Beratertag und Geschlecht

Im Zuge der Auswertung ergab sich auch die Frage, inwieweit es Abhängigkeiten zwischen Informationsstand der Menschen und ihrer Haltung zur Kampagne gab. Wir entwickelten daraus die Fragestellung „Haben gut informierte Menschen eine andere Haltung zur Kampagne als vergleichsweise schlechter informierte Menschen?“

Zwischen Einstellung zur Kampagne und dem Informationsstand der befragten Person zeigt sich ein Zusammenhang. So ergab sich bei allen Personen, deren Kenntnisstand als sehr groß eingestuft wurde, eine positive Einstellung.

Bei den Personen, deren Informationsstand ziemlich hoch eingeschätzt wurde, liegt der Wert bei 82,7 %, gleichgültig war er bei 2 Personen dieser Gruppe, also 9 %.

Bei mittlerem Kenntnisstand ergibt sich dann wieder ein größerer Wert von 92,7 % mit positiver Einstellung, der bei den weniger und nicht informiert eingeschätzten Personen nun stetig abnimmt und bei 71,1 % bzw. 50 % liegt.

Von den acht Personen mit keinem Kenntnisstand ergab sich für 4 Personen eine gleichgültige Haltung.

3.3. Auswertung der Beobachtungen am Beratertag

Der Beratertag warf die Fragen auf, inwieweit den verdeckt Armen informierend und beratend geholfen und allgemein auf die Kampagne der Wohlfahrtsverbände zur verdeckten Armut aufmerksam gemacht werden konnte und ob für dieses Anliegen das Medium des Informationsstands sinnvoll ist?

Um diese Fragen beantworten zu können, wurden am Beratertag von den Studierenden an den 6 Standorten in Hamburg Beobachtungen durchgeführt. Es handelte sich hierbei um nicht-teilnehmende, offene und systematische bzw. teilstandardisierte Beobachtungen. Die Beobachtungsvariante war nicht-teilnehmend, da die BeobachterInnen nicht selbst an den beobachteten Interaktionen teilgenommen haben (vgl. Friedrichs, S.273). Die nicht-teilnehmende Variante hat sich aus der Tatsache ergeben, dass die Studierenden nicht nur nicht die Beratenden waren, sondern dass sie sich auch nicht in Hörweite der Gespräche aufhielten, um die Vertraulichkeit der Beratungen nicht zu verletzen. Die Beobachtungsmethode war offen, da die BeobachterInnen grundsätzlich als solche erkennbar waren (vgl. Friedrichs, 1973, S.273), auch wenn sie sich nicht direkt an den Ständen, sondern einige Meter entfernt von ihnen aufhielten. Darüber hinaus handelte es sich aus verschiedenen Gründen um ein systematisches bzw. teilstandardisiertes Beobachtungsverfahren (vgl. ebd.). Zum einen, da der zuvor erarbeitete Protokollbogen die Beobachtung lenkte und auf festgelegte Kriterien fokussierte. Zum anderen, da unter den BeobachterInnen vor Beginn der Erhebung verabredet wurde, zu welchen Zeiten beobachtet wird (30minütige Beobachtungsphasen und 15minütige Beobachtungspausen im Wechsel in der Zeit von 10 Uhr bis zum Ende der Beratungsaktivitäten). Darüber hinaus war selbstverständlich der räumliche Rahmen der Beobachtung festgelegt. Für alle BeobachterInnen galt, dass nur die unmittelbare Umgebung des Standes, nicht aber beispielsweise ein gesamter Ortsteil und dessen Bewohner zu beobachten waren.

Anhand von zwei teilstrukturierten Protokollbögen wurden die Standortsituation sowie die Kontakte zur Bevölkerung protokolliert.

Die Auswertungen der Beobachtungen werden im Folgenden dargestellt.

3.3.1. Ergebnisse der Protokollbögen zur Umgebungsbeobachtung

Um mögliche Erklärungen oder zumindest Erklärungsergänzungen zu den Ergebnissen des Beratertags, die im vorangegangenen Kapitel anhand der quantifizierten Daten aus den Beratungs- und Informationsbögen präsentiert wurden, zu liefern, wurde an dem wohl

entscheidensten Punkt angesetzt, der den Beratertag von der Hotline-Beratung unterscheidet: seine Situierung im öffentlichen Raum.

Diese Situierung der Beratungsaktivitäten ist von der AGFW gewählt worden, um die Effekte des öffentlichen Raums zu nutzen: Erreichen eines breiten Publikums und wohl mit einer hohen Wahrscheinlichkeit auch der Zielgruppe und die nicht vorhandene Zutrittsbeschränkung zu diesem Raum bzw. dessen Nutzung durch alle Bevölkerungsgruppen. Da dem Beratertag somit ein offenes Beratungskonzept in dem Sinne zugrunde lag, dass die Informationsstände und somit auch die Beratungen und Gespräche selbst im öffentlichen Raum angesiedelt waren, kann dieser öffentliche Raum aber auch noch andere Effekte auf eventuelle Beratungssituationen oder generell auf die BesucherInnenzahl am Standort haben.

Zur Rolle des öffentlichen Raums

Der öffentliche Raum ist zum einen gekennzeichnet durch Orte verschiedenster baulicher und architektonischer Konstruktion, die jeder Person frei zugänglich sind. Zum anderen wird ein Ort erst dann zu einem „Raum“, wenn es Menschen gibt, die in ihm agieren, denn „im Mittelpunkt der Betrachtungen über den Raum [...] steht der handelnde Mensch [...]“ (vgl. Anders, 1998, S.20). Im Mittelpunkt unserer Betrachtungen, also der Bewertung der Bilanz des Beratertages, stand die Frage nach dem möglichen Einfluss der jeweiligen baulichen und architektonischen Konstruktion der Beratungsorte einerseits, und des jeweiligen Publikums an jedem Ort andererseits, auf das Verhalten der Menschen, auf den Verlauf der Beratungen und generell auf deren Häufigkeit.

Eine Annahme, die die Forschung innerhalb der Stadt- und Regionalsoziologie leitet, ist die, dass es zwischen der baulichen und physikalischen Beschaffenheit eines Ortes, an dem sich Menschen aufhalten und an dem sie handeln, und ihrem Verhalten an diesem Ort, ein beeinflussendes Verhältnis gibt (vgl. Anders, 1998, S.10). Aus diesem theoretischen Ansatz hat sich im Laufe der Planung der Ergebnisevaluierung des Beratertags die Überlegung ergeben, die jeweiligen Beratungsstände, ihre Ausstattung und v.a. ihre räumliche Umgebung als mögliche Einflussfaktoren auf den Verlauf des Beratertags mit in die Auswertung der Daten einzubeziehen. Auch die Art des Publikums an einem Ort, also die Bevölkerungsstruktur, kann die Reaktion von Personen auf einen Info-Stand beeinflussen und wurde infolgedessen ebenfalls als mögliche Einflussgröße berücksichtigt.

An diese Überlegungen schloss sich für uns die Frage nach der Art dieses Einflusses an bzw. die Frage danach, wie Ort und Publikum sein sollten, damit eine Aktion wie dieser Beratertag gelingen und möglichst viele Personen erreichen kann.

Die inhaltliche Untersuchungshypothese, die sich aus diesen Vorüberlegungen ergeben hat und die diesem Teil der Arbeit zugrunde lag, lautete demnach wie folgt:

Wenn der Ort, an dem der Stand errichtet ist, einladend wirkt, sei es aufgrund seiner baulichen Beschaffenheit oder durch soziale und kommunikative Relevanz, dann wird die Zielgruppe erreicht und Gespräche (Beratungen und Informationsgespräche) finden statt.

Mit dem Begriff „einladend“ wollten wir den vorangegangenen Gedanken fassen, nämlich die Frage danach, wie durch die verschiedenen Komponenten eines öffentlichen Raums (der Ort als physische Komponente und das Publikum als soziale und kulturelle Komponente) die Standorte zum Verweilen einladen könnten und so dem Erfolg des Konzeptes des Beratertags förderlich wären.

Zur Erhebung und Untersuchung dieser verschiedenen Komponenten und letztlich zur Überprüfung der Forschungshypothese ist es darum nötig geworden, die Umgebung der sechs Beratungsstände so wie diese selbst genau zu beobachten und die Beobachtungen für spätere Auswertungen zu protokollieren.

Datenaufbereitung

Im Anschluss an den Beratertag wurde von jedem Standort eine Beschreibung angefertigt, welche die Inhalte der beiden Beobachtungsbögen nach den Kriterien Umgebungs- und Standbeschreibung, Kontaktverlauf, Reaktionen, sowie Tendenzen über Anzahl und Dauer von Gesprächen erfassen sollte. Diese Beschreibungen bilden die Grundlage für die im Folgenden dargestellten Ergebnisse.

Die Ergebnisse der Standortbeschreibungen geben Hinweise darauf, ob und welche Komponenten des öffentlichen Raumes die jeweiligen Standorte zum Verweilen einladend wirken und welche Auswirkungen sich daraus für das Konzept des Beratungsstandes feststellen ließen.

Darstellung der Ergebnisse

Wetter

Zunächst war das Wetter an allen sechs Standorten durchgängig regnerisch, windig und ungemütlich, was unbestreitbar eine schlechte Voraussetzung für ein Beratungsangebot unter freiem Himmel darstellte. Aus diesem Grund blieben die Stände durchweg kaum länger als drei Stunden aufgebaut, obwohl ein bis zu fünfstündiges Beratungsangebot geplant war.

Somit ist eine verminderte Anzahl von Beratungsgesprächen als direkte Auswirkung des Wetters nicht von der Hand zu weisen.

Bauliche/räumliche Umgebung, Verkehrssituation der Standorte, Bevölkerungsstruktur

Als Standorte wurden zentrale Orte und gut besuchte Plätze in den einzelnen Stadtteilen ausgesucht, d.h. immer in der Nähe von Geschäften oder Einkaufsmöglichkeiten, sowie in der Nähe von Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und von Fußgängerüberquerungen. Damit schien zunächst gewährleistet, eine große Anzahl von PassantInnen potenziell zu erreichen. Doch im Einzelnen erwiesen sich sowohl die anscheinend günstige Umgebung als auch die direkte Platzierung des Standes als problematisch.

In Barmbek/Nord wurde der Stand auf einem breiten Bürgersteig vor einem großen Warenkaufhaus aufgestellt. Obwohl das Kaufhaus von zwei Straßen her gut erreichbar ist und eine Fußgängerampel den Fußgängerstrom zwischen Einkaufsstraße und S-Bahnhof an dem Kaufhaus vorbei leitet, befand sich der Stand einige Meter abseits dieses frequentierten Weges, was bereits ausreichte, dass er von vielen Passanten, wenn überhaupt, nur am Rande wahrgenommen zu werden schien.

Für den Stand in Wandsbek wurde eine von eher älterem Publikum gut besuchte Fußgängerzone mit Wohn- und Geschäftshäusern neben einer Hauptstraße gewählt.

Der Standort in Mitte war die direkt an U- und S-Bahn-Stationen gelegene verkehrsreiche Reesendammbücke inmitten eines Wohn- und Geschäftsviertels, in unmittelbarer Nähe von Alster und Rathaus. Dementsprechend groß waren der fahrende Verkehr und der Fußgängerstrom aus Wochenend-Einkäufern und Touristen. Aufgrund dieses erwarteten und eingeplanten Passantenaufkommens wurde dem Stand von der AGFW im Vorfeld eine besondere informative Rolle zugeordnet, was sich in einer quantitativ starken Personalbesetzung widerspiegelte. An der Standortwahl erwies es sich allerdings als problematisch, dass zeitgleich in der Nähe eine Aktion von Umweltaktivisten stattfand, wodurch der Beratungsstand nicht mehr eindeutig abgrenzbar war. Generell war zu beobachten, dass die Passanten möglichst schnell und ungestört weiter kommen wollten.

Ein ähnliches Problem ergab sich auch in Bergedorf. Auch hier war der Stand zwar auf einer Einkaufsstraße vor einem Einkaufszentrum aufgestellt, aber da dieser Ort häufig für Werbungen und Verkäufe genutzt wird, war es zu beobachten, dass AnwohnerInnen die Stelle

mieden, bzw. in einem Bogen umrundeten, um einer Ansprache zu entgehen. Darüber hinaus war hier der Stand besonders ungünstig und uneinsichtig hinter einer Litfasssäule positioniert. Einzig der Stand in Altona/Osdorf befand in einer vorwiegend durch Wohnhäuser geprägten und dadurch nicht sehr stark frequentierten Umgebung. Es waren zwar einige Geschäfte und ein Supermarkt in der Nähe, der Beratungsstand aber wiederum wurde vor einem Geldinstitut aufgebaut, welches an einem Samstag keinen Kundenverkehr hat.

An dem Standort in Wilhelmsburg waren im Vergleich mit den übrigen Orten einige bemerkenswerte Auffälligkeiten zu beobachten. Da in Wilhelmsburg die meisten Gespräche verzeichnet wurden, war die Analyse dieser Auffälligkeiten für uns von besonderem Interesse. Als Standplatz wurde ein urbanes Wohn-/Geschäftsgebiet direkt neben einem Marktplatz gewählt. Da zu dem Zeitpunkt der Beratung ein basarähnlicher Markt stattfand, gab es dementsprechend viel Publikum und es war eine sehr lebhaft Atmosphäre festzustellen. Zwischen Öffnungszeit des Marktes und Frequentierung des Beratungsstandes wurde ein direkter positiver Zusammenhang beobachtet. Zudem war der Stand vor einer sozialen Einrichtung aufgebaut, welche mit Arbeitsloseninitiative, Café und kostenloser Mittagessensausgabe auch als Treffpunkt genutzt wird. Das Publikum an dem Standort war auffallend eher älter und größtenteils mit Migrationshintergrund. Des Weiteren wurde der Eindruck gewonnen, dass sich viele Leute untereinander kannten.

Die Beobachtungen der baulichen Umgebung und der Verkehrssituation an den einzelnen Standorten zeigen auf, dass ein stark frequentierter Ort, der eine gute Grundvoraussetzung für das Erreichen eines breiten Publikums darzustellen scheint, nicht auch ein gutes Wahrnehmen des Standes garantiert. An solchen Standorten, die als Orte mit Durchgangscharakter ohne Sitz- und Verweilgelegenheiten zu kennzeichnen sind, scheint es wichtigstes Anliegen der Passanten zu sein, möglichst eilig voran zu kommen. Ob die zudem festgestellten erhöhten Verkehrslärmemissionen an den zentralen Standorten Auswirkungen auf das Verhalten der Passanten hatte, kann nur vermutet werden. Die Besonderheiten des Standortes in Wilhelmsburg legen die Bestätigung der Annahme nahe, dass Orte, die weniger Durchgang als auch Treffpunkt sind und an denen die Menschen sich untereinander bekannt sind, einladend für Gespräche zu sein scheinen.

Ausstattung der Beratungs- und Informationsstände

Die Ausstattung der Beratungs- und Informationsstände wirkte allgemein unscheinbar und dürftig. Die kleinen Infotische und wackeligen Sonnenschirme erwiesen sich bei dem

schlechten Wetter als unzweckmäßig. Ebenso wurden die in schwarz-weiß gehaltenen Werbeplakate von den Beobachtern als unscheinbar und nicht sonderlich ansprechend eingeschätzt. So war teilweise zu beobachten, dass Passanten von dem auf dem Bürgersteig aufgestellten „Kundenstopper“ zwar oft gestoppt wurden, jedoch ihre Aufmerksamkeit von dem aufgebrachten Plakat nicht immer geweckt werden konnte. Die kargen, vor dem Wetter ungeschützten und insgesamt nicht gut beworbenen Beratungs- und Informationsstände wirkten somit nicht besonders ansprechend und einladend.

Bei dem schon besonders erwähnten Stand in Wilhelmsburg ist in diesem Zusammenhang noch eine weitere Auffälligkeit zu verzeichnen. Aufgrund des Regens wurde die Beratung vom Bürgersteig weg, hin in den mit Pavillons überdachten und mit Stühlen ausgestatteten Vorgarten der sozialen Einrichtung verlagert. Ein Teil der BeraterInnen präsentierte sich dabei weiterhin quasi als „Reinwinker“ auf dem Bürgersteig. Dieser Umzug entfaltete eine schutzbietende und einladende Wirkung, denn der Stand im Vorgarten war die gesamte Zeit über sehr gut besucht. Interessant an dieser Entwicklung im Hinblick auf Durchführung und Erfolg des Konzeptes „Beratungsstand“ ist, dass durch den Umzug ein Teil des Beratungstandes nicht mehr im öffentlichen Raum lag, sondern im privaten Raum eines Vorgartens.

Verhalten Berater/Publikum

Obwohl auch der aufgebaute Beratungsstand und insbesondere der Kundenstopper die Aufmerksamkeit der PassantInnen zu erwecken schienen, kamen die Kontakte und Gespräche größtenteils aufgrund der Initiative der BeraterInnen zustande. Es wurde beobachtet, dass an den Ständen, an denen sich die BeraterInnen zunächst abwartend verhielten, zunächst auch sehr wenig Gespräche zu verzeichnen waren.

Der Apfel als beabsichtigtes Kontaktmedium wurde nicht einheitlich eingesetzt, teils wurde er den PassantInnen angeboten, oder aber auch in der Hand gehalten, teilweise zum Gesprächsende mitgegeben. Obwohl auch viele Kontaktangebote seitens der BeraterInnen von den Vorübergehenden abgeblockt wurden, waren nur selten unsachliche oder sich rüde beschwerende BesucherInnen zu beobachten.

In zwei bemerkenswerten Fällen erzeugte das Verhalten der BeraterInnen erkennbare Irritation bei den PassantInnen. An einem Standort entfernten sich die BeraterInnen zeitweilig vom Informationsstand, um ihren Radius beim Ansprechen des Publikums der Umgebung zu erhöhen. Dadurch wirkte der Stand aber verwaist und interessierte PassantInnen fanden

keinen Ansprechpartner. An einem anderen Standort formierte sich die Beratergruppe häufiger zu einem Gesprächskreis miteinander, so dass eine Abwehrhaltung gegenüber Interessierten erweckt wurde.

Die Beobachtungen lassen den Schluss zu, dass neben den Voraussetzungen einer einladend wirkenden Standumgebung und -ausstattung, auch das initiative Verhalten der BeraterInnen ein elementares Kriterium für den Erfolg des Konzeptes des Beratungsstandes ist. Dieses Beobachtungsergebnis ist interessant im Hinblick auf die Ausgangsthese, dass bei einem niedrigschwelligen Beratungsangebot die Bevölkerung erreicht wird. Eine direkte Ansprache widerspricht eher einem barrierefreien Zugang, denn der/die BürgerIn entscheidet sich ja in dem Moment der Ansprache nicht mehr freiwillig für den Kontakt zu dem Berater.

3.3.2. Ergebnisse der Protokollbögen zur Kontaktbeobachtung

Datenaufbereitung

Da es sich im Nachhinein aufgrund recht kurzer, stichwortartiger Protokollierung als schwierig erwies die Kontaktbogen qualitativ auszuwerten, wurde beschlossen, die protokollierten Beobachtungen quantitativ auszuwerten, um so Häufigkeiten und Auffälligkeiten zu erfassen sowie Vergleichbarkeit zu erlangen.

So wurden die protokollierten Kontakte durchnummeriert und nach Standort notiert. Es wurde erfasst, ob es einen Vorkontakt gab und wie dieser zu Stande kam (durch Werbung, Interesse am Stand, Gespräch mit Umstehenden). Außerdem wurde festgehalten durch wen die Kontaktinitiative erfolgte (BesucherIn, BeraterIn, beide) und wie dies geschah (Kontaktaufnahme durch Apfel, Broschüre, Aufeinanderzugehen, Ansprechen). Der protokollierte Kontaktverlauf wurde nach der Gesprächsführung (abwechselnd-ausgeglichen bzw. Dominanz von BeraterIn oder BesucherIn) festgehalten und ein Wechsel im Verlauf mit anschließender Gesprächsführung dokumentiert. Auch der Kontaktabschluss (beidseitig oder abrupt einseitig) wurde notiert und bei einem Abbruch dessen Initiator (Berater, Besucher). Was den Besuchern mitgegeben wurde (Apfel, Broschüre, beides), wurde ebenfalls erfasst. Die Kontaktdauer wurde über sechs Kategorien (unter einer Minute, eine bis fünf Minuten, sechs bis zehn Minuten, elf bis fünfzehn Minuten, sechzehn bis zwanzig Minuten und über zwanzig Minuten) festgehalten. Notierte Besonderheiten wurden berücksichtigt. Anhand der

kreierten Kategorien wurde eine SPSS-Matrix eingerichtet, in die dann die protokollierten Aufzeichnungen der Kontaktbögen übersetzt wurden. Anschließend wurden absolute und standortbezogene Häufigkeitstabellen und Kreuztabellen erstellt.

Ergebnisse

Die Häufigkeitstabellen ergaben, dass knapp ein Viertel aller protokollierten Kontakte in Wilhelmsburg erhoben wurden, in Wandsbek hingegen nur 3% aller Fälle. In über einem Drittel der erfassten Kontakte kam es zu einem Vorkontakt, der sich zu knapp 19% in einem Interesse am Stand mittels Betrachtung aus der Nähe und zu gut 13% in einer Angesprochenheit durch die Außenwerbung des Standes äußerte. Die Kontaktinitiative erfolgte dann in knapp 70% der Fälle durch die BeraterInnen; und zwar in knapp 30% der Initiativen durch ein Zugehen auf die Besucher und ein Ansprechen dieser. Der Apfel wurde in knapp einem Fünftel der Fälle als Kontaktmedium genutzt, die Broschüre zu einem Zehntel. Insgesamt wurde in 18% der Fälle ein Apfel mitgegeben in 19% eine Broschüre. Die meisten erfassten Kontakte (gut 46%) dauerten eine bis fünf Minuten. Ein Drittel der Kontakte beschränkte sich auf eine Dauer unter einer Minute.

Die erstellten Kreuztabellen ergaben eine Vergleichbarkeit der Standorte bezüglich Kontaktinitiativen und Kontaktdauer. Außerdem wurden die Kontaktinitiative mit der Kontaktdauer in Verbindung gesetzt. Insgesamt wurde die Kontaktinitiative zu knapp 70% von den BeraterInnen und knapp 30% von den BesucherInnen gestartet. In Wilhelmsburg waren die BeraterInnen mit gut 78% der Kontaktinitiativen am aktivsten. Im Bezirk Nord waren hingegen die BesucherInnen mit 56% stark initiativ. Hier überwogen die von den BesucherInnen initiierten Kontaktinitiativen gegenüber denen der BeraterInnen; in Wandsbek waren die Initiativen ausgeglichen und an allen anderen Standorten überwogen deutlich die Initiativen der BeraterInnen. Die Kontaktdauer betrug in gut 30% der Fälle lediglich weniger als eine Minute. In Osdorf/ Altona waren dies sogar knapp 48% der Fälle. Die meisten Kontakte (gut 46%) dauerten eine bis fünf Minuten. In Bergedorf, Osdorf/ Altona und dem Bezirk Mitte überwogen jedoch die sehr kurzen Kontakte von bis zu einer Minute. In Bergedorf sind aber auch die meisten längeren Kontakte von über zehn Minuten verzeichnet worden. Bei den sehr kurzen Kontakten überwogen die Initiativen der BeraterInnen, während die eine bis fünf Minuten dauernden Kontakte überwiegend von den BesucherInnen initiiert wurden. Bei den über zehnminütigen Kontakten überwog die Besucher-Initiative.

3.3.3. Fazit

Für einen quantitativ messbaren Erfolg des Beratertages war das für eine öffentliche Aktion sicherlich entscheidendste Kriterium „Wetter“ unbestritten zu schlecht. Aber die Beobachtung der Standorte, Stände und Kontakte lieferte Material für einige bemerkenswerte Ergebnisse.

Zunächst verweisen die - trotz überall gleich schlechtem Wetters – unterschiedlichen Erfolgsquoten der verschiedenen Standorte auf die grundsätzliche Relevanz von Umgebung und Ausstattung der Informations- und Beratungsstände. Nur eine zum Verweilen einladende Atmosphäre von beidem schafft es, die Aufmerksamkeit der Menschen zu wecken und sie zum Innehalten zu bewegen.

Des Weiteren hat sich gezeigt, dass das Medium des Beratungsstandes dem Kriterium der Niedrigschwelligkeit für Beratungsangebote nicht gerecht wurde. Es war offensichtlich, dass die Öffentlichkeit der Straße die erforderliche Anonymität nahm und dadurch eine Hemmschwelle aufgebaut wurde. Die Kontakte wurde folglich mehrheitlich nicht durch Initiative der Zielgruppe der Bevölkerung aufgebaut, sondern durch gezielte Ansprache durch die BeraterInnen. Die dadurch zustande gekommenen Gespräche waren grundsätzlich kurz, was eher auf einen informativen denn auf einen beratenden Charakter des Gesprächs hinwies. Da das Angebot eines Beratungsstandes das Kriterium der Niedrigschwelligkeit somit nicht ganzheitlich erfüllte, kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Zielgruppe in vollem Umfang erreicht wurde.

3.4. Ergebnis der Presseauswertung

Die Presseauswertung sollte erfassen, inwiefern die Kampagne „Fehlt Ihnen etwas?“ von der Presse aufgenommen wurde. Die folgenden dargestellten Ergebnisse beschäftigen sich mit dieser Frage.

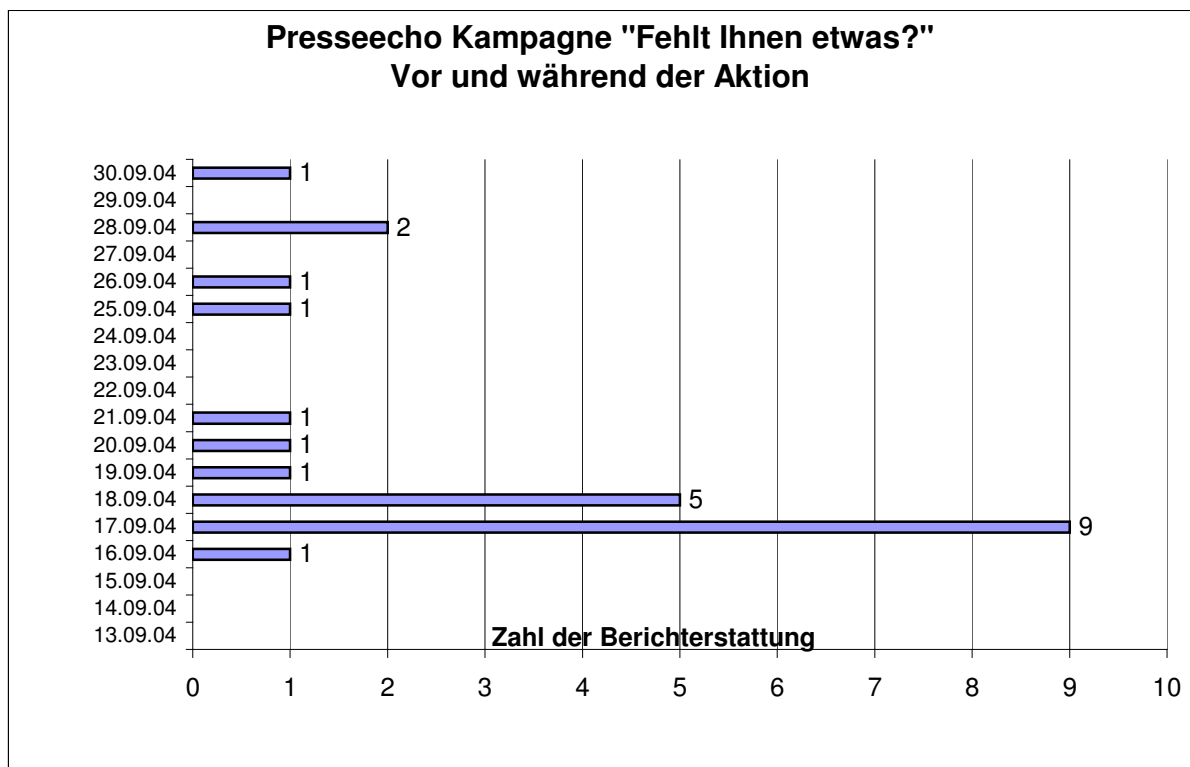


Abbildung 23: Presseecho

Zeitliche Einordnung

Am 13.09.04 wurden Informationen zur Kampagne und eine Einladung zur Pressekonferenz per Mail an 70 JournalistInnen regionaler und überregionaler Medien per Mail verschickt. Auf der Pressekonferenz am 17.9.04 waren JournalistInnen folgender Medien anwesend: Welt am Sonntag, Abendblatt, Evangelischer Pressedienst, Lokalanzeiger Nord, Radio NDR 90,3, TV Hamburg 1 sowie ein freier Journalist. Der Versand einer weiteren Pressemitteilung erfolgte am 27.09.04 an den identischen Mail-Verteiler. Daraus resultieren die im Diagramm 1 aufgeführten Berichterstattungen vom 28. und 30.09.2004. Eine weitere Pressemitteilung, die auf den kommenden Beratertag hinwies, erfolgte am 20.10.04 und eine letzte

Pressemitteilung, welche die Ergebnisse der Kampagne dokumentierte, ging am 25.11.04 an 70 Journalisten der verschiedenen Medien.

Die Resonanz auf die erste Pressemitteilung vom 13.09.04 war zunächst gering. Nur ein Medium berichtete auf Basis der online verschickten Informationen. Die Resonanz der Pressekonferenz war dagegen höher. Von den 70 angeschriebenen JournalistInnen, die zum Teil für das selbe Medium arbeiten, erschienen sieben zur Pressekonferenz, die am 17.09.2004 stattfand. Von diesen sieben teilnehmenden JournalistInnen wiederum berichteten sechs zeitnah über das Thema. Ein weiterer Teilnehmer war ein freier Journalist; deshalb kann eine Berichterstattung weder zugeordnet noch verworfen werden. Das bedeutet eine aus der Pressekonferenz resultierende Berichterstattung zwischen circa 86 – 100 Prozent. Die hohe Zahl der Berichte am 17.09.04 ist auf Mehrfachberichterstattungen, sechsmal über den Tag verteilt, von NDR 90,3 zurückzuführen sowie von Hamburg 1.

Am Samstag, den 18.09.004 berichteten u.a. die großen Hamburger Zeitungen TAZ, Die Welt, Abendblatt. Insgesamt resultierten 22 Berichterstattungen aus der ersten Pressemitteilung und der darauf folgenden Pressekonferenz am 17.09.04.

20 Berichterstattungen aus Abbildung 24 sind konkreten Tagen bzw. Daten zuzuordnen sowie 2 weitere Berichterstattungen im September dem Monat (vgl. Abb. 25).

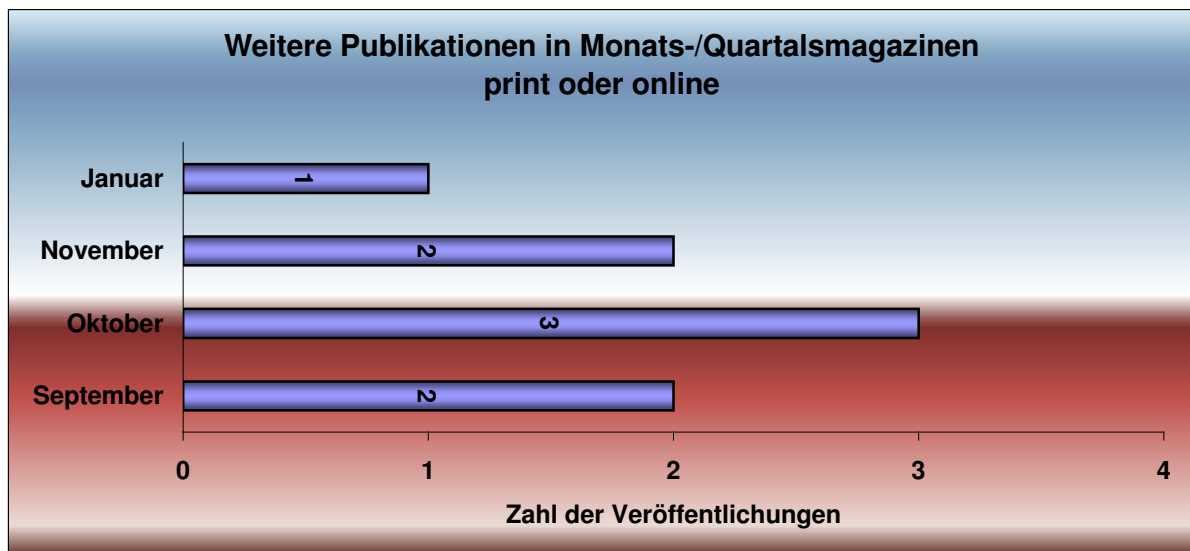


Abbildung 24: Weitere Publikationen

Ergänzend berichteten noch weitere Medien und zwar am 3.10. zwei Medien, 20.10. ein Medium und am 23.10.04. zwei Medien.

Die Berichterstattungen am 3.10.04 und eventuell vom 20.10.04 sind auf die Pressemitteilung vom 27.09.04 zurückzuführen. Die Berichterstattung vom 23.10.04 und ev. noch vom 20.10.04 ist das Ergebnis einer weiteren Pressemitteilung vom 20.10.04. Die drei Berichterstattungen im November und Januar resultieren aus dem Versand des Abschlussberichts per Mail an den bisherigen Presseverteiler.

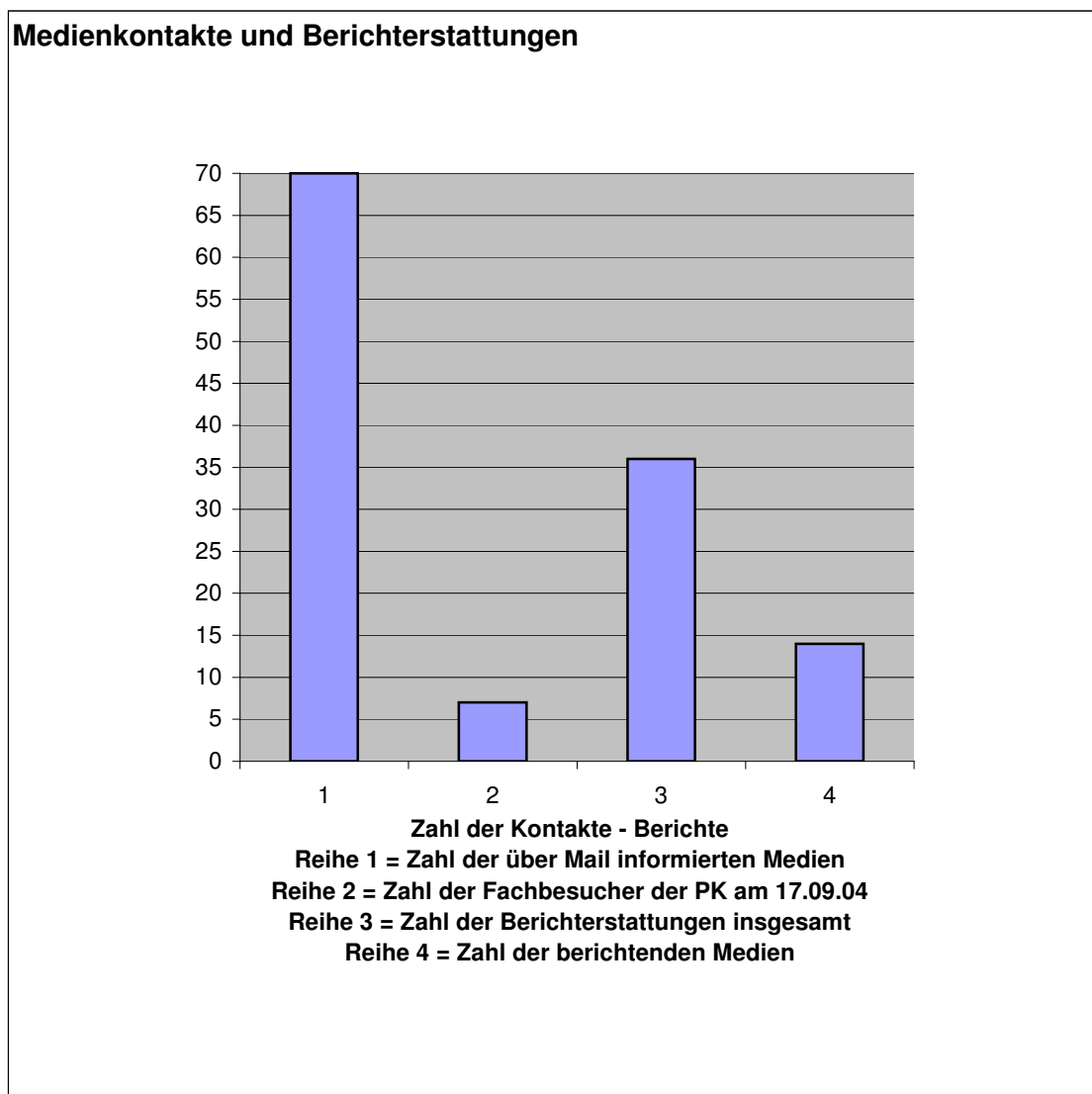
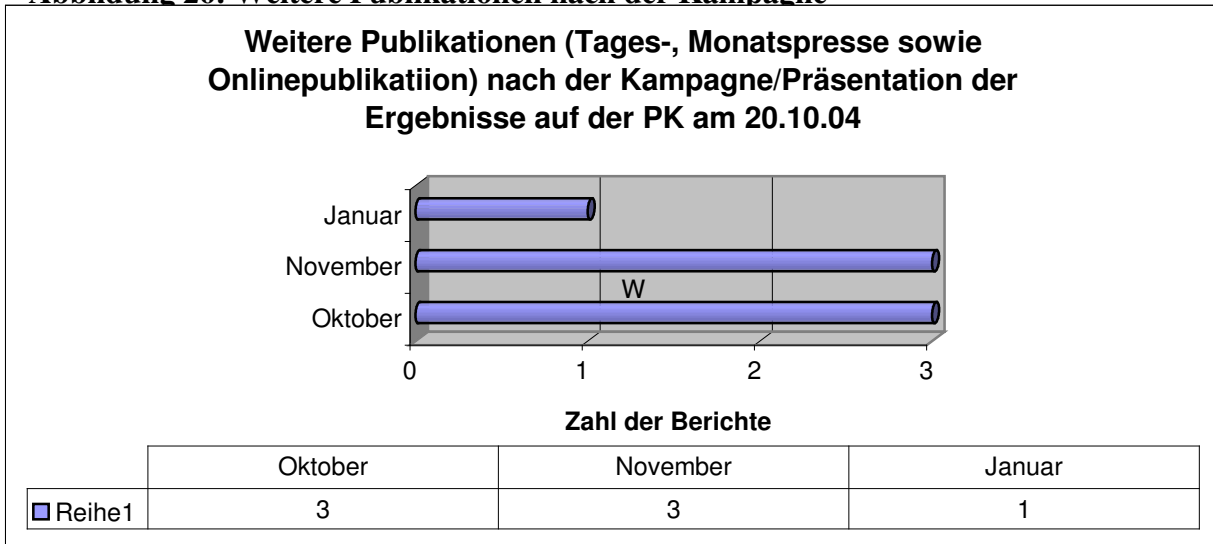


Abbildung 25: Medienkontakte und Berichterstattungen

70 Medienvertreter bekamen vier Mal per Mail Informationen über die Kampagne, die Hotlinetage, die Beratertage, eine Einladung zur Pressekonferenz sowie das Kampagnenergebnis. Sieben JournalistInnen besuchten die Pressekonferenz. Insgesamt

berichtet im Beobachtungszeitraum 14 Medien mit 36 redaktionellen Beiträgen über die Kampagne.

Abbildung 26: Weitere Publikationen nach der Kampagne



Die Resonanz auf die Veröffentlichung der Ergebnisse der Kampagne per Mail an den bekannten Presseverteiler ist mit sieben Veröffentlichungen gering.

Leser-, Zuhörer- und Zuschauerzahlen

Nachweislich konnten potenziell 3.262.920 Millionen Menschen über die Medien von der Kampagne erfahren. Das ist ein insgesamt hervorragendes Ergebnis.

Es ist jedoch davon auszugehen, dass die tatsächliche Zahl höher ist, da sich in den 3.262.920 Millionen Leser- und Auflagenzahl miteinander vermischen. Die tatsächliche LeserInnenzahl ist immer höher, als die Auflage. Doch haben wir nicht für jedes Heft Zahlenangaben zu den LeserInnen und deshalb die jeweils niedrigere Auflagenzahl in der Addition berücksichtigt.

Jede Auflage beziehungsweise jedes Medium wurde nur einmal gezählt, auch wenn an mehreren Tagen über die Kampagne berichtet wurde.

Außerdem konnten einige Medien nicht in der Zählung berücksichtigt werden, da keine Angaben über LeserInnen vorliegen. Dies trifft zu hundert Prozent bei Onlinepublikationen und den epd sowie der Katholischen Nachrichtenagentur zu. Auch daraus haben sich weitere

Leserkontakte ergeben, so dass ein Ergebnis von ungefähr deutlich über **3,3 Millionen Menschen** formuliert werden kann.

Wären Anzeigen in den Medien, die über die Kampagne berichtet haben in dem Umfang der Presseberichterstattung geschaltet worden, entspräche das einem Gesamtpreis von 44.285,89 Euro. Ausgegangen sind wir dabei - wie bereits erwähnt - von: Einer sw-Anzeige, ¼ Seite Eckfeld, bei Tageszeitungen Samstagsausgabe sowie Spots à 30 Sekunden. Beim Fernsehen und im Radio haben wir pro Sendestunde, in der über die Kampagne berichtet wurde, fiktiv einen Werbspot pro Stunde angerechnet. Nur bei Radio Hamburg haben wir zwei Werbespots in einer Stunde angesetzt, da über die Kampagne in einer einstündigen Kirchsendung berichtet wurde und sowohl die thematische Nähe als auch die erreichte Hörergruppe deutlich höher zu bewerten sind. Der Gesamtpreis von 44.285,89 Euro ist nur als unterer Wert zu sehen, da in einigen Medien keine Anzeigen geschaltet werden können. Das ist besonders bedeutsam bei NDR 90,3. Denn 90,3 hat sechsmal berichtet und hat damit alleine 362.000 Menschen potenziell erreicht.

Subjektive Bewertung des Ergebnisses

Die erste Pressemitteilung am 13.09.04 wurde zu spät verschickt. Bei den Medien mit einer redaktionellen Wochenplanung ist der Zeitraum zwischen Einladung und Pressekonferenz (17.09.04) zu kurz.

Die Resonanz auf die Einladung ist auf den ersten Blick enttäuschend. Nur zehn Prozent der angeschriebenen JournalistInnen erscheinen zur Pressekonferenz. Positiv ist, dass nachweislich sechs der sieben JournalistInnen über die Kampagne berichtet haben. Und obwohl rein zahlenmäßig das Ergebnis enttäuschend ist, lässt es sich, bei anderer Gewichtung, positiv bewerten. Denn die für Hamburg wichtigsten Medien mit hoher Auflage, Zuschauer- oder Hörerzahl haben über die Kampagne noch am Tag der Pressekonferenz oder den Folgetagen berichtet. Dazu zählen: Hamburger Abendblatt, Morgenpost, Die Welt, TAZ, Neue Kirchenzeitung, Hamburg 1, NDR 90,3. Diese Medien garantieren eine hohe Auflagen, Zuschauer- oder Hörerzahl sowie eine heterogene Kundenstruktur bezüglich Alter, Bildung und Einkommen. Die Wahrscheinlichkeit, über diese Medien sowohl nicht von dem Thema „Verdeckte Armut“ - Betroffene, als auch Personen zu erreichen, die zur betroffenen Personengruppe gehören, ist groß.

Das Ende der Kampagne hätte auch von einer Pressekonferenz begleitet sein müssen. Besonders mit Hinblick auf die umfassende Berichterstattung nach der ersten Pressekonferenz

durch Hamburg 1 und NDR 90,3 war deutlich zu erkennen, dass diese Medien nicht durch Zusendung von Mitteilungen aktiviert werden. Stichwort: O-Töne, also persönliche Interviews.

Insgesamt war das Medieninteresse zum Start der Aktionen (Hotline und Beratertag höher als zum Ende). Es lässt sich nicht genau sagen, ob intensivere Maßnahmen das positiver beeinflusst hätten oder ob die Medien nicht eher nur ein Interesse an einem Veranstaltungshinweis als an einer abschließenden Berichterstattung über die Kampagne und die vorläufigen Ergebnisse zum Thema „Verdeckte Armut“ hatten.

Abgesehen von den großen Meinungsbildnern/Medien haben alle angeschriebenen Medien berichtet, deren Inhalte und Zielgruppen grundsätzlich zum Thema „Verdeckte Armut“ passen. Das sind: Hinz und Kunzt, evangelischer Pressedienst, Diakoniereport, Neue Kirchenzeitung, die Kirchensendung bei Radio Hamburg, Sozialcourage, katholische Nachrichtenagentur, Eppendorfer Zeitschrift für Psychiatrie.

Auch bezüglich der potenziell durch die Medien erreichten Menschen kann die Kampagne als Erfolg gewertet werden. Über 3,3 Millionen Menschen wurden theoretisch durch die Medien informiert. Hätte man in diesen Medien Anzeigen geschaltet, um für die Kampagne und das Thema zu werben, hätten als unterstes Limit 44.285,89 Euro investiert werden müssen. Wichtige aber werbefreie Medien wie NDR 90,3 wären damit allerdings nicht erreicht worden.

Fazit/Ausblick

Trotz einer zurückhaltenden Pressearbeit ist das Ergebnis ein Erfolg. Die großen Medien der Stadt haben über den Start der Kampagne berichtet. Die erste Pressemitteilung hätte früher erfolgen müssen, damit Redaktionen mit einer Wochenplanung den Termin der Pressekonferenz hätten integrieren können. Das Ende der Kampagne hätte ebenfalls von einer Pressekonferenz flankiert sein müssen. Die Frage, ob ein Versand der Presseunterlagen ausschließlich über Mail empfehlenswert ist, kann nicht ganz klar beantwortet werden. Sicherlich stellt dies die preiswerteste und Zeit sparendste Möglichkeit der Kommunikation dar. Dennoch ist zu überlegen, ob parallel zur Mail-Versendung nicht auch der Postversand der Presseunterlagen sinnvoll ist.

4. Gesamtbewertung

Die Auswertungen sowohl der Hotline als auch des Beratertags zeigen, dass viele der beratenen Personen nur wenig oder gar nicht darüber informiert sind, welche rechtlichen Ansprüche ihnen in einer sozialen Notlage zustehen. Dieses Unkenntnis erwies sich als der häufigste Grund dafür, dass Menschen ihre Ansprüche auf Sozialleistungen bisher nicht geltend gemacht haben. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass hier ganz offensichtlich ein Beratungsdefizit vorherrscht. Problematisch ist aber auch, dass Betroffene oft nicht wissen, an wen sie sich mit ihren Fragen wenden können. Kenntnisse über die vielfältigen Beratungsangebote der Freien Wohlfahrtspflege waren nur bei wenigen NutzerInnen der Kampagnenangebote vorhanden.

Die Aktionen der Kampagne „Fehlt Ihnen etwas?“ leisten daher einen wichtigen Beitrag.

5. Literatur

Anders, Gerd: Stadt der Öffentlichkeit: zum Stadtbau. Frankfurt a. M.: Haag und Herchen, 1998.

Engels, Dietrich: Nicht-Inanspruchnahme zustehender Sozialhilfeleistungen. Download unter: www.isg-institut.de/2Armutreichtumsbericht.html, 19.01.05.

Flick, Uwe (Hg.): Qualitative Sozialforschung: eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag, 2002.

Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. 14. Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1990.

Groenemeyer, Axel (1999a): Soziale Probleme, soziologische Theorie und moderne Gesellschaften. In: Albrecht, Günter; Groenemeyer Axel; Stallberg, Friedrich (Hrsg.): Handbuch soziale Probleme, Opladen; Wiesbaden: Westdt. Verl., 13-72.

Groenemeyer, Axel (1999b): Armut. In: Albrecht, Günter; Groenemeyer Axel; Stallberg, Friedrich (Hrsg.): Handbuch soziale Probleme, Opladen; Wiesbaden: Westdt. Verl., 270-318.

Hamburger Abendblatt vom 17.12.2003.

Institut für Sozialberichterstattung und Lebenslagenforschung: Verdeckte Armut in Deutschland. Frankfurt am Main 1998 (www.einblick.dgb.de/archiv/9809/tx980902.htm)

Neumann, Udo: Struktur und Dynamik von Armut. Eine empirische Untersuchung für die Bundesrepublik Deutschland. Freiburg, 1999.

Perls, Hefferline, Goodman: Gestalttherapie – Grundlagen, München, 1991

Perls, Hefferline, Goodman: Gestalttherapie – Praxis, München, 1991

Schetsche; Michael (1996): Die Karriere sozialer Probleme. Soziologische Einführung. München: Oldenbourg.

Schnell, Hill, Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung; München; 1999

www.hamburg.de/Behoerden/Pressestelle/Meldungen/tagesmeldungen/1998/maerz/w14/mo/news.htm, 19.01.05.