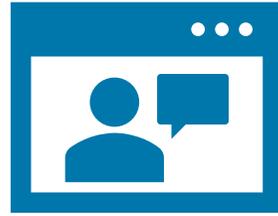


Technik-Tipps



- Nutzen Sie für einen reibungslosen Betrieb einen **aktuellen Browser** (Chrome, Firefox, Edge-Chromium, Safari)
- Wenn der Ton- bzw. die Bildqualität mal schlecht ist, hilft das **Neu-Laden des Browserfensters, bei Windows:** das Drücken der **F5-Taste**
- **Sie sehen und hören uns, wir Sie nicht!**
- Informationsphasen und Interaktionsphasen
- Kommunikation/ Fragen über:
 - Chat (Fragen können jederzeit gestellt werden; Moderatorin bündelt diese)
 - Handzeichenfunktion (Kamera & Mikrofon können durch Moderator*in freigeschaltet werden – bitte kurz und knapp)



(Niedrigschwellige) Angebote schaffen

ZUGÄNGE ZUR DIGITALISIERUNG FÜR ÄLTERE MENSCHEN

Workshop im Rahmen der Frühjahrsakademie 2021

19.03.2021 um 9.00 Uhr

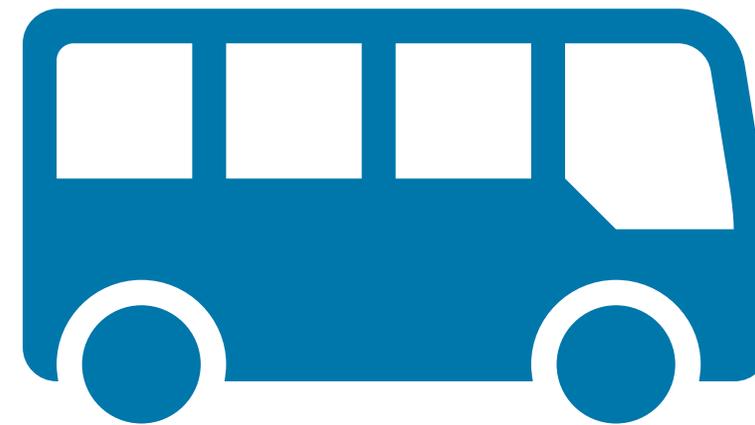
Christine Freymuth und Paula Manthey

(Forum Seniorenarbeit NRW)

Fahrplan

1. Digitalisierung und ältere Menschen?! - Zahlen und Fakten
2. Das eigene Angebot vor Ort: Welche Rahmenbedingungen sollten mitgedacht werden?
3. Fallbeispiele: Gemeinsames Arbeiten im Padlet
4. Methodenkoffer: Ideen und Anregungen

Inkl. 5-Minuten-Pause bei Bedarf



Kurze Vorstellung der Teilnehmenden

Bitte machen Sie die entsprechende Angabe über den Chat:

1. Wie geht es Ihnen?/ wie ist Ihre aktuelle Stimmung?
2. Welche Erkenntnisse erhoffen Sie sich heute von dem Webinar?

Beispiel:

1. # erwartungsvoll
2. # erfahren, was beim Lernen im Alter anders ist

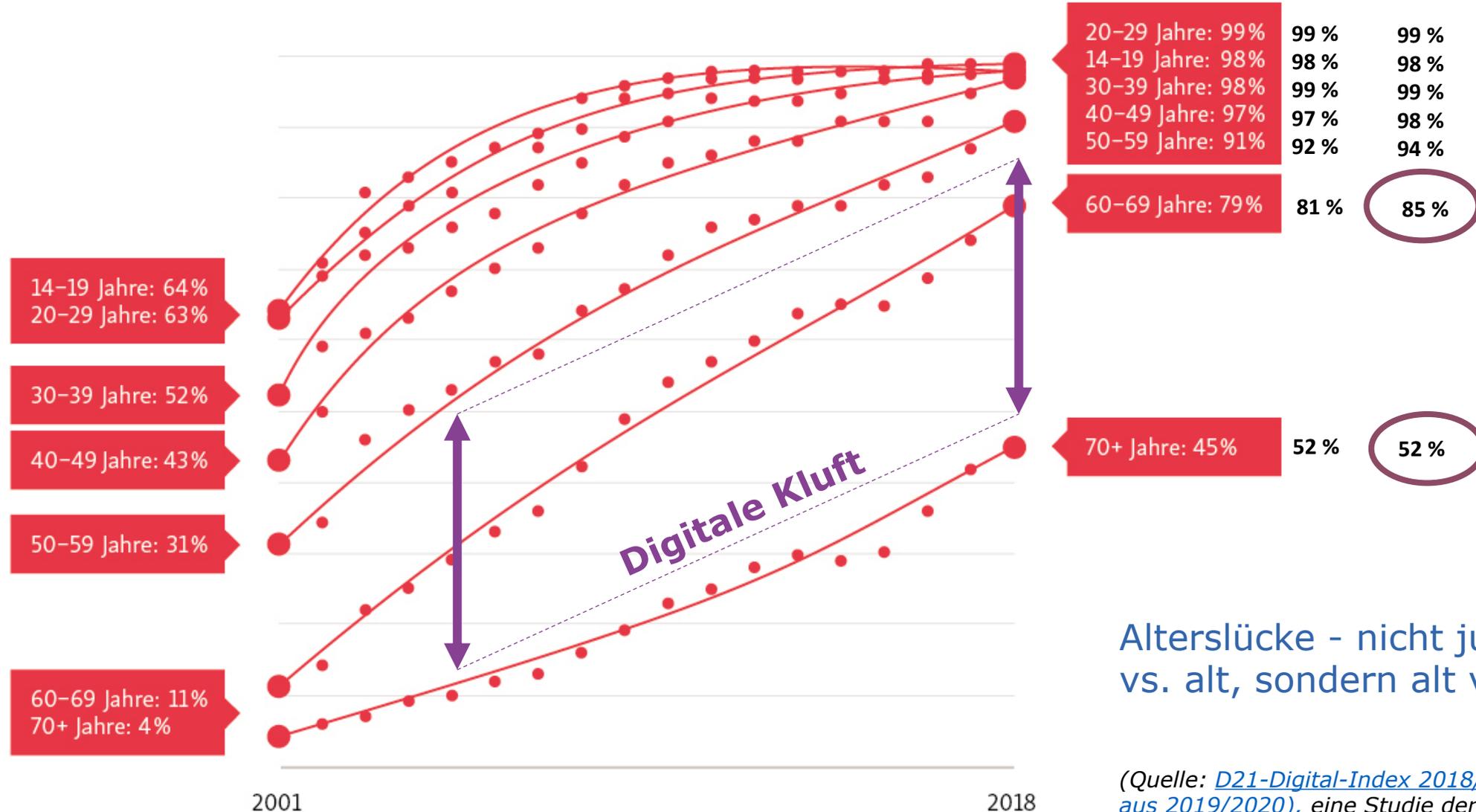


Digitalisierung und ältere Menschen ?!

ZAHLEN UND FAKTEN

Wer nutzt das Internet?

INTERNETNUTZUNG - ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF



Alterslücke - nicht jung vs. alt, sondern alt vs. alt

(Quelle: [D21-Digital-Index 2018/2019 \(Ergänzung aus 2019/2020\)](#), eine Studie der Initiative D21)

Wer sind die OfflinerInnen?*



12%⁻²

Anteil der
OfflinerInnen



69 Jahre

Durchschnittsalter

14-29 Jahre: 4%
30-49 Jahre: 7%
50-64 Jahre: 17%
65+ Jahre: **72%**



69%

Niedrige Bildung

Mittlere Bildung: 21%
Hohe Bildung: 10%



63%

Frauen

Männer: 37%

Basis: OfflinerInnen (n = 263); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten;

* Ausführliche Beschreibung im Kapitel Digitale Gesellschaft (Nutzertypen, Seite 38/39)



D21-Digital-Index 2020/2021, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

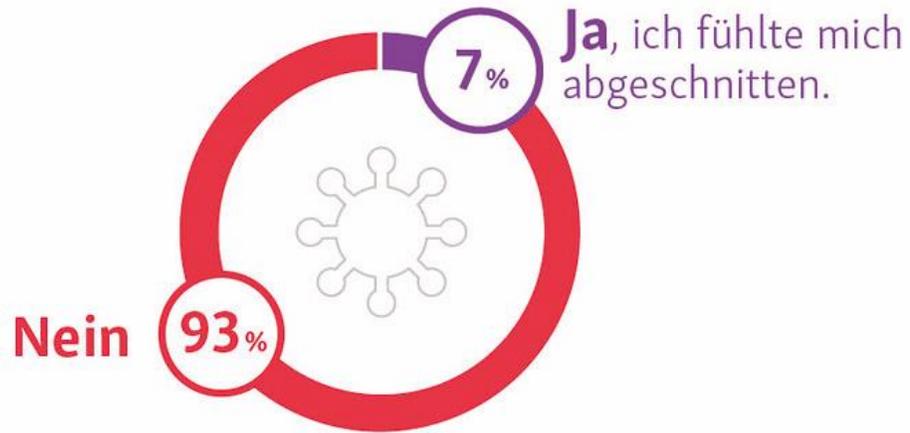
Welche der folgenden Gründe sind ausschlaggebend dafür, dass Sie das Internet nicht nutzen, d.h. offline sind?



Basis: OfflinerInnen (n=263); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten;
* Ausführliche Beschreibung im Kapitel Digitale Gesellschaft (Nutzertypen, Seite 38/39)



Hatten Sie in Zeiten der Corona-Krise das Gefühl, von digitalen Möglichkeiten wie der Kommunikation mit ÄrztInnen, der Familie, den Behörden oder der Erledigung von Einkäufen abgeschnitten zu sein?



Basis: OfflinerInnen (n=263); Angaben in Prozent



D21-Digital-Index 2020/2021, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Unter welcher Bedingung würden Sie künftig das Internet nutzen?

Top 3 Motivatoren für eine künftige Nutzung

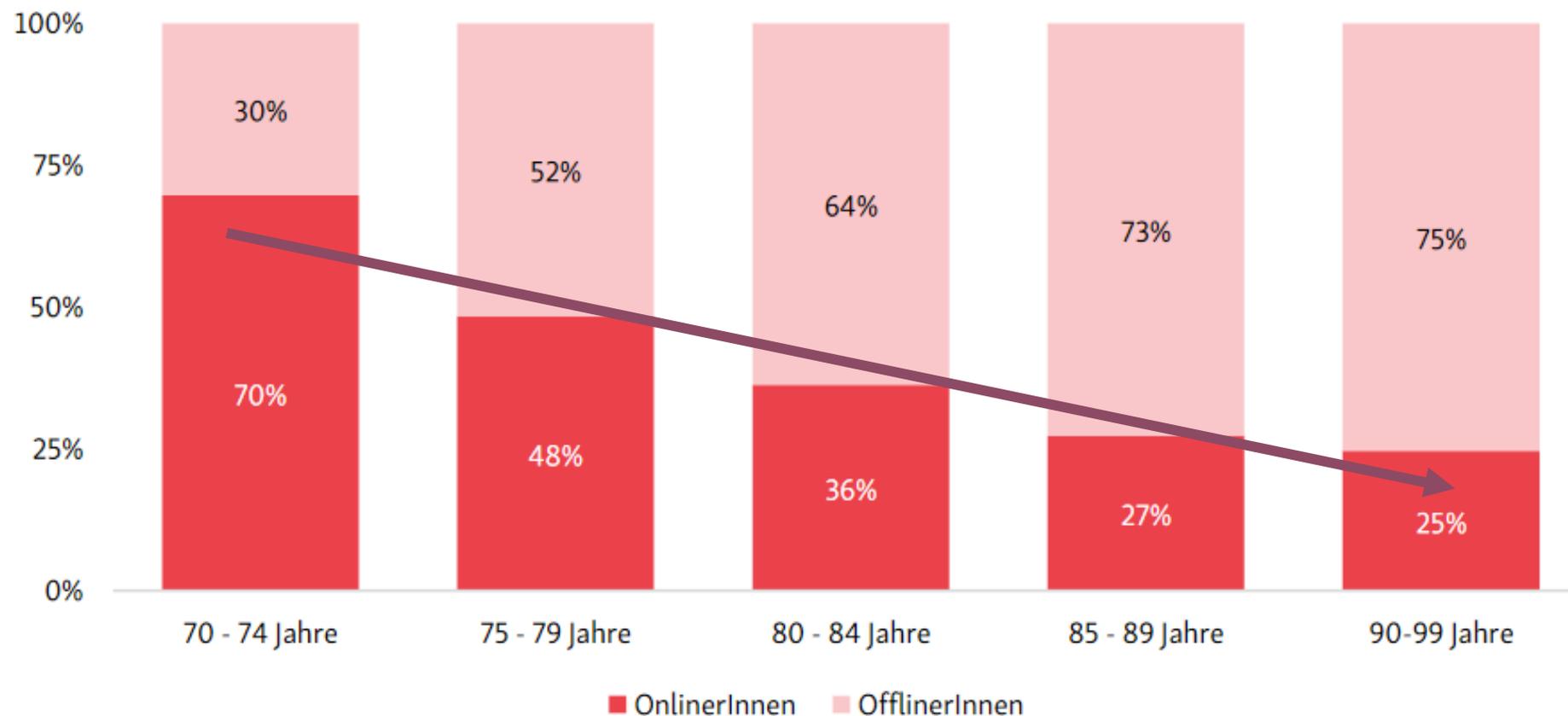
- 23**⁺⁶ Wenn mir **jemand zeigen würde**, wie es funktioniert
- 20**⁺³ Wenn die **Nutzung einfacher** wäre
- 19**⁻⁶ Wenn ich einen **klaren Nutzen** für mich erkennen würde

Basis: OfflinerInnen (n=263); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten



D21-Digital-Index 2020/2021, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

	70 - 74 Jahre	75 - 79 Jahre	80 - 84 Jahre	85 - 89 Jahre	90-99 Jahre
OfflinerInnen	30%	52%	64%	73%	75%
OnlinerInnen	70%	48%	36%	27%	25%



Umso älter die Menschen, umso größer der Anteil der Offliner*innen

Frage 2) Bitte sagen Sie uns, welche der folgenden Geräte Sie privat oder beruflich nutzen.

	70 - 74 Jahre	75 - 79 Jahre	80 - 84 Jahre	85 - 89 Jahre	90-99 Jahre
Fest installierter Computer	36%	27%	16%	19%	15%
Laptop / Notebook / Netbook	46%	29%	20%	16%	9%
Tablet PC	24%	14%	11%	9%	4%
Smartphone	60%	41%	27%	19%	12%
Einfaches Handy / Mobiltelefon	39%	46%	51%	50%	44%
Wearables	2%	1%	0%		0%
Spielekonsolen	0%	1%	0%	0%	
Digitaler Sprachassistent	2%	2%	1%	2%	
Smart TV	18%	14%	9%	11%	3%

Umso älter die Menschen, umso größer der Anteil derjenigen, die digital weniger gut ausgestattet sind

Ein Blick in die Zukunft

Das Problem wird sich schon von selbst erledigen bzw. lösen!



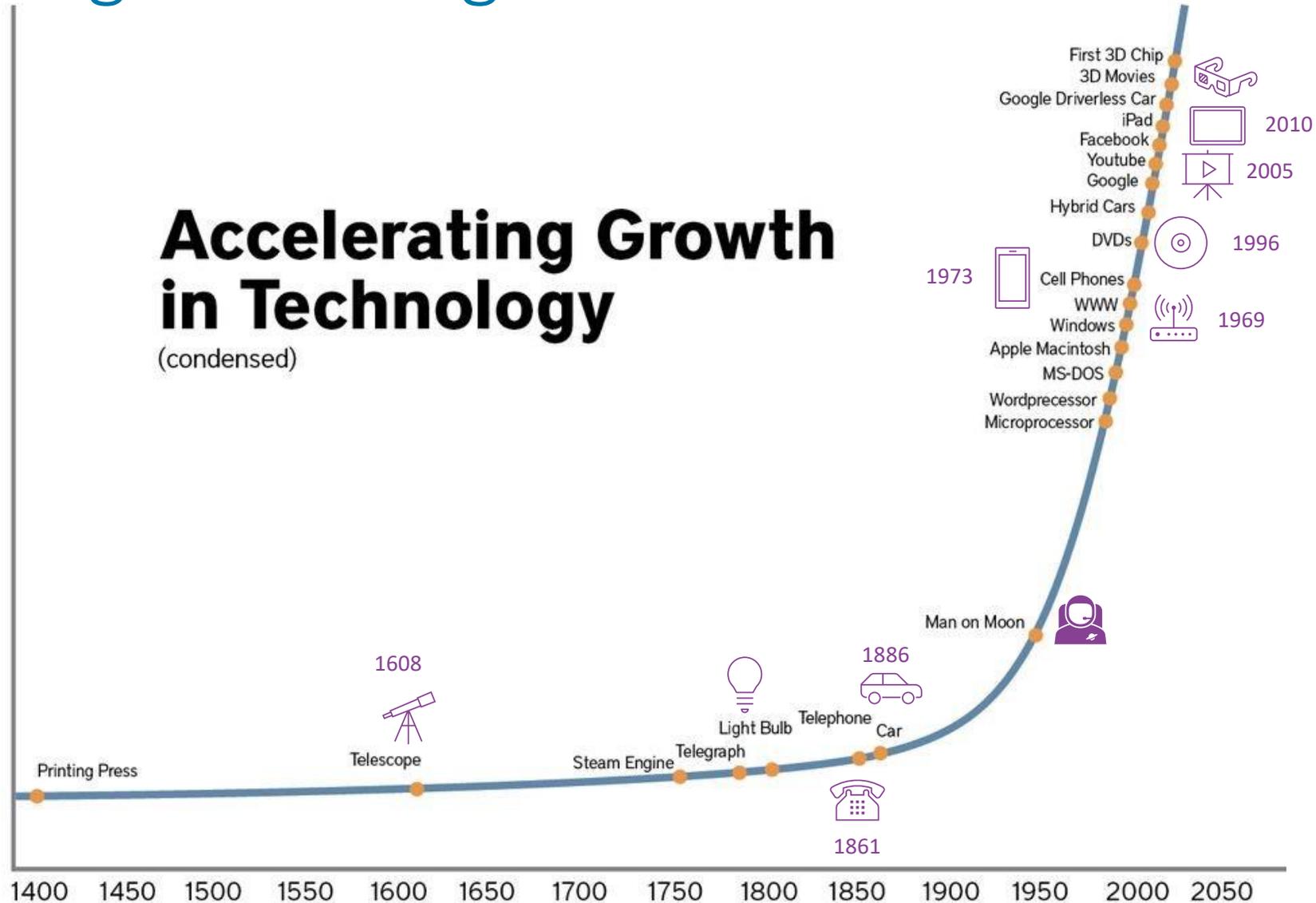
Äh NEIN, denn...



Digitalisierungskurve

Accelerating Growth in Technology

(condensed)



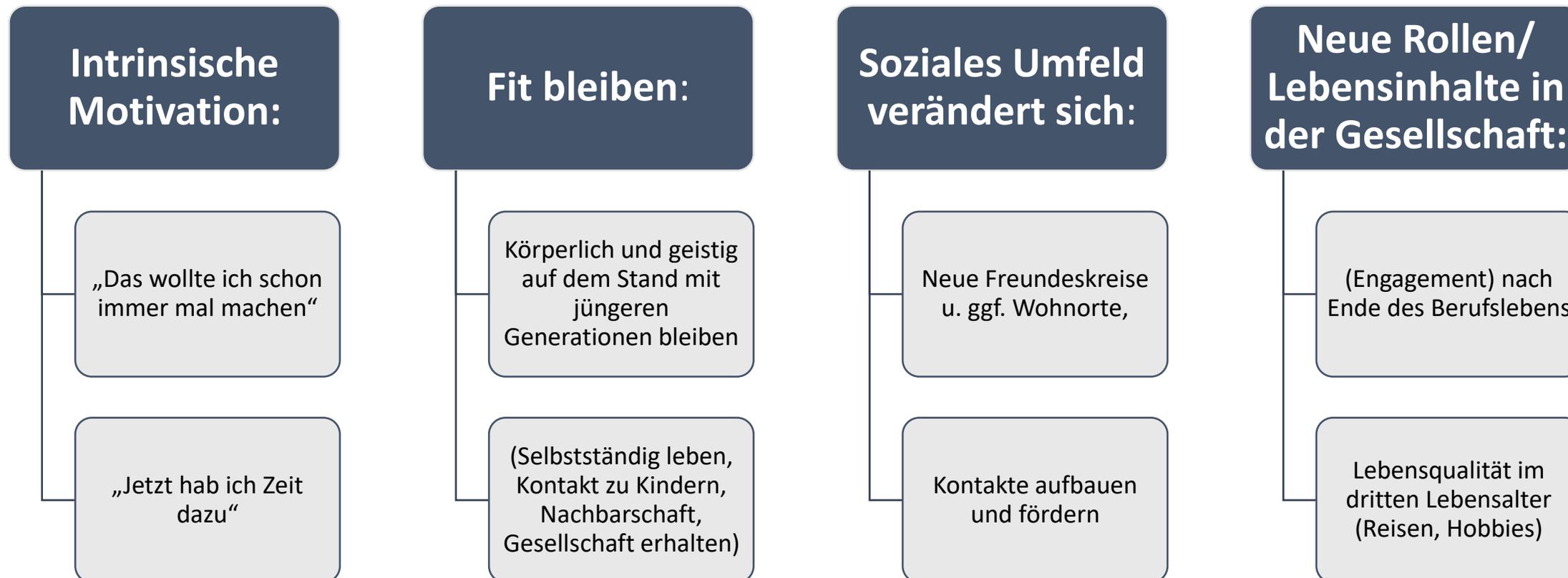
(Quelle: www.milfordasset.com/insights/missing-xeros/accelerating-growth-in-technology-2017)



Besonderheiten von Lernen im Alter

MÖGLICHKEITEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Motivation zu Lernen



Warum ist das Lernen im Alter „anders“?



Warum ist Lernen im Alter wichtig?



Selbstständigkeit, Selbstbestimmung

- Haushalt
- Finanzen
- Im eigenen Haus/
Wohnumfeld wohnen
bleiben können



Persönlichkeit & Lebensqualität

- Das dritte Lebensalter
nutzen/ genießen
- Erfahrungen Weitergeben
- Selbstverwirklichung
- Aufgaben nach dem
Berufsleben



Soziale Einbindung

- Mit Familie in Kontakt
bleiben
- Freundschaften pflegen
und neue Kontakte
schließen
- In Nachbarschaft/ Ort
eingebunden sein



Gesundheitsprävention

demenziellen
Veränderungen und
Depressionen steigen im
alter an (20% der älteren
weltweit)(WHO, 2016)



Digitales im Alter erlernen

MÖGLICHKEITEN UND HERAUSFORDERUNGEN

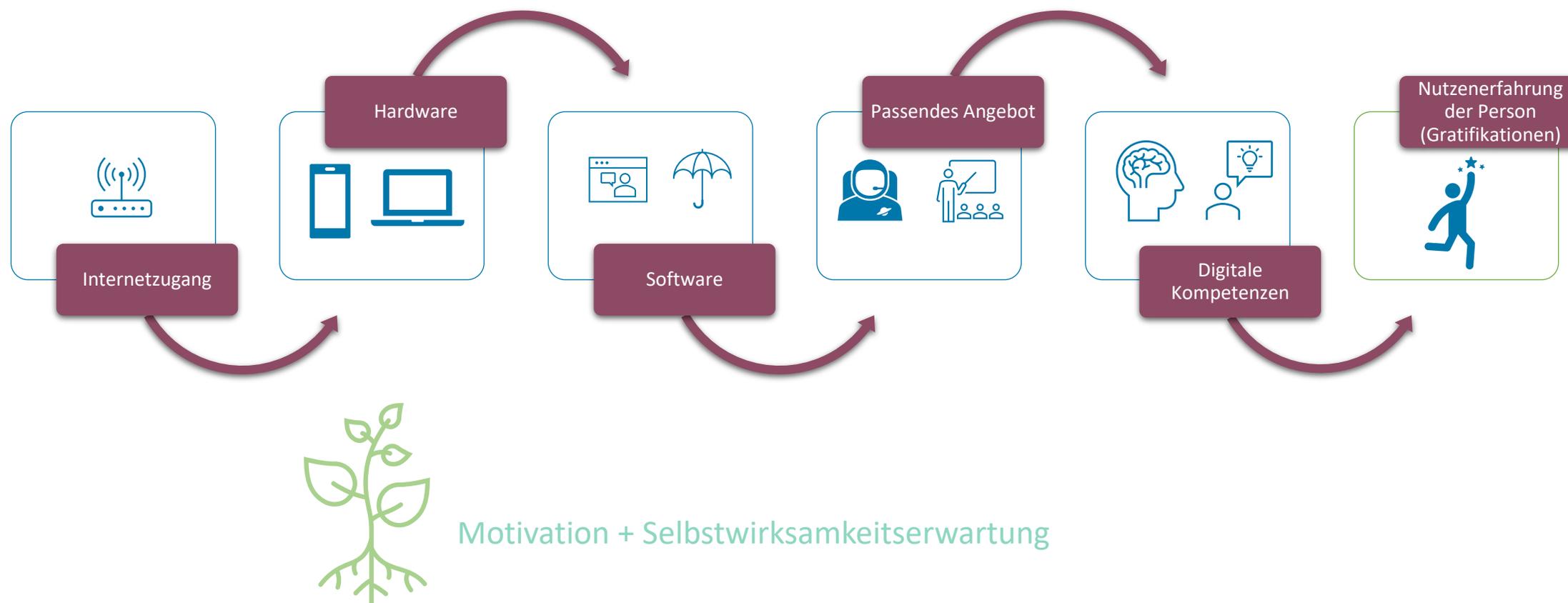
Besonderheiten: digitale Lernorte – Was ist beim „Digitalen“ anders?

Erfahrungs- und Erprobungsräume – „Schulhöfe der Älteren“

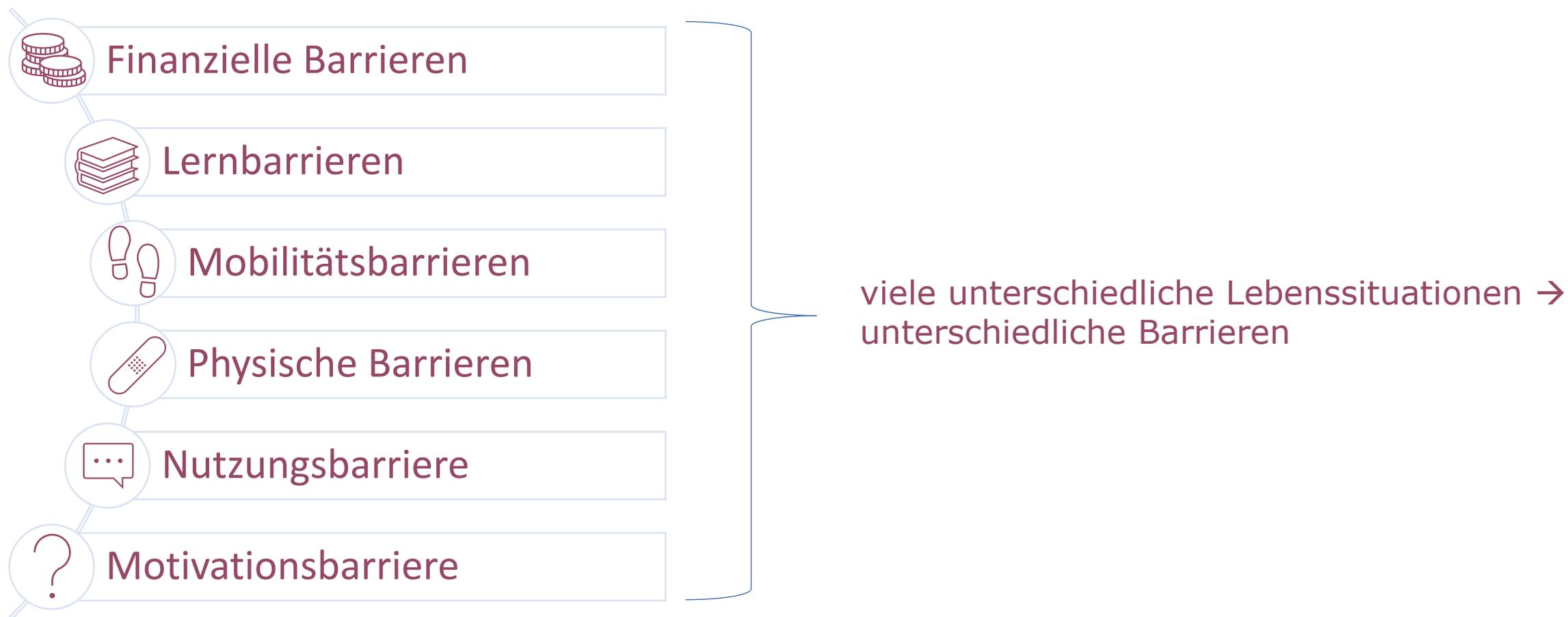
- Vor Ort, räumliche Nähe, im Quartier
 - Niedrigschwellig
 - Nachhaltig, langfristig
 - Ausgangspunkt: eigene Bedarfe
 - Sichere und gute Lernumgebung und -Atmosphäre
 - Kosten
 - Ressourcen/ Kompetenzen
 - Qualifikation/ Qualifizierung der Begleiter*innen, professionelle Ansprechpartner*innen
- **Vielfalt – unterschiedliche Angebotsformen, da unterschiedliche Bedarfe und Voraussetzungen, Flexibilität**



Was braucht es?!



Herausforderungen und Barrieren



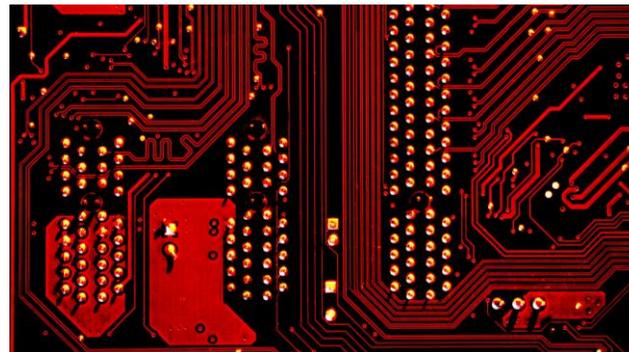


Rahmenbedingungen

DAS EIGENE ANGEBOT VOR ORT – WELCHE RAHMENBEDINGUNGEN SOLLTEN MITGEDACHT WERDEN?

Übersicht Rahmenbedingungen

- Themen
- Ressourcen
- Hard- und Software
- Räumlichkeiten
- Öffentlichkeitsarbeit
- Barrierefreiheit



Themen

- Entscheidend für **Motivation**
- Erkennbarer **Mehrwert** oder **Nutzen**
- **Bezüge zum alltäglichen Leben** und zu den individuellen **Interessen**
- Thema + **soziales Miteinander**
- **“Step by Step”**
- “Technik nicht der Technik wegen”
- Es gibt nicht “das eine Thema”!
(Interessensanalyse)



Ressourcen

PERSONEN

- Feste Ansprechpartner*innen
- (digitale) Kompetenz der Person
- Haupt/ehrenamtliche Begleitung
- Multiplikator*innen / Weiterbildungen

KOOPERATIONEN

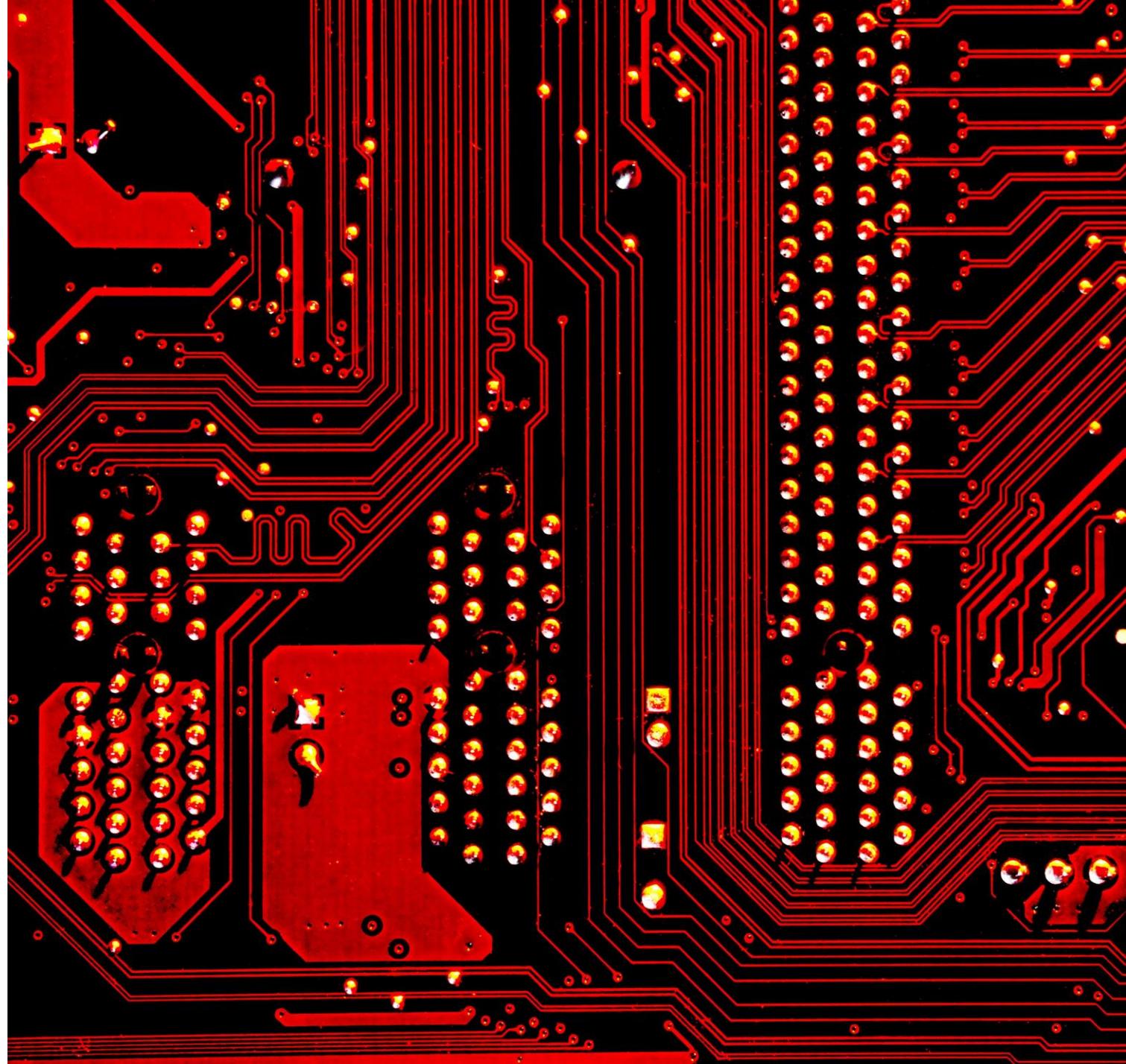
- Externe Ansprechpartner
- Bestehenden Institutionen und Netzwerke
- Kommunal / kirchlich
- Kooperationen mit Unternehmen (Soft/Hardware)

KOMPETENZEN DER ZIELGRUPPE (!)



Hard- und Software

- Bestimmte Ausstattung notwendig!
- Internetzugang
- 2 Perspektiven: Begleitpersonen und “Teilnehmende”
- Private Geräte vs. bereitgestellte Technik
- Leih-/Testgeräte, Kooperationspartner, Gerätespenden
- Idee: Abfrage “Was haben Sie bereits?”
- Software (z.B. Apps) hängt von Themen bzw. “Lernzielen” ab
- Ggf. Rahmenequipment



Räumlichkeiten

- Komm- Struktur oder Aufsuchende Struktur
- Öffentliches Verkehrsnetz (Stadt/Land)
- Barrierefreiheit vor Ort
- Ausstattung (Technik und Mobiliar)
- Räume entsprechend der Lernsituation



Öffentlichkeits- arbeit

- Inhalt der ÖA → Interesse wecken!
- Angebote sichtbar machen!
- “closed shop” oder “offenes Format”
- Lokale/ Bestehende Informationskanäle
- Analoge + digitale Strukturen
- Direkte + individuelle Ansprache
- Akteure vor Ort (Kooperationen)



Barrierefreiheit

- physische Barrieren
 - kognitive Barrieren
 - finanzielle Situation
 - sprachliche Schwierigkeiten
 - Ängste (Misserfolge, soziale Ängste)
- > Barrieren im Umfeld der Zielgruppe genau zu untersuchen





Rahmenbedingungen

GEMEINSAMES ARBEITEN IM PADLET



Fallbeispiele

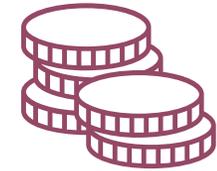
GEMEINSAMES ARBEITEN IM PADLET



Übersicht Barrieren

- Finanzielle Barrieren
- Lernbarrieren
- Mobilitätsbarrieren
- Physische Barrieren
- Nutzungsbarrieren
- Motivationsbarrieren

Finanzielle Barrieren



Was kann getan werden?

- **Hardware und Software:**
- Leihgeräte (als Schnupperangebote), ggf. kostengünstige Übernahme der Geräte
- Spendenaktionen
- Kooperationen
- ...
- **Mobilität/ Anreise:**
- Aufsuchende Angebote („Reisekosten“)
- Fahrgemeinschaften
- Zentrale Orte/Räumlichkeiten
- ...

Lernbarrieren



Was kann getan werden?

- **Niedrigschwellige Angebote**
- Unterschiedliche Angebotsformate (eher informell)
- Orte und Räume „zum Ausprobieren“
- **„auf Augenhöhe“**
- 1 zu 1 Begleitung, Wiederholungen, „schnelle“ Lernerfolge
- Offene und lockere Lernatmosphäre
- Gruppenbildung von **Personen mit ähnlichem Wissensstand**
- **Unterschiedliche Formate**

Mobilitätsbarrieren



Was kann getan werden?

- „zentrale“ bzw. **gut erreichbare Veranstaltungsorte**
- **Barrierefreiheit**
- „aufsuchende“ Angebote
- Fahrgemeinschaften
- **digitale Formate** (als nächsten Schritt)



Physische Barrieren



Was kann getan werden?

- Angebote für Menschen mit besonderen Bedarfen schaffen
- „**Mut zur Lücke**“ und Kontakt zu Expert*innen herstellen und vermitteln
- Ähnlich betroffene „digital natives“ ansprechen (ggf. Kontaktinformationen bzw. selbst bereit zum Engagement)
- Ggf. „**kreative Wege**“ gehen bzw. Alternativen denken (Nutzung von Sprachassistenten)
- Eher **1 zu 1 - Format**

Nutzungsbarrieren



Was kann getan werden?

- **Aufklären und Erklären**
- Raum für Fragen und Wiederholungen bieten
- **Sicheren Rahmen bieten**, Raum für Nachfragen und nachhaltige Begleitung
- **Mehrwert** in den Fokus rücken
- **Expertise** mitbringen
- **Gemeinsames Ausprobieren** → Selbstwirksamkeit erhöhen

Motivationsbarrieren

Was kann getan werden?



- (beachte: intrinsische Motivation)
- **Interesse und Bedarfe der Älteren** im Fokus
- **Nutzen/ Mehrwert** sichtbar machen
- **Partizipative** Angebotsformate
- Räume **zum Ausprobieren** digitaler Techniken
- Digitalisierung **nicht zum Selbstzweck**
- **Gamification** (spielerisches Heranführen)
- Angebote mit sozialem Austausch (z.B. **intergenerative Formate**)
- Lockere und **entspannte Atmosphäre**
- Angebote **auf bestehende Strukturen** aufbauen (dort, wo die Älteren schon sind)



Zwischenfazit

- Alter(n) ist vielfältig, heterogen und bunt!
- Konsequenz: Es gibt nicht „das eine Angebot für alle“
- Unterschiedliche Zielgruppen = unterschiedliche Angebote/ Begegnungsräume
- Herausforderung und zugleich große Chance!
- Ermöglichungsstrukturen schaffen



Methoden

IDEEN UND ANREGUNGEN

Methode zur Zielgruppendefinition

Persona-Beispiel: Sophia, Seniorin



Hintergrund zur Person:

- Sophia ist Rentnerin.
- Sie hat zuvor als Ingenieurin gearbeitet.
- Sophia hat einen Sohn, eine Tochter und zwei Enkelkinder, diese wohnen in Hamburg und Stuttgart.

Demographie:

- Weiblich, 79 Jahre alt, Verwitwet
- Vorort von Düren
- Wohnung, sie lebt alleine
- Körperlich gesund und mobil

Identifikatoren:

- Sophia geht für ihr Leben gern singen.
- Sie informiert sich intensiv über das Internet und ist neugierig, neues zu lernen.
- Wichtige Entscheidungen bespricht sie mit ihrer Familie und Freunden.

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Sie möchte ein Tablet um mit der Familie in Kontakt zu bleiben.
- Sophia möchte gerne mit neuer Technik umgehen können.
- Da es so viel zu beachten gibt, ist sie sehr verunsichert.
- Auch weiß sie nicht, ob sie sich die Bedienung zutraut.

Herausforderungen:

- Es ist das erste Mal, dass Sophia ein Tablet oder digitale Technik nutzen möchte
- Das Budget ist nicht groß, gerade deswegen möchte sie keinen Fehlkauf machen.
- Sie kennt sich mit digitaler Technik nicht aus und weiß nicht, ob es eine kluge Entscheidung ist.
- Am liebsten hätte Sie Unterstützung bei der Entscheidung, aber sie weiß nicht an wen Sie sich wenden soll.

Ideale Lösungen die wir Sophia bieten können:

- Wir können Sophia mit unserem Projekt die nötige Unterstützung bieten.
- Wir unterstützen Sophia bei der Auswahl und der Einrichtung der digitalen Geräte.
- Unsere ehrenamtlichen Ansprechpartner*innen können auf die Bedürfnisse von Sophia gut eingehen.
- Es gibt wöchentliche Sprechstunden zu denen Sophia eingeladen ist.

Probleme die wir beachten müssen:

- Können/ dürfen wir eine Kaufberatung anbieten?
- Wie handeln wir, wenn Sophia mit der Technik überfordert ist?
- Wie ermöglichen wir anderen Interessenten die Teilnahme an Treffen, die nicht körperlich gesund sind?

Methode zur Analyse der Stärken und Schwächen des Projekts (SWOT- Analyse)

Stärken

- Was macht unsere Idee besser als andere?
- Auf welche Ursachen sind vergangene Erfolge zurückzuführen?
- Welche Faktoren heben uns von Anderen ab?

Schwächen

- Wo treten immer wieder Probleme auf?
- Was machen Andere besser als wir?
- Bei welchem Prozess werden unnötig Ressourcen verschwendet?

Chancen

- Wie ist der Trend in der Politik/ Gesellschaft?
- Welchen Aspekte könnten zukünftig weiterverfolgt werden, wenn das Projekt gut läuft?
- Welche Chancen ergeben sich aus den gesammelten Stärken?

Risiken

- Welche aktuellen Entwicklungen könnten uns in Zukunft Probleme bereiten?
- Welche Faktoren könnten zukünftig unsere Wirtschaftlichkeit gefährden?
- Welche rechtlichen Schwierigkeiten könnten unsere Pläne erschweren?

Methodenkoffer

Zugänge älterer
Menschen in die digitale
Welt gestalten



Warum ein Methodenkoffer?

- Thema: „Wie können wir älteren Menschen den Einstieg in die digitale Welt erleichtern?“
- Ziel: Einfache Beispiele zeigen und kreative Impulse vermitteln, wie Angebote für ältere Menschen gestaltet werden können
- Zielgruppe: haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter*innen in Verbänden, Kommunen, Organisationen und Initiativen

methoden.forum-seniorenarbeit.de

Die richtigen Fragen stellen

- „Kurzkonzept“: die eigene Projektidee



LITERATURQUELLEN

- D21-Digital-Index 2018/2019 eine Studie der Initiative D21 <https://initiatived21.de/publikationen/d21-digital-index-2019-2020> (18.03.21)
- D21-Digital-Index 2020/2021:Erläuterungen und Ergänzungen zur Studie: Zahlen und Informationen zu den älteren Generationen [D21-Digital-Index 2020/2021:Erläuterungen und Ergänzungen zur Studie: Zahlen und Informationen zu den älteren Generationen](#) (18.03.21)
- Kubicek, H., 1999. Was versteht man unter allgemeinem Zugang und worauf kommt es an. *Kubicek, Herbert ua (Hrsg.): Multimedia und Verwaltung, Heidelberg*, pp.332-338.
- Kubicek, H., & Lippa, B., 2017. *Nutzung und Nutzen des Internets im Alter: empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine responsive Digitalisierungspolitik*. VISTAS
- Persona: Modifikation der Vorlage von <https://www.netspirits.de/blog/personas-erstellen> (18.03.21)
- Christine Freymuth, Daniel Hoffmann, Paula Manthey. (Forum Seniorenarbeit NRW 2020). Handreichung Digitale Zugänge für ältere Menschen ermöglichen: Ein Leitfaden zum leichten Einstieg in das Thema Lernangebot. Abgerufen von <https://forum-seniorenarbeit.de/wp-content/uploads/2020/05/2020-05-15-Handreichung-digitale-Zug%C3%A4nge-f%C3%BCr-%C3%A4ltere-Menschen.pdf> (18.03.21)

BILDQUELLEN

- www.milfordasset.com/insights/missing-xeros/accelerating-growth-in-technology-2017 (18.03.21)
- Photos (Titelbilder, Rahmenbedingungen und Barrieren) von <https://unsplash.com>
- Gerd Altmann (geralt), www.pixabay.com
- mohamed_hassan, www.pixabay.com