

Klient oder Kunde – Eine zentrale Frage sozialarbeiterischen Handelns?

Es ist nicht mehr zu leugnen, der Kundenbegriff in der beruflichen Alltagssprache der Sozialen Arbeit beginnt sich immer mehr einzubürgern. Besonders die Auseinandersetzung um das Konzept des "New Public Managements", das sich mit den betriebswirtschaftlichen Termini wie "Neue Steuerung", "Outputorientierung", "Qualitätssicherung und -standards", "Sozialmanagement" oder "Controlling" näher beschreiben läßt, bildet die Basis für die Einführung der Kundenorientierung im sozialen Dienstleistungssektor. An Hand dieser Inhalte wurden bzw. werden die Aufgaben (mit dem Hintergedanken der Kostenreduktion) der öffentlichen Verwaltung neu definiert und in der Folge die Bürger zu Kunden. Gleichzeitig mußten auch die ins Gerede (der Vorwurf richtete sich gegen die Ineffizienz, den Dilettantismus und die Unprofessionalität) gekommenen Vertreter der "Freien Wohlfahrtsverbände bzw.-träger" auf diese Vorwürfe reagieren. Und sie taten dies, indem sie die Denkweisen modernen Managements in ihre sozialen Unternehmen aufnahmen. Damit war die Kundenorientierung aus den "Leitbildern" der freien Träger nicht mehr wegzudenken. Aber wie ist dies nun wirklich mit den Kunden im Sozialen, vor allem dann, wenn auf betriebswirtschaftliche Konzepte rückgegriffen wird.

Versuchen Sie einmal, um mit einem einfachen Gedankenspiel zu beginnen, die Frage nach dem Kunden an den Manager eines Wirtschaftsunternehmens zu stellen. Vermutlich wird dieser darauf mit einem müden Lächeln reagieren und, wenn überhaupt, hinweisen, daß es jene Geschäftspartner, Institutionen oder Menschen sind, die den Kauf (meist über das Zahlungsmittel "Geld") der angebotenen Waren tätigen.

Bleiben wir daher noch kurz beim *Geld*. Dieselbe Frage an den Besitzer einer Baufirma gerichtet, der seine Aufträge (z.B. Bau von Straßen) von der Kommune, vom Land bzw. Bund erhält. Die Antwort wird wieder sehr eindeutig ausfallen: Auftraggeber/in ist der- oder diejenige, der/die das Geld für die Durchführung der Dienstleistung zur Verfügung stellt. Niemand kommt dabei auf die Idee, den einzelnen Straßenbenützer (Auto-, Motorrad- bzw. Radfahrer) als Kunden zu bezeichnen. Und genauso verstehe ich professionelle Sozialarbeit, die sich als Erbringer einer Dienstleistung sieht, die über "Öffentliche Aufträge" zustande kommt. Fast immer besitzen die Klienten bzw. Kunden eines "sozialarbeiterischen Angebots" nicht die nötigen Geldmitteln, sich ihre individuelle "Hilfe" zu kaufen (eine Ausnahme -wahrscheinlich wird es noch andere Einzelfälle geben - stellt dabei der Umgang mit dem Pflegegeld für die "Persönliche Assistenz" dar). Im Sinne der Kundenorientierung müßten somit die Hilfesuchenden die Geldzuwendungen "bar" ausbezahlt bekommen, um anschließend mit diesen, das für sie adäquateste Angebot auszusuchen.

Im Bereich der "sozialen Dienstleistungen" würde ein derartiges Ansinnen vermutlich mit Entrüstung verworfen. Letztendlich bedeutet für mich ein derartiges Verhalten das Außerkraftsetzen der Marktmechanismen und verliert dadurch die Legitimation, den Kundenbegriff zu verwenden. Grundsätzlich muß konstatiert werden, daß der Kundenbegriff für Unterstellungen mißbraucht wird, die im "Sozialbereich" nicht gegeben sind. So besteht bei den meisten "Kunden" keine Kundensouveränität. D.h. sie können nicht unter verschiedensten Produkten wählen (ich denke nur an das Sozialamt mit seinen Sachbearbeitern/innen oder das Jugendamt mit dem/der "Sprenkelsozialarbeiter/in" – hier besteht keine Wahl, sich die "besten" bzw. "angenehmste/n" Betreuer/in

auszusuchen). Aber auch die Kunden in der "freien Wohlfahrt" sind gezwungen, sich den nicht immer kundenfreundlichen Vorgaben der Anbieter (z.B. keine Organisation läßt es zu, daß ein/e Betreuer/in überdurchschnittlich viele Klienten auf Grund von "Kundenwünschen" betreut, während andere Daumendrehen; oder denken Sie nur an die vielgerühmte Freiwilligkeit der Klienten, einer Maßnahme, die unmittelbar ihre Lebensvollzüge betreffen, zu akzeptieren) zu unterwerfen. Wie absurd aber die Verwendung des Begriffes "Kunde" werden kann, zeigt sich zum Beispiel daran, wenn der Kundin "Mutter" ihr Kinder abgenommen oder dem Kunden "Straffälliger" Bewährungshilfe verordnet wird.

Aber allein die Überlegung, die die Wirtschaft immer anstellen muß, daß mehr Kunden auch immer mehr Profit abwerfen - daher auch die Suche nach "Kunden" bzw. "Kundenwünschen" - pervertiert im Sozialen zum Gegenteil. Dort heißt es, je mehr Kunden desto mehr Ausgaben und damit höhere finanzielle Belastungen der Öffentlichen Hand.

Andererseits widerspricht, meiner Meinung nach, der Begriff Kunde dem sozialarbeiterischen Handeln, das unter anderem mit dem Slogan "Hilfe zur Selbsthilfe" beschrieben wird, weil er im betriebswirtschaftlichen Sinne verstanden, die Menschen von Produkten abhängig machen soll. Gerade dies entspricht nicht der "sozialarbeiterischen" Ethik, die ja das Unabhängig- werden vom/von der Helfer/in zum Ziel hat.

Die Verwendung des Kundenbegriffs zeugt auch von einer gewissen Hilflosigkeit im Bereich Sozialer Arbeit, weil sie damit ausschließlich den Bedürfnissen der "Kunden" gerecht werden will. Konkret heißt dies: der Kunde äußert einen Wunsch und der professionelle "Helfer" setzt ihn (den Wunsch) sofort in die Realität um. Damit führt "Kundenorientierung" zur Entmündigung des Hilfesuchenden und ist somit "reaktionär" (vergessen sind dann z.B. die methodischen Ansätze des "Empowerments", des "case-managements" bzw. Überlegungen zur "lebensweltorientierten Sozialarbeit").

Immer dort aber, wo der "Kunde" im (sozialen) Dienstleistungssektor mit seinem eigenen Geld auftritt, gibt es überhaupt keine Probleme, ihn als "Klient" zu bezeichnen. Wie dies in der Psychotherapie oder im Rahmen der Arbeit des Wirtschaftstreuhänders oder Rechtsanwaltes zum gängigen "sprachlichen" Repertoire gehört

Nur die "soziale Arbeit" glaubt mit der naiven Übernahme des Kundenbegriffes, Hierarchien abzubauen und damit die Beziehungsarbeit auf ein professionelles Niveau zu heben.

Es ist natürlich nicht zu leugnen, daß auch Begrifflichkeiten mit Emotionen verbunden sind, die deren rationale Verwendung in den Hintergrund treten lassen. So verbirgt sich hinter der "begrifflichen" Wandlung vom Klienten zum Kunden, weil ja "Klient" irgendwie nach Abwertung und Bevormundung klingt (obwohl der Begriff "Klient" ja auch eingeführt wurde, um "belastende" Zuschreibungen wie z.B. "Zögling", "Verwahrloste" oder "Sozialhilfeempfänger" zu vermeiden), meiner Ansicht nach die Botschaft, daß das sozialarbeiterische Angebot nicht mehr jenen alten, verkrusteten Ideologien anhängt, sondern das positive Gefühl vermittelt werden soll, "wir sind kompetent, professionell und distanzieren uns von den verstaubten Vorstellungen sozialpädagogischen bzw. sozialarbeiterischen Handelns".

Abschließend sei festgehalten, die Einführung der neuen Managementbegriffe in sozialarbeiterische Handlungsfelder hat zum Teil ihre Berechtigung bzw. sogar eine gewisse professionelle Notwendigkeit, vor allem auch, um den Fragen der Auftraggeber nach der Effektivität unseren Handeln gerecht zu werden. Nur wenn die Begriffe Eindeutigkeiten vermitteln, große Hoffnungen wecken und Bereiche der "herkömmlichen" sozialarbeiterischen Praxis umdefinieren, um sie abzuwerten, dann ist dies Scharlatanerie.

DSA Karl Wilhelmstätter
"Salzburger Berufsverband"