

Studie

Maßnahmen für Senior/innen in der digitalen Welt



Wien, Jänner 2015
Im Auftrag des

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| Executive Summary | 3 |
| Zusammenfassung | 5 |
| 1. Einleitung und Projekthintergrund | 7 |
| 2. Forschungsfragen und methodisches Vorgehen | 7 |
| 2.1. Ziel der Studie | 7 |
| 2.2. Aufbau der Studie | 8 |
| 2.3. Methoden und Umsetzung..... | 9 |
| 2.4. Definition der wichtigsten Begriffe | 12 |
| 3. Auswertung und Sekundäranalyse bestehender Untersuchungen | 13 |
| 3.1. Die Zielgruppe der Senior/innen | 13 |
| 3.2. Wofür nutzen Senior/innen das Internet? | 15 |
| 3.3. Mit Hilfe welcher Geräte nutzen Senior/innen das Internet?..... | 16 |
| 3.4. Maßnahmen und Agenden zur Internetnutzung durch Senioren | 17 |
| 4. Ergebnisse der Erhebungen | 20 |
| 4.1. Eine heterogene Zielgruppe: die Vielfalt des Alter(n)s | 21 |
| 4.2. Motive der Internetnutzung | 25 |
| 4.3. Hürden und Hemmnisse | 28 |
| 4.4. Bildung im Alter | 34 |
| 4.5. Rahmenbedingungen für die Wissensvermittlung | 39 |
| 4.6. Mobilisierung der Zielgruppe: Information, Motivation und Bewerbung | 47 |
| 4.7. Didaktische Strategien | 51 |
| 4.8. Verschiedene (Lehr)-Lern-Settings – Was ist zu beachten? | 64 |
| 4.9. Verkauf und Support | 80 |
| 4.10. Policy-Erfordernisse | 84 |
| 5. Exemplarische Angebote und Projekte in Österreich | 89 |
| 6. Exemplarische Angebote & Projekte International | 105 |
| 6.1. Exemplarische Angebote und Projekte in Europa | 106 |
| 6.2. Exemplarische Angebote und Projekte international | 113 |
| 7. Maßnahmen zur Förderung von E-Inclusion bei Senior/innen | 115 |
| 8. Literaturverzeichnis | 122 |
| 9. Anhang | 126 |
| 9.1. Fokusgruppe | 126 |
| 9.2. Expert/innen-Interviews..... | 127 |

Impressum

Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT)

Margaretenstraße 70/2/10, 1050 Wien

ZVR: 922972340 UID: ATU 49875407 DVR: 0942758

Executive Summary

Study “Policies for senior citizens in a digital world”

The objective of the study was to work out recommendations for policies to support senior citizens in their use of digital media. The recommendations are addressed to professionals working on projects involving senior citizens, as well as decision-makers in the public, private and educational sectors.

The study explores the various aspects of assisting elderly people in their use of digital media, and includes a collection of practical knowledge, tips and educational strategies for successful work with this target group.

The study was conducted by means of secondary data analysis of relevant literature, collection and evaluation of examples from Austria and abroad, 21 expert interviews, and a focus group with seniors. The results of the study were also informed by the authors’ expertise.

Main recommendations:

- An open, intensive and respectful engagement with the target group is required. Furthermore, the approach should be unbiased, with a positive approach to aging.
- Given that working with seniors is demanding, any targeted educational agenda needs to incorporate certain quality standards.
- Policies aimed at familiarising seniors with the internet need to reflect seniors’ different lifestyles. There is no “one-size-fits-all” solution for this target group.
- Educational opportunities should show a broad diversity so as to meet seniors’ different needs and levels of knowledge.
- In order to address the different preferences and needs of seniors, educational programmes should be regional, accessible and low-threshold.
- An interdisciplinary approach is recommended, interlinking with other areas, such as preventive health, social engagement, volunteer work, political participation, strengthening of social integration, improvement of economic situation, etc.
- Traditional courses should be complemented by more informal learning settings, e.g. “Weekly Question-and-Answer (Q&A) sessions at venues such as training institutes, cafes or shopping centres, “IT regulars’ tables” at the local village hall or community centre, etc.
- Policies should be formulated in such a way as to show senior citizens how digital media are relevant to their individual lives. Examples and explanations should be as realistic

and practical as possible, and the knowledge acquired should be applicable to seniors' daily routines. Also, course descriptions should explain how the knowledge acquired can be applied to various situations.

- If they are to use new devices, seniors need competent technical support and/or helpful, unbiased, cost-free sales advice.
- Simple, pre-formatted user-friendly and ready-to-use devices are recommended for older customers. Unnecessary apps and applications should be deleted and operating instructions such as font size, brightness, etc., explained. Manufacturers and suppliers should focus on usability and user-friendliness in devices for older customers.
- Sales personnel should undergo special training to learn how best to serve senior citizens. Training should raise awareness of seniors' needs and expectations, and sales personnel should be taught that a patient, understanding and straightforward approach in their dealings with the target group is particularly important. An appropriate level of language is also required: technical terms should be avoided wherever possible, or explained or 'translated' into terms familiar to the target group.
- Some seniors are rather suspicious of new technologies. In this case, sales personnel should combine awareness of senior-appropriate usability requirements with a sympathetic approach to seniors' mistrust of "technology".

“Additional” policy needs identified by the study include the need to:

1. Expand the range of regional initiatives;
2. Increase standards of quality;
3. Strengthen initiatives run by businesses;
4. Create public relations and media campaigns;
5. Create low-threshold opportunities;
6. Develop target-group related content;
7. Set up a hotline or a dedicated service helpline called *“Digital Coaching for Senior Citizens”*;
8. Establish a *“Going online”* database;
9. Establish device-testing points;
10. Issue *“Digital Champions”* certificates;
11. Launch a *“CEO-coalition”*: telecommunications providers or Internet service providers offer support for potential future users;
12. Subsidize internet fees;
13. Carry out development-orientated studies to evaluate the effectiveness of the policies.

Zusammenfassung

Ziel der Studie ist es, Empfehlungen für Maßnahmen zu erarbeiten, die Senior/innen bei der Nutzung digitaler Medien unterstützen.

Die Empfehlungen richten sich sowohl an Praktiker/innen, die mit der operativen Umsetzung von Senior/innen-Projekten betraut sind, als auch an Entscheidungsträger/innen der öffentlichen Hand, der Wirtschaft und des Bildungswesens.

Die Studie gibt auch die unterschiedlichsten Facetten der Arbeit mit Senior/innen im Bereich digitaler Medien wieder und stellt somit eine umfassende Sammlung an Praktiker/innen-Wissen dar.

Die Durchführung der Studie erfolgte mittels Sekundäranalyse relevanter Literatur, Sammlung und Bewertung von Beispielen im In- und Ausland sowie 21 Expert/innen-Interviews und einer Fokusgruppe mit Senior/innen. Das Expert/innen-Wissen der Studien-Autor/innen ist in die Ergebnisdarstellung ebenfalls eingeflossen.

Die wichtigsten Ergebnisse:

- Es braucht eine **intensive und wertschätzende Auseinandersetzung mit der Zielgruppe**, die ohne Vorurteile auf die Zielgruppe eingeht und sich mit **positiven Bildern des Alterns** beschäftigt.
- Die Arbeit mit Senior/innen ist sehr anspruchsvoll. In der Konzeption von zielgruppenspezifischen Bildungsangeboten sind **Qualitätsstandards** notwendig.
- Maßnahmen zur Vermittlung von Internetwissen müssen der **Vielfalt der Lebenswelten** von Senior/innen entsprechen. Eine „One-Fits-All“-Lösung in der Zielgruppenansprache gibt es nicht.
- **Bildungsangebote** müssen **sehr breit** aufgestellt sein und die Zielgruppe entsprechend ihren unterschiedlichen Grundvoraussetzungen und Vorkenntnissen ansprechen.
- Es braucht **kleinräumige und informelle Angebote**, die unterschiedliche Vorlieben und Bedürfnisse berücksichtigen.
- Dabei sollten **Querverbindungen** mit anderen Bereichen, wie z.B. der Gesundheitsvorsorge und -förderung, bürgerschaftlichem Engagement, der Freiwilligenarbeit, der politischen Teilhabe, Förderung der sozialen Integration und Verbesserung der ökonomischen Situation etc. bedacht („*quergedacht*“) werden.
- **Klassische Kursangebote sollten durch informelle Lernsettings** (z.B. Fragestunden, EDV-Stammtisch, ...) ergänzt werden.
- Maßnahmen sind so zu gestalten, dass Senior/innen einen Bezug zu ihrer Lebenswelt erkennen und herstellen können. Beispiele und Erklärungen sollten möglichst **realitätsnah** formuliert sein. Das Erlernete sollte einen **Bezug zum Alltagsleben** der

Senior/innen haben. Im Bildungsangebot muss daher vermittelt werden, wie das erworbene Wissen in den individuellen Lebenssituationen eingesetzt werden kann.

- Senior/innen benötigen zu Beginn der Nutzung neuer Geräte **kompetente Begleitung** bzw. eine **neutrale, objektive Verkaufsberatung** (kostenlose und wertschätzende Beratungsangebote).
- Für ältere Kund/innen sollten **voreingestellte, bedienungsfreundliche Geräte** angeboten werden, die so einfach wie möglich eingerichtet sind. Nicht benötigte Apps oder Anwendungen sollten gelöscht und die verfügbaren Bedienhilfen erklärt werden (z.B. Schriftgröße Helligkeit anpassen). Anbieter/innen oder Hersteller/innen sollten daher besonders im Umgang mit Senior/innen auf **Benutzerfreundlichkeit** und einfache Handhabung (**Usability**) achten.
- **Verkaufsmitarbeiter/innen** sollten in **speziellen Schulungen** den kompetenten Umgang mit Senior/innen trainieren, damit sie sich besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen älterer Menschen einstellen können und Geduld und Verständnis für diese Kundengruppe aufbringen können ohne dabei „aufgesetzt rüberzukommen“. Eine **adäquate Sprache** spielt dabei eine wichtige Rolle: Fachbegriffe vermeiden bzw. in die Sprache der Zielgruppe übersetzen bzw. erklären.
- Nicht alle Senior/innen beschäftigen sich freiwillig mit dem Internet und stehen neuen Technologien daher skeptisch gegenüber. In diesen Fällen sollten die Verkaufsmitarbeiter/innen nicht nur über die allgemeinen Anforderungen an eine senior/innengeeignete Usability Bescheid wissen, sondern auch **Verständnis für das Misstrauen gegenüber der „Technik“** aufbringen können.

Aus diesen Ergebnissen wurden folgende **Empfehlungen für „zusätzliche“ Maßnahmen** abgeleitet:

1. Entwicklung und Durchführung regionaler Initiativen stärker fördern;
2. Maßnahmen der Qualitätssicherung bzw. –Entwicklung setzen;
3. Unternehmerische Initiativen für die Zielgruppe Senior/innen fördern;
4. Öffentlichkeitsarbeit, Medienkampagnen lancieren;
5. Niederschwellige Zugangsmöglichkeiten schaffen;
6. Entwicklung zielgruppengerechter Inhalte fördern;
7. Telefon-Hilfe installieren;
8. Weiterbildungsdatenbank „Einstieg ins Netz“ implementieren;
9. Gerätetest-Stellen einrichten;
10. Urkunde für „Digital Champions“ bereitstellen;
11. „CEO-Koalition“ initiieren;
12. Zuschussleistung zum Internetentgelt etablieren;
13. Entwicklungsorientierte Studien zur Wirksamkeit von Maßnahmen durchführen.

1. Einleitung und Projekthintergrund

Personen in der nachberuflichen Lebensphase gehören zu jenen Bevölkerungsgruppen, die digitale Medien (Internet, Handy etc.) am seltensten nutzen¹. Gleichzeitig zeigen Praxiserfahrungen, dass Senior/innen, die erste Erfahrungen mit digitalen Medien sammeln möchten, oft wenig Unterstützung erhalten. Das Ergebnis ist häufig, dass eigentlich motivierte und interessierte Senior/innen die Nutzung digitaler Medien doch wieder bleiben lassen. Andere sind schon von vornherein skeptisch und ablehnend gegenüber digitalen Medien, da ihnen die persönlichen Vorteile und Möglichkeiten nicht bekannt sind.²

2. Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

2.1. Ziel der Studie

Ziel ist, konkrete Empfehlungen für realistische Maßnahmen zu erarbeiten, die Menschen in der nachberuflichen Lebensphase („Senior/innen“) bei der Nutzung digitaler Medien unterstützen.

Unter digitalen Medien wird im Rahmen dieser Studie vor allem das Internet und dessen Nutzung via Computer, Smartphone und Tablet verstanden.

Beispielhafte Fragestellungen sind:

- Was sind die wichtigsten Gründe für eine Nicht-Nutzung digitaler Medien bei älteren Menschen? Und was sind die wichtigsten Gründe für eine Nutzung?
- Sind die häufig angegebenen Gründe „kein Bedarf“ bzw. „kein Interesse“ weiter zu hinterfragen? Was steckt hinter diesen Aussagen?
- Welche Art von Unterstützung nehmen Senior/innen als besonders hilfreich wahr?
- Welche Faktoren machen Unterstützungsangebote attraktiv für Senior/innen?
- Wie wichtig ist der Kostenfaktor für Senior/innen?
- Für welche Themen bzw. Anwendungen benötigen Senior/innen am dringendsten Unterstützung? (Aufklärung über Vorteile und Möglichkeiten, Kauf, Einrichtung des Zugangs, PC-Grundlagen, Internet-Grundlagen, spezielle Anwendungen, wie Social Media, Sicherheit, Smartphone-Nutzung, Tablet-Nutzung etc.)?

¹ Vgl. Austrian Internet Monitor (2014): www.integral.co.at/downloads/Internet/2014/08/AIM-C_-Q2_2014.pdf

² Vgl. Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation (2012): Von 80 auf 100 Prozent: Internet für alle ÖsterreicherInnen. Online im Internet: http://i100.oiat.at/fileadmin/Initiative100pics/Studie_OIAT_NichtnutzerInnen.pdf

- Von wem (Institutionen, Firmen, Personen ...) erwarten sich Senior/innen Unterstützung hinsichtlich der Nutzung digitaler Medien?
- Besteht Interesse an speziellen digitalen Angeboten für Senior/innen (Apps, ...)?
- Wie kann bei den empfohlenen Maßnahmen eine Skalierung gelingen?
- Wo besteht noch weiterer Informationsbedarf bezüglich Online-Aktivitäten und Sicherheit? Wo sind die größten Bedenken, Unsicherheiten?
- Welche Bereiche (z.B. E-Government wie ELGA oder FinanzOnline) werden aus welchen Gründen noch wenig angenommen?

2.2 Aufbau der Studie

Die Basis der vorliegenden Studie bildet die Auswertung bestehender Untersuchungen und von Literatur (Kapitel 3).

Anschließend daran werden die Ergebnisse der empirischen Erhebungen (Kapitel 4) dargestellt und erörtert.

Die Unterkapitel „4.1 Heterogenität der Zielgruppe“, „4.2 Motive der Internetnutzung“, „4.3 Hürden und Hemmnisse“, „4.4 Bildung im Alter“, „4.5 Rahmenbedingungen für die Wissensvermittlung“, „4.6 Mobilisierung der Zielgruppe: Information, Motivation und Bewerbung“, „4.9 Handel, Verkauf und Support“ und „4.10 Policy-Erfordernisse“ sind wie folgt strukturiert:

- Das Wichtigste in Kürze (zusammenfassender Überblick)
- Darum geht es (inhaltliche Ausführungen)
- Schlussfolgerungen für die Praxis
- Weiterführende Literatur

Das Unterkapitel „4.7 Didaktische Strategien“ enthält eine Auflistung von 22 didaktischen Zielen und erläutert anhand von praxisnahen Beispielen, Empfehlungen und möglichen Maßnahmen, wie diese erreicht werden können. Die definierten didaktischen Ziele sind folgende:

1. Heterogenität der Zielgruppe nutzen
2. Geschlechterrollen reflektieren: „Undoing Gender“
3. Positives Bild vom Altern vermitteln
4. Das „Konzept Internet“ verstehen lernen
5. Angst nehmen und Sicherheitsbedürfnis unterstützen
6. Selbstvertrauen stärken
7. Eigenständigkeit fördern

8. Motivation nutzen
9. Wunsch nach sozialen Kontakten unterstützen
10. Erleichterung des Alltags unterstützen
11. Spaß und Leichtigkeit vermitteln
12. Einfache Sprache verwenden
13. Spiele zur persönlichen Weiterentwicklung nutzen
14. Mit Widerständen richtig umgehen
15. Augenmerk auf Inbetriebnahme von Geräten legen;
16. „Hilfe beim Start!“
17. Dauer & Lerntempo beachten
18. Lernbegleitung statt Frontalunterricht
19. Angebot flexibel gestalten
20. Nachlassende Sehkraft berücksichtigen
21. Motorische Probleme berücksichtigen
22. Kurzzeitgedächtnis stützen

Das Unterkapitel „4.8 (Lehr)-Lern-Settings“ beinhaltet die *Exkurse „Intergeneratives Lernen als effektive Methode?“* und *„Senior Guides – Peer Teaching“* sowie eine Übersichts-Tabelle der unterschiedlichen Lernsettings auf Seite 64. Im Anschluss daran werden die jeweiligen Lernsettings eingehend beschrieben: Was gilt es zu beachten? Was sind die jeweiligen Vor- und Nachteile? Illustriert werden die Unterschiede durch jeweils ein oder mehrere anschauliche Umsetzungsbeispiele.

Kapitel 5 behandelt exemplarisch bestehende Bildungsangebote in Österreich und enthält eine kurze Beschreibung des jeweiligen Kurses sowie Kontaktdaten. Danach widmet sich Kapitel 6 Beispielen in der EU und internationalen Angeboten.

Das abschließende Kapitel 7 „Maßnahmen zur Förderung von E-Inclusion bei Senior/innen“ beinhaltet Empfehlungen für die öffentliche Hand, Bildungsanbieter und Unternehmen.

2.3 Methoden und Umsetzung

Eingesetzte Methoden

Die Erhebung umfasste leitfadengestützte Einzelinterviews mit Expert/innen, eine Fokusgruppe mit Senior/innen sowie die Auswertung bestehender Studien, Untersuchungen und Maßnahmen im In- und Ausland (Sekundäranalyse).

Fokusgruppe

Unter einer Fokusgruppe versteht man eine Form der Gruppendiskussion, die in der qualitativen Sozialforschung sowie in der Marktforschung eingesetzt wird. Es handelt sich um eine moderierte Diskussion mehrerer Teilnehmer/innen, welche sich meist an einem Leitfaden orientiert. Ziel ist, die Meinungen, Ideen, Wahrnehmungen und Interpretationen der Teilnehmer/innen zum jeweiligen Thema herauszuarbeiten und zu dokumentieren. Die Teilnehmer/innen werden aufgrund bestimmter Merkmale (u.a. Alter, sozialer Hintergrund, Aus- und Vorbildung) entsprechend dem Erkenntnisinteresse und Thema ausgewählt. Nach Problemdefinition und Formulierung der Forschungsfragen werden Kriterien für die Teilnehmer/innen-Auswahl und – zusammen mit dem/der Moderator/in – ein Diskussionsleitfaden festgelegt. Diskussionseröffnende Fragen fördern die Interaktion und ermöglichen es, die Einstellungen, Gefühle, Meinungen, Erfahrungen, Erwartungshaltungen und Reaktionen der Teilnehmer/innen aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen. Ziel ist, spezifische Unterschiede, Gemeinsamkeiten oder auch abweichende Meinungen herauszuarbeiten.³

Leitfadeninterviews mit Expert/innen

Das Leitfadeninterview (auch leitfadengesteuertes Interview) ist eine Befragungstechnik der qualitativen empirischen Sozialforschung. Im Leitfaden werden jene Themenfelder, die zur Sprache kommen sollen, in Stichpunkten oder in Fragevorschlägen zusammengestellt. Die Reihenfolge der Fragen und die genaue Formulierung sind meist offen gehalten. Im Leitfadeninterview werden keine Antworten vorgegeben, die interviewten Personen können frei erzählen, kommentieren und erklären. Der Leitfaden dient als Orientierungshilfe und stellt sicher, dass alle relevanten Aspekte erfragt werden. Die variable Gestaltung gibt dem/der Interviewer/in Spielraum, welche Fragen eventuell weggelassen werden können bzw. welche der angesprochenen Aspekte vertieft werden sollen. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass Fragen korrigiert bzw. präzisiert werden können, wenn der Eindruck entsteht, dass der/die Interviewpartner/in die Frage nicht verstanden hat.⁴

Die geführten Interviews wurden auf Tonband aufgezeichnet und stichwortartig notiert und teilweise transkribiert, die telefonischen Interviews wurden stichwortartig notiert.

³ Uwe Flick (2009): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 2. Aufl., Hamburg, Rowohlt Verlag, S. 259ff

⁴ Jürgen Bortz, Nicola Döring (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4., überarb. Aufl., Heidelberg, Springer Verlag, S. 314

Die von den Interview-Partner/innen angesprochenen Themen wurden folgenden Auswertungskategorien zugeordnet:

- Heterogenität der Zielgruppe
- Motive der Internetnutzung
- Hürden und Hemmnisse
- Bildung im Alter
- Rahmenbedingungen für die Wissensvermittlung
- Mobilisierung der Zielgruppe: Information, Motivation und Bewerbung
- Didaktische Strategien
- (Lehr)-Lern-Settings
- Handel, Verkauf und Support
- Policy-Erfordernisse

Sekundäranalyse bestehender Untersuchungen

Um die Ergebnisse in den allgemeinen wissenschaftlichen Diskurs einzuordnen und um weitere Erkenntnisse und Erklärungsmodelle berücksichtigen zu können, wurde eine Auswertung von veröffentlichten und bereits durchgeführten Studien und Anwendungsberichten durchgeführt (Sekundäranalyse). Die verwendeten Quellen sind im Literaturverzeichnis am Ende dieses Berichtes angeführt.

Iterative Vorgehensweise & Synthese: „Die Essenz des Wesentlichen“

Allgemein wurde für die vorliegende Studie eine iterative Vorgehensweise gewählt, d.h. dass die aus den Fokusgruppen, Leitfadeninterviews und der Sekundäranalyse gewonnenen Erkenntnisse und Ergebnisse mit bereits bestehendem Vorwissen der Studienautor/innen aus der Zusammenarbeit mit Senior/innen zusammengeführt wurden. Zu den bereits veröffentlichten Publikationen zählen u.a. die Senior/innen-Broschüre *„Das Internet sicher nutzen – Informationen und Tipps für Senior/innen“*, der *„Trainer/innen-Leitfaden für Internet-Senior/innen-Kurse“* sowie die Studie *„Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter Produktgestaltung“*. Die vorliegenden Ergebnisse basieren daher nicht nur auf den Erhebungen, sondern sind auch mit den Erfahrungen des Autor/innen-Teams angereichert. Bei der Auswertung bzw. der Darstellung der Ergebnisse wurde der Fokus dabei stets auf konkrete Hilfestellungen für die Praxisarbeit mit Senior/innen gelegt.

2.4 Definition der wichtigsten Begriffe

Apps („Applications“)

Apps sind Softwareprogramme für Smartphones und Tablet-Computer. Es gibt hunderttausende von kostenlosen und kostenpflichtigen Apps für die verschiedensten Anwendungen, von Fahrplan-Apps über Rezepte-Apps und Spiele-Apps bis hin zu Apps für Online-Banking und elektronischen Büchern (ÖIAT 2014).

Digitale Medien

Der Begriff „digitale Medien“ betont die Digitalisierung der gesamten Medienwelt sowie von Wissens- bzw. Lebensbereichen, im Gegensatz zu den analogen Medien, wie z.B. Zeitung, Radio, Analog-TV. Er hat vor allem den Begriff „neue Medien“ abgelöst, nachdem die Neuheit dieser Medien nicht mehr gegeben ist. Im Rahmen dieser Studie sind mit „digitale Medien“ vor allem Internet, Handy/Smartphone, Tablet angesprochen.

Smartphone

Ein Smartphone ist ein Mobiltelefon mit erweitertem Funktionsumfang. Ähnlich einem Computer verfügt es über ein eigenes Betriebssystem und ermöglicht dadurch die Bedienung einer breiten Palette von Anwendungen. Durch das Herunterladen von speziellen Programmen („Apps“) lässt sich das Smartphone individuell mit neuen Funktionen erweitern (ÖIAT 2014).

Soziale Netzwerke („Social Networks“)

Soziale Netzwerke dienen dazu sich mit anderen Nutzer/innen zu unterhalten, Fotos, Videos und Links zu teilen, Interessensgruppen zu bilden und Kontakte zu knüpfen. Nutzer/innen präsentieren sich darin mit einem eigenen Profil und können sich untereinander verlinken. Dadurch entsteht ein Netzwerk von Personen, die miteinander in Kontakt stehen und sich online austauschen. Beispiele dafür sind Facebook, Google+, Skype, YouTube, WhatsApp oder Instagram.

Tablet

Ein Tablet ist ein mobiler Computer (auch Tablet-Computer), der über einen berührungsempfindlichen Bildschirm bedient wird. Die Bedienung und die Möglichkeiten sind meist denen von Smartphones ähnlich (ÖIAT 2014).

3. Auswertung und Sekundäranalyse bestehender Untersuchungen

Den Forschungsfeldern „Bildung im Alter“, dem Umgang von Senior/innen mit neuen Technologien und Geräten sind zahlreiche Studien und Untersuchungen gewidmet. Das folgende Kapitel gibt einen kurzen Überblick über die wichtigsten Forschungsergebnisse und fasst grundlegende Annahmen zusammen.

3.1 Die Zielgruppe der Senior/innen

Als Senior/innen werden in diesem Kontext jene Menschen bezeichnet, die sich in der „nachberuflichen Lebensphase“ bzw. im Alter 55+ befinden. Dies ist als genereller Richtwert zu sehen. Weitere Faktoren, wie Bildungsstand, Geschlecht, Einkommen, Erwerbsstatus, Wohnregion, Gesundheit, Mobilität oder soziale Integration, spielen eine wichtige Rolle, wenn es um die Beschreibung und Zuordnung der Zielgruppe geht.

- **Faktor Alter**

Menschen in der nachberuflichen Lebensphase nutzen das Internet seltener als Menschen anderer Altersgruppen. Hier ist ein starker Unterschied nach dem Alter zu erkennen: Während in Österreich mehr als zwei Drittel (66,1%) der „jüngeren Senior/innen“ (55- bis 64-Jährige) das Internet nutzen, sind es bei den 65- bis 74-Jährigen nur noch knapp 35% (Durchschnitt Gesamtbevölkerung: 81,6%).

61% der 65- bis 74-Jährigen waren überhaupt noch nie im Internet (Durchschnitt 55- bis 64-Jährige: rund 30%; Gesamtbevölkerung: 16%)⁵.

Das generelle Nutzungsverhalten korreliert auch mit den Kompetenzen der Altersgruppen. Auch die PIAAC-Erhebung 2011/2012 stellt für den Kompetenzbereich „Problemlösen im Kontext neuer Technologien“ fest, dass ältere Jahrgänge tendenziell niedrigere Kompetenzstufen aufweisen als jüngere. Bei den 55- bis 65-Jährigen beträgt der Anteil der Personen in den beiden niedrigsten Kompetenzstufen sogar über 80% (Statistik Austria; PIAAC 2011/12; 82).⁶

Nichtsdestotrotz bilden Senior/innen jene Altersgruppe, die in punkto Internetnutzung am stärksten wächst.

⁵ Statistik Austria – Internetnutzerinnen und Internetnutzer 2013

⁶ Statistik Austria – Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen (PIAAC-Erhebung 2011 bis 2012)

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass „der Zuwachs (...) „neuer Onliner“ von den ab 50-Jährigen“ (Van Eimeren/Frees; 2012; 362) ausgeht. Diese Entwicklung lässt – einer These zufolge – auf das Schwinden der Dominanz der „Millennium-Generation“ im Internet schließen – „mit der Folge, dass sich das Nutzungsverhalten zwischen den Generationen allmählich annähert und sich auch die Inhalte im Netz den veränderten Nutzungsstrukturen anpassen“ (ebd.; 364). Zum Vergleich: 2002 nutzten 14,7% der Männer und 5,8% der Frauen das Internet⁷.

Auch was die Verweildauer im Netz betrifft, nimmt diese grundsätzlich mit dem Alter ab: Während etwa Menschen in der Altersgruppe von 14 bis 29 Jahren im Durchschnitt 237 Minuten pro Tag online sind, sind es Menschen in der Altersgruppe der 50plus-Jährigen im Durchschnitt nur noch 116 Minuten pro Tag⁸.

- **Faktor Geschlecht**

Zusätzlich zum Alter spielt auch das Geschlecht eine große Rolle hinsichtlich der Internetnutzung von Senior/innen. Während in der Altersgruppe der 55 bis 74-Jährigen weniger als die Hälfte der Frauen (44,2%) das Internet nutzen, wurde es 2013 bereits von zwei Dritteln der Männer (60,8%)⁹ genutzt. Mehr als die Hälfte der Frauen zwischen 55 und 74 Jahren hat das Internet überhaupt noch nie genutzt (Männer: 34,2%)¹⁰.

- **Faktor erhöhtes Sicherheitsbedürfnis**

Eine Schwierigkeit im Erreichen der Zielgruppe ist, dass ab 50 die Besorgnis um die eigenen Daten im Internet steigt. So geben 77% an „Ich habe Angst, dass meine Daten missbraucht werden“ und 78% „Ich möchte im Internet nicht auffindbar sein“(Busemann; 2013; 397). Es geben 72% der befragten Personen dieser Altersgruppe an, dass sie in ihrem Profil Einstellungen zum Schutz ihrer Privatsphäre vorgenommen haben (vgl. Busemann/Gscheidle; 2012; 385). Sie „haben die Befürchtung, dass mit persönlichen Daten wie Name, E-Mail, Adresse, Alter, Geschlecht, Einkommen usw. Missbrauch getrieben wird“ – zu immerhin 92% (ebd.). Vor allem beim Thema Online-Shopping ist diese Generation besorgt. So gaben nur 34% der 55plus-Jährigen – im Gegensatz zu 46% insgesamt – an, dass Online-Shopping sicher bzw. sehr sicher ist. Auch sehen nur 40%, dass die Qualität der

⁷ Statistik Austria – Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2013

⁸ ARD Langzeitstudie Massenmedien – Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung, nach eigenen Angaben der Nutzer, in Minuten pro Tag

⁹ Ebd.

¹⁰ Statistik Austria – Internetnutzerinnen und Internetnutzer 2013

Online-Shops sich verbessert hat – im Gegensatz zu 52% der Gesamtbevölkerung. Besonders interessant wird dieser Aspekt dann, wenn man betrachtet, dass jedoch nur 25% der Generation 55+ ein Problem beim Online-Shopping hatte – hier im Gegensatz zu 33% insgesamt (vgl. Meinungsraum; 2011; 7ff). So ist klar ersichtlich, dass Senior/innen, sowohl die wenigsten negativen Erfahrungen, als auch die größte Skepsis gegenüber Online-Shopping haben. Diese Erkenntnis passt zu der oben genannten grundsätzlichen Angst um die eigenen persönliche Daten und die gefühlte Undurchschaubarkeit des Internets.

- **Weitere Faktoren (Bildung, Wohnort)**

Eine weitere Unterscheidung innerhalb der Gruppe der Senior/innen muss anhand von Wohnort und Bildungsniveau getroffen werden – je höher die Bildung und je länger die aktive Berufstätigkeit, desto begünstigter die Mediennutzung (vgl. BMASK; 2013; 35).

3.2 Wofür nutzen Senior/innen das Internet?

Senior/innen nutzen das Internet, um unterschiedlicher Bedürfnisse abzudecken.

- **Einkaufen im Internet**

In Sachen Online-Shopping hat die Generation 65+ in ihrer Aktivität seit 2003 massiv zugelegt – von 1,1% auf 14,2% – keine andere Altersgruppe hat im gleichen Zeitraum das Online-Shopping um einen ähnlichen Faktor vervielfacht¹¹. Vor allem in den Bereichen Bücher/E-Books/Zeitschriften/Zeitungen und Elektronische Geräte ist das Online-Shopping bei der älteren Generation beliebt¹².

- **Alltägliche Tätigkeiten**

Auch bei den alltäglichen Tätigkeiten im Internet gibt es Unterschiede. So nutzen Personen im Alter von 65 bis 74 Jahren das Internet zwar signifikant weniger, dafür aber einige Bereiche besonders intensiv: Hinsichtlich der Nutzung von „Angeboten oder Leistungen für Reisen oder Reiseunterkünften“ und „Suchen von gesundheitsbezogenen Informationen“ ist das Interesse in dieser Altersgruppe ähnlich hoch wie bei jüngeren Bevölkerungsgruppen. Weniger genutzt wird es etwa für das „Suchen von Informationen über Ausbildungs-, Schulungs- oder Kursangebote“ oder die Nutzung „von Sozialen Netzwerken, wie z.B. Facebook, Twitter, MySpace“.

¹¹ Statistik Austria – Online-Shopper 2003 bis 2013

¹² Statistik Austria - Online-Shopper, die folgende Waren oder Dienstleistungen für private Zwecke über Internet bestellt haben, 2013

Ein interessanter Unterschied zwischen „jüngeren“ (50-69 Jahre) und „älteren“ (70+) Senior/innen zeigt sich beim Spielen.

Die „Älteren“ scheinen das Internet mehr als Unterhaltungsmedium zu sehen als die „Jüngeren“ – denn Tätigkeiten wie Videos/Video-Download und Unterhaltung/Zeitvertreib sind Anwendungen, die anscheinend erst ab 70+ wieder beliebter werden (vgl. Van Eimeren; 2013; 390). 14% der Generation 70+ spielt bereits (ebd.; 367ff) im Gegensatz zu nur 7% der 50- bis 69-Jährigen.

- **Kommunikation/Soziale Netzwerke**

Auch in der deutschen Langzeitstudie Massenkommunikation wird ersichtlich, dass die ältere Generation tendenziell die klassischen „Web-1.0-Tools“, wie E-Mail und Informationssuche, nutzt und weniger die klassischen Anwendungen der „Web-2.0-Ära“, wie Social Networks, Videos, u.ä (vgl. Van Eimeren/Frees; 2012; 364). So stimmen 76% der ab 50-Jährigen zu, dass das Internet „Instrument, das ich nur ab und zu für die eine oder andere Information bzw. Auskunft brauche“ (ebd.; 365) ist. Auch ersichtlich wird diese Tendenz bei der Frage, ob „Interesse an der Möglichkeit, aktiv Beiträge zu verfassen und ins Internet zu stellen“(Busemann/Gscheidle; 2012; 386) besteht – hier gaben 74% an, gar kein Interesse daran zu haben(ebd.).

Auffällig ist auch hier der Geschlechterunterschied: Frauen zwischen 55 und 74 Jahren sind – im Vergleich zu ihren männlichen Altersgenossen – häufiger in Sozialen Netzwerken unterwegs, jedoch weniger aktiv beim Internet-Banking¹³.

- **Verwaltung/ E-Government**

Der Umgang mit E-Government ist der Altersgruppe 65 bis 74 Jahren nicht ganz ‚geheuer‘ – insgesamt 53,6% der Gesamtbevölkerung nutzen E-Government, in der Altersgruppe 65 bis 74 Jahre hingegen nur 17,1%¹⁴. Beträchtlich ist der Unterschied zwischen den 55- bis 64-Jährigen und 65- bis 74-Jährigen: So nutzen in der jüngeren Altersgruppe immerhin noch 41,5% E-Government¹⁵.

3.3 Mit Hilfe welcher Geräte nutzen Senior/innen das Internet?

Der Großteil der Senior/innen greift über „fixe“ Geräte wie PCs oder Laptops auf das Internet zu.

¹³ Statistik Austria – Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke 2013

¹⁴ Statistik Austria – Personen mit E-Government-Nutzung für private Zwecke 2013

¹⁵ Statistik Austria – Personen mit E-Government-Nutzung für private Zwecke 2013

Mobiles Internet, von tragbaren Geräten abgerufen, ist für Senior/innen noch nicht selbstverständlich. So verwenden knapp über 20 Prozent (21,5%) der 65- bis 74-Jährigen mobile Geräte, bei den über 70-Jährigen sind es sogar nur vier Prozent (zum Vergleich: Gesamtbevölkerung 62,9%)

Senior/innen lehnen aber Smartphones nicht generell ab. Als wesentlicher Grund für die geringe Nutzung wird eine mangelnde Nutzerfreundlichkeit angegeben. Nur acht Prozent der Generation 50+ hält das: „das mobile Internet [für, Anmerkung der Autorin] unverzichtbar“ (vgl. Van Eimeren/Frees; 2012; 365).

Hinsichtlich der Akzeptanz und Nutzung durch Senior/innen über 60 Jahren waren zwischen 2009 und 2012 kaum Veränderungen zu bemerken, die Nutzung mobilen Internets blieb konstant bei 9% (Van Eimeren/Frees; 2012;). Besonders selten verwenden Senior/innen Apps: Nur 2% der 70-Jährigen und 5% der 50 bis 69-Jährigen nutzen „Apps“ auf Mobilgeräten, um ins Internet zu gehen.

3.4 Maßnahmen und Agenden zur Internetnutzung durch Senioren

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass hinsichtlich der Medienkompetenz älterer Menschen nicht angenommen werden darf, dass sich „alle Älteren [...] mit neuen Medien auseinandersetzen wollen“ (BMASK; Bundesplan für Seniorinnen und Senioren „Altern und Zukunft“; 2013; 34). „Bei einer kompetenteren Nutzung neuer Medien sind – neben Kindern – ältere Menschen im Sinne einer „media literacy“ (Medienkompetenz) zu unterstützen, damit sie nicht aus gesellschaftlichen Partizipationsprozessen ausgeschlossen werden, die zunehmend medial ablaufen (E-Government, Online-Beratung, Online-Shopping, ...).“ (ebd.; 35).

Bildung und lebensbegleitendes Lernen ist als **Querschnittmaterie** (generationenübergreifend, ressortübergreifend, organisationsübergreifend) zu sehen – von der gesellschaftlichen und politischen Partizipation über die Familien- und Beschäftigungspolitik bis hin zu Gesundheitsförderung. So kann eine Reihe von positiven Effekten von Bildung nachgewiesen werden, wie z.B. Senkung des Demenz- und auch des Mortalitätsrisiko, soziale Integration und damit einhergehend ein verbessertes Altersbild in der Gesellschaft, erhöhtes Engagement in Ehrenamt und Freiwilligenarbeit, durch Sozialkontakte außerhalb der Familie Erhöhung der psychosomatischen Gesundheit u.v.a.m. (vgl. Amann; 2014, BundesseniorenInnenplan – Zum Postulat vernetzter Erkenntnisse; BMASK; 2014; Querverbindungen Seniorenplan).

- **Politische Maßnahmen**

Diese Art des Wissenserwerbs steht im Zeichen des **Lebenslangen Lernens** – die Europäische Gemeinschaft (KOM(2001)678) definiert: „Alles Lernen während des gesamten Lebens, das der Verbesserung von Wissen, Qualifikation und Kompetenzen dient und im Rahmen einer persönlichen, bürgergesellschaftlichen, sozialen bzw. beschäftigungspolitischer Perspektive erfolgt“.

In diesem Kontext ist „**Social Inclusion**“ ein wichtiger Begriff. „Je mehr die Teilhabe der Menschen an Gesellschaft und Wohlstand von ihrem Zugang zu Wissen und zu Lernangeboten abhängt, desto mehr gewinnt auch der Zugang älterer Menschen zu Angeboten des Lebenslangen Lernens an Bedeutung. Die Wissensgesellschaft verlangt nach einem generellen Umdenken hinsichtlich der Bildungsangebote und des Bildungsverhaltens.“ (vgl. Arbeitsgruppe Weiter Bildung im Alter; 2007; 5f, 13ff).

Der „**Bundesplan für Seniorinnen und Senioren**“ in Bezug auf „Altern und Medien“ hat zum Ziel insbesondere einen „Flächendeckenden Zugang von älteren Frauen und Männern zu den neuen Medien sowie Informationen zur sicheren Nutzung und Stärkung ihrer Medienkompetenz“ dies u.a. durch den „Ausbau von wohnortnahen, niederschweligen, barrierefreien und bildungsfördernden Angeboten für Frauen und Männer in der nachberuflichen Lebensphase in ganz Österreich einschließlich eines verbesserten Zugangs zu neuen Informationstechnologien“ zu erreichen – zum Beispiel mit lokalem Schulungsangeboten zu Informations- und Kommunikationstechnologien, der Umsetzung des barrierefreien Zugang zum Internet und die Ausrichtung von E-Learning-Kursen nach der Heterogenität der Zielgruppen (BMASK; 2013; Bundesplan für Seniorinnen und Senioren „Altern und Zukunft“; 56).

Auch die „**LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich**“ sieht in der Aktionslinie 9 den Ausbau einer „bildungsfördernder Infrastruktur für eine niederschwellige, wohnortnahe Beteiligung älterer Menschen an Bildungsangeboten, insbesondere auch im Bereich intergenerationeller Projekte und Angebote im IKT-Bereich“ vor (BMUKK, BMWF, BMASK, FMWFJ; 2011; 42).

Unter dem Stichwort „**Digitale Zukunft aktiv gestalten**“ im aktuellen Arbeitsprogramm der Regierung sollen „neben dem wettbewerbsorientiertem Ausbau technologieneutraler Breitband-Infrastruktur Maßnahmen zur Schließung der »Digitalen Kluft« (Stadt/Land und Alt/Jung)“ gesetzt werden (Arbeitsprogramm der Bundesregierung; 2013; 39).

- **Operative Umsetzung**

Bezüglich der operativen Umsetzung der Vorschläge empfiehlt es sich **geragogische Grundlagen zu berücksichtigen** (z.B. Studie Geragogisches Grundwissen – Simon, Gerdenitsch). So ist es essentiell im Umgang mit Senior/innen Aspekte, wie die Diversität der Zielgruppe, Rücksicht auf Interessen und Kompetenzen der Teilnehmer/innen, die Förderung von Aktivität, oder die Überwindung von Klischees zu berücksichtigen (vgl. Simon; 2013; 2f).

Beispiele für Maßnahmen-Empfehlungen aus dem Bereich E-Inclusion sind (vgl. ÖIAT; 2012; 23):

- Motivation: Durch das Wissen und das Kennenlernen – Konkretes Angebot für Nichtnutzer/innen;
- Wissen: Basiswissen vermitteln – Neue didaktische Konzepte, gezielte Schulungen und Materialien bereitstellen, Hotline für Interessierte;
- Zugang: Verfügbarkeit von kostengünstigen und/oder kostenlosen Zugängen – Nutzungsmöglichkeiten in Shops/Märkten/Senior/innen-Einrichtungen;
- Anleitung und Erfahrung sammeln: Buddy-Projekte in der Familie, Aktionstage in Bildungseinrichtungen/Senior/innen-Einrichtungen

4. Ergebnisse der Erhebungen

Im Kapitel 4 sind die wichtigsten Erkenntnisse aus den Erhebungen (Leitfadeninterviews mit Expert/innen, Fokusgruppe mit Senior/innen, Sekundäranalyse) zusammengefasst.

Die Auswahl erfolgte im Hinblick auf die Zielsetzung der Studie, nämlich konkrete Empfehlungen für Maßnahmen zu erarbeiten, die Senior/innen bei der Nutzung digitaler Medien unterstützen. Es sind vor allem Aspekte angeführt, die für Vertreter/innen der öffentlichen Hand, von Bildungsanbietern und auch von Unternehmen praktische Handlungsrelevanz besitzen können. Die Leitfrage dabei lautete: „Welche Maßnahmen sind sinnvoll und wie können diese umgesetzt werden?“

Die Erhebungsergebnisse werden entlang folgender Themen – immer in Bezug auf digitale Medien – dargestellt:

- Heterogenität der Zielgruppe
- Motive der Internetnutzung
- Hürden und Hemmnisse
- Bildung im Alter
- Rahmenbedingungen zur Wissensvermittlung
- Mobilisierung der Zielgruppe: Information, Motivation und Bewerbung
- Didaktische Strategien
- (Lehr)-Lern-Settings
- Handel, Verkauf und Support
- Policy-Erfordernisse

SENIOR/INNEN UND DAS INTERNET

4.1 Eine heterogene Zielgruppe: die Vielfalt des Alter(n)s

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Ältere Menschen in der nachberuflichen Lebensphase (Alter 55+) unterscheiden sich anhand einer Vielzahl an Faktoren. Dazu zählen beispielsweise das individuelle Vorwissen, die Bereitschaft zur Weiterbildung, die jeweilige sozioökonomische Situation, altersbedingte Einschränkungen oder die Motivation, sich neues Wissen anzueignen.

DARUM GEHT ES

Um für die Zielgruppe der „Senior/innen“ geeignete Möglichkeiten zu finden, Internetwissen zu vermitteln, ist es wichtig, die Heterogenität der Zielgruppe zu verstehen. Aufgrund der steigenden Lebenserwartung gewinnt zwar das Thema „Alter“ als Lebensphase an Bedeutung, während das kalendarische Alter („ich bin 55, ich bin 60 ich bin 70“) als Beschreibungsmerkmal für den Einzelnen an Aussagekraft verliert. Vielmehr spielen andere Faktoren wie **Bildungsstand, Geschlecht, Einkommen, Erwerbsstatus, Wohnregion, Gesundheit, Mobilität** oder **soziale Integration** eine wichtige Rolle, wenn es um die Beschreibung und Zuordnung der Zielgruppe geht (Doing Aging). Altern erfolgt zudem auf **verschiedenen Ebenen**, die einander wechselseitig beeinflussen: **Biologisch** (körperliche Veränderungen), **kognitiv** (z.B. Veränderung der Gedächtnisleistung, Aufnahme- und Verarbeitungsfähigkeit von Informationen), **psychisch** (Offenheit gegenüber Veränderungen z.B. Bereitschaft sich auf neue Technologien einzulassen) und **sozial** (Veränderung der gesellschaftlichen Position z.B. durch Eintritt in den Ruhestand).

Die jeweils **individuelle Lebenssituation** bestimmt also die ganz spezifischen **Anforderungen, Möglichkeiten, Erwartungen** und **Vorlieben** für bestimmte Themen.

Dennoch gibt es einige Gemeinsamkeiten und einige Unterschiede, die es in der Vermittlung von Internetwissen gegenüber Senior/innen zu bedenken gilt.

GEMEINSAMKEITEN

- **Unsicherheit im Umgang mit Digitalen Medien / Technologien**

Viele ältere Menschen interessieren sich prinzipiell für digitale Technologien und würden auch Sinn in deren Anwendung sehen. Sie wissen aber oft nicht, an wen – abseits des familiären Umfelds – sie sich mit ihren Fragen wenden sollen bzw. kennen mögliche

Anlaufstellen nicht.

- **Erhöhtes Sicherheitsbedürfnis**

Sicherheit ist ein wichtiges Thema für Senior/innen: sowohl Sicherheit in der Verwendung von Geräten und Programmen, als auch generell der Schutz von sensiblen Daten oder den potentiellen Gefahren durch Internet-Betrug.

- **Anspruch und Nutzen**

Der konkrete Nutzen des Erlernten und der Transfer in die eigene Lebenswelt spielen besonders für Senior/innen eine wichtige Rolle in der Auseinandersetzung mit dem Internet. Rein theoretische, unverständliche oder komplizierte Themen und Erklärungen interessieren Senior/innen selten. Sie verlangen nach einfachen und praktischen Lösungen.

- **Altersbedingte Einschränkungen**

Dies betrifft vor allem,

- **die Sehleistung:** Die Sehschärfe lässt nach, dies beeinflusst vor allem die Lesbarkeit auf kleinen Bildschirmen wegen zu kleiner Schriftgröße. Wirklich problemlos lesbar sind Texte erst ab einer Schriftgröße von etwa 12 Punkt. Eine erhöhte Sensibilität gegenüber hellem Licht, kann zu einer erhöhten Blendungsgefahr und/oder schmerzenden Augen führen. Eine geringere Farbwahrnehmung, vor allem Blau-, Grün- und Violett-Töne können nicht mehr klar voneinander unterschieden werden.
- **die Feinmotorik:** Probleme beim Wischen und Tippen auf Touchscreens, insbesondere bei kleinen Buttons, beim Ein- und Auszoomen („Pinzettengriff“), Schwierigkeit beim Verwenden der Maus, gedrosselte Klickgeschwindigkeit.
- **kognitive Fähigkeiten:** Die kompetente Nutzung von PC und mobilen Endgeräten müssen erst erlernt und eingeübt werden. Die Verlangsamung in der Informationsverarbeitung benötigt längere Lernzeiten und oftmalige Wiederholungen. Es handelt sich um eine größere Herausforderung beim Erlernen von neuen Anwendungen, wo nicht unmittelbar auf existierendem Wissen aufgebaut werden kann. Des Weiteren können aufgrund der kleinen Displays die Inhalte nicht vollständig angezeigt werden und es muss viel gescrollt werden. Die Nutzer/innen müssen sich die einzelnen Inhalte merken, wodurch eine erhöhte kognitive Belastung entsteht.

UNTERSCHIEDE

- **Geschlecht**

Vorurteile und Geschlechterrollen spielen besonders bei älteren Menschen eine wichtige Rolle in Bezug auf das Interesse gegenüber technischen Belangen und dem Internet. So sehen sich Frauen oft – in Fortschreibung ihrer erlernten Geschlechterrolle – als hilflose und technikferne Wesen („Ich kann das ja nicht“, „Ich verstehe das nicht“), während sich Männer in Bezug auf Technik oft höhere Kompetenzen zuschreiben.

Auch der Zugang zu den zu erlernenden Inhalten ist oft entsprechend der erlernten Geschlechterrollen: Frauen schätzen die Möglichkeiten der Kommunikation durch das Internet und wollen daher hier fitter werden, Männer möchten verstehen, wie die Technik funktioniert.

Überspitzt formuliert ist das am Beispiel der Bildbearbeitung ersichtlich, wie diese verfestigten Geschlechterrollen zum Ausdruck kommen können: Frauen möchten Bilder bearbeiten können, um sie ihren Enkelkindern schicken zu können, während Männer das Programm der Bildbearbeitung an sich beherrschen möchten.

- **Vermittlungsangebote**

Aufgrund der unterschiedlichen Interessen und Motivationen spricht die Zielgruppe höchst unterschiedlich auf

Vermittlungsangebote an und benötigt daher eine große Palette an Angeboten, um an Bildung teilnehmen zu können. Dies reicht von Kurs-Settings (klassisch-formell, halbformell, offen), von Lernorten (Erwachsenenbildungseinrichtung bis Café) bis hin zu Bezeichnungen und Beschreibungen von Bildungsangeboten.

Beispiele für die Bezeichnung von Bildungsangeboten für Senior/innen, die die Heterogenität deutlich machen:

Computer, Internet & Co. für interessierte Junggebliebene, Computerclub für Anfänger, Computer-Schnuppern, Computerkurs 50+, SeniorNettCafé, Computeria, EDV-Grundkurs für Senioren, EDV-Grundkurs für die Generation 60+; PC Kurse für jedes Alter; Erste Schritte am Computer; Internet ohne Vorkenntnisse; für Junggebliebene, Senioren und all jene, die den Einstieg für die Arbeit am Computer suchen; Startklar-Service; EDV für Einsteiger, EDV-Einführung und Internet für aktive Senioren, EDV-Einführung für Senioren 50+, Smartphone für Anfänger/innen, Best Agers, Silver Surfer, ...

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Maßnahmen zur Vermittlung von Internetwissen müssen der **Vielfalt** der **Lebenswelten** von Senior/innen entsprechen. Eine „One-Fits-All“-Lösung in der Zielgruppenansprache gibt es nicht.
- **(Weiter)Bildungsangebote** müssen **sehr breit** aufgestellt sein und die Zielgruppe entsprechend ihren unterschiedlichen Grundvoraussetzungen und Vorkenntnissen ansprechen.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Erharter, Doro et al (2014): Smartphones, Tablets, App für Seniorinnen und Senioren, Wien. www.mobiseniora.at/sites/default/files/files/TabletsSmartphonesApps-SeniorInnen.pdf

Gehrke, Barbara (Hrsg.) (2008): Expertise. Ältere Menschen und Neue Medien, ecmc, Düsseldorf. www.ecmc.de/teedrei/uploads/media/expertise_deutsch.pdf

ÖIAT (2014): Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter Produktgestaltung; Studie; BMASK, Wien. www.saferinternet.at/senioren-digitale-welt

4.2 Motive der Internetnutzung

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Senior/innen kommen aus sehr unterschiedlichen Gründen und Anlässen mit dem Internet in Berührung – das reicht vom Zeitvertreib, der sozialen Teilhabe bis hin zur Organisation ihrer Pflege. „Innere und äußere Dimensionen“ wie Alter, Bildungsgrad, Geschlecht oder Wohnort bestimmen das Interesse und die Motivation sich mit dem Internet auseinanderzusetzen maßgeblich. Durchgängig zeigt sich jedoch, dass Senior/innen das Internet vor allem dazu nutzen (wollen), um ihre konkrete Lebenssituation zu gestalten bzw. zu verbessern.

DARUM GEHT ES

Die Motivation von Senior/innen, sich mit dem Internet zu beschäftigen, ist extrem divers und von Faktoren und Dimensionen (wie der Ausbildung, dem Geschlecht, dem (sozialen) Umfeld, der konkreten Notwendigkeit etc.) abhängig. Oft sind jedoch **persönliche Beziehungen** ausschlaggebend dafür, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen.

„Mich hat es vor allem sehr gestört, wenn ich bei Familienfeiern nicht mehr mitreden hab können, wenn es um Computer und Handy gegangen ist.“

Dem Interesse, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen, steht oft die Angst, etwas falsch zu machen oder betrogen zu werden, gegenüber. Das hält Senior/innen von einer intensiveren Beschäftigung mit dem Internet ab.

Hinsichtlich der Motivation von Senior/innen das Internet zu nutzen, können generell folgende **Motivgruppen** identifiziert werden:

- **Soziale Faktoren/Persönliche Beziehungen/gesellschaftliche Teilhabe**

Soziale Faktoren sind wesentliche Gründe, warum Senior/innen das Internet nutzen. Sie erkennen darin die Möglichkeit, mit anderen Menschen in Verbindung zu kommen oder zu bleiben (etwa mit Angehörigen, die nicht im selben Haushalt leben).

Auch das Gefühl „mitreden“ (mit Familienangehörigen, Freund/innen oder Bekannten) oder die eigene Meinung vertreten zu können (etwa in Form von Beiträgen in Medien oder Freizeitgruppen), ist für viele ein wichtiger Grund, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen.

Das Bedürfnis und die Möglichkeit, auch weiterhin gesellschaftlich aktiv zu sein, werden durch die Internetnutzung gefördert und beispielsweise in Phasen geringerer Mobilität

ermöglicht.

Auch der Austausch und die Organisation von Freizeitaktivitäten und insbesondere der Austausch von Fotos ist für Senior/innen ein wichtiges Motiv, sich mit dem Internet zu beschäftigen.

- **Zeitvertreib (Allgemeine Suche nach Interessantem, Spielen)**

Senior/innen erkennen zunehmend den Nutzen, den das Internet zur Vertiefung von Interessen und Beschäftigung mit Hobbys bieten kann.

Vielfach dient das Internet dazu, Informationen oder Hintergrundwissen für „Offline-Aktivitäten“ einzuholen (etwa zum Kultur- und Veranstaltungsprogramm, zu Reisen oder zu anderen Hobbys) oder diese zu organisieren. Auch als Informationsquelle zu generellen (Nachrichten, Wetter,...) oder speziellen Interessen (Ernährung, Rezepte, Gartenarbeit,...) wird das Internet herangezogen. Erklär-Videos bieten beispielsweise Möglichkeiten, neue handwerkliche Möglichkeiten kennen zu lernen.

Zunehmend wird das Internet auch zum reinen Zeitvertreib, zum Plaudern, Spielen, Musik hören oder Videoschauen genutzt. Z.B. Computerspiele werden genutzt, um „geistig fit“ zu bleiben bzw., um sich selbst zu fordern. Oft sind Personen in den Nachtstunden (oder frühen Morgenstunden) besonders aktiv, vor allem dann, wenn aufgrund von Schlaflosigkeit das Spielen mit Gleichgesinnten eine gute Alternative ist.

- **Erleichterung des Alltags/Kompensation von Defiziten**

Senior/innen erkennen zunehmend den praktischen Nutzen, den das Internet für die Bewältigung ihres Alltags bringen kann. Dazu gehören z.B. die einfachere Abwicklung von Behördenwegen oder Bankgeschäften sowie das Einkaufen im Internet und die damit verbundene Hauszustellung – was besonders für Personen mit eingeschränkter Mobilität bedeutsam ist. Einen weiteren Vorteil stellt der leichtere Zugang zu Informationen und das Auffinden von Auskünften dar, wie z.B. Fahrpläne, Reiseinformationen, Ticket-Preise, ohne dafür Fußwege zurücklegen zu müssen. Auch die Recherche von Öffnungszeiten und Angeboten ist online leichter. Adressen können einfacher gefunden und verwaltet werden.

Immer wichtiger wird das Internet auch im **Kontext von Gesundheit und Pflege**. So nutzen Senior/innen das Internet, um sich etwa über Medikamente und deren Einnahme zu informieren (z.B. bessere Lesbarkeit von Beipackzetteln). Auch der Austausch und Kontakt mit (mobilen) Pflegediensten bzw. ärztlicher Versorgung gewinnt kontinuierlich an

Bedeutung.

- **„Erzwungene“ bzw. extern angeregte Auseinandersetzung**

Einige Senior/innen suchen den Kontakt mit dem Internet nicht selbst, sondern kommen durch Dritte bzw. **strukturelle Erfordernisse** mit dem Internet in Berührung. Das geschieht z.B. dadurch, dass sie internetfähige Geräte geschenkt bekommen oder andere, nicht internetfähige Geräte nicht verfügbar sind.

Auch in der **Abwicklung von Behördenwegen, Bankgeschäften** oder anderen **Geschäftskontakten** (etwa der mit **Zusatzkosten verbundene oder teurere Ticketkauf am Schalter im Vergleich zum Automaten** oder zur **Online-Buchung**) sehen sich Senior/innen zunehmend mit dem Internet konfrontiert.

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Maßnahmen sind so zu gestalten, dass Senior/innen einen Bezug zu ihrer Lebenswelt erkennen und herstellen können. Beispiele und Erklärungen sollten möglichst **realitätsnah** formuliert sein.
- Senior/innen erwarten sich vom Internet eine **Bereicherung bzw. Erleichterung ihres Alltags**. Sie wollen oder können sich in der Regel nicht mit komplizierten Sachverhalten auseinandersetzen („Dazu ist mir die Zeit zu schade“). Anbieter oder Hersteller/innen sollten daher (besonders im Umgang mit Senior/innen) auf **Benutzerfreundlichkeit** und einfache Handhabe (**Usability**) achten.
- Nicht alle Senior/innen kommen freiwillig mit dem Internet in Berührung (z.B. in Banken). In diesen Fällen sollte, zusätzlich zu allgemeinen Anforderungen an seniorengeeignete Usability, dem Misstrauen gegenüber „Technik“ **Verständnis** entgegengebracht werden.

4.3 Hürden und Hemmnisse

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Senior/innen stehen dem Internet und neuen Technologien grundsätzlich aufgeschlossen und positiv gegenüber. Dennoch gibt es einige Faktoren, die Ältere davon abhalten, sich mit dem Thema näher auseinanderzusetzen: Diese reichen von individuellen Gründen (z.B. fehlerhafte Selbsteinschätzung, mangelndes Wissen oder Vorbildung) über sozioökonomische Faktoren (z.B. Kosten von Geräten oder Kursangeboten) bis hin zu infrastrukturellen Problemen (z.B. eingeschränkte Mobilität, mangelnde Angebote).

DARUM GEHT ES

Es gibt vielfältige Hürden, die Senior/innen im Zusammenhang mit neuen Technologien bewältigen müssen und die sie von der Nutzung des Internet abhalten können. Diese sind einerseits **individuelle Faktoren** (wie z.B. Bildung, prinzipielle Aufgeschlossenheit Neuem gegenüber, soziale Integration, verfügbare Ressourcen, Gesundheitszustand), andererseits **infrastrukturelle Faktoren** (wie z.B. mangelnde Kursangebote, eingeschränkte Mobilität).

INDIVIDUELLE FAKTOREN

- **Altersbedingte Einschränkungen**

Der biologische Alterungsprozess bedingt eine Reihe körperlicher Veränderungen und Einschränkungen, welche die Wahrnehmung und das Verhalten älterer Menschen beeinflussen. Lassen die Funktionen der **Sinnesorgane** nach, wirkt sich das auf die Fähigkeit, Informationen aufnehmen und verarbeiten zu können, aus. Das **Sehvermögen** verschlechtert sich bei den meisten Menschen bereits ab dem 40. Lebensjahr. Betroffen sind die Sehschärfe, die Hell-Dunkel-Anpassung, Gesichts- und Blickfeld, räumliches Sehen sowie das Farbsehen (vgl. Kölzer 1995: 102f.). Die nachlassende **Feinmotorik** erschwert z.B. die Bedienung der Maus bzw. des Touchscreens, der nachlassende **Gehörsinn** führt z.B. zu Reizüberflutung und Überforderung durch mehrere Geräuschquellen (vgl. Krieb und Reidl 1999: 65f.). Doch auch **kognitive Veränderungen** beeinträchtigen im Alter Wahrnehmung, Informationsaufnahme und Gedächtnis (vgl. Kölzer 1995: 31). Informationen können eher im Kurzzeitgedächtnis gespeichert werden, wenn sie möglichst konkret sind und strukturiert, langsam und idealerweise mehrmals vermittelt werden. Ältere Menschen können sich Informationen dann am besten merken, wenn sie diese mit bereits gesammelten Erfahrungen – d.h. abrufbaren Informationen aus dem Langzeitgedächtnis – verknüpfen können (vgl. Krieb und Reidl 1999: 70). Diese Veränderungen sind innerhalb der Zielgruppe naturgemäß höchst unterschiedlich ausgeprägt.

- **Selbsteinschätzung/ Selbstvertrauen**

Die Angst, sich vor einer Gruppe oder Einzelpersonen durch **Unwissenheit zu blamieren**, ist hoch. So besuchen viele Senior/innen einen Kurs erst dann, wenn sie von Freund/innen oder Bekannten „mitgenommen“ oder von Angehörigen „einfach dazu angemeldet“ werden.

Generelle **Scheu vor technischen Geräten** bzw. die **Angst, etwas zu zerstören**, ist (besonders bei älteren Frauen) auffällig („Das Internet kaputt machen oder löschen“). Dies ist vor allem bei dem ersten Kontakt mit technischen Geräten bzw. dem Internet sehr ausgeprägt.

„Wenn schon das Bedienen der Waschmaschine ein Wahnsinn ist, wie soll ich dann erst mit dem Smartphone umgehen lernen?“

Viele ältere Menschen „trauen“ sich auch nicht, auf Bildungsangebote einzugehen. Spezielle Rücksichtnahme, **gezielte Maßnahmen zum Abbau dieser Ängste** bzw. das Abholen der Personen etwa durch spezielle Übungen sind daher wesentlich (→ Kapitel „Didaktische Strategien“).

Auch die **erlernte Hilfslosigkeit** ist eine Hürde beim Aneignen neuer Technologien. „Gehen’s bitte, helfen Sie mir und machen’s mir das!“ mag in anderen Bereichen eine gute Strategie sein. Um den kompetenten Umgang mit dem Internet zu erlernen, müssen Senior/innen sich selbst an die Sache heranwagen, statt die Familienangehörigen damit zu nerven. Hier gilt es, den Mehrwert mit der eigenen Beschäftigung zu vermitteln.

- **Geringe Aufgeschlossenheit**

Manche Senior/innen erkennen den möglichen Nutzen neuer Technologien nicht an. Entweder hatten sie hatten bislang **keinen Bedarf** oder mussten sich (im Berufsleben etwa durch Assistent/innen) nicht mit der eigenständigen Bedienung von Internet & Co. auseinandersetzen.

„Das Internet habe ich bis jetzt nicht gebraucht. Warum sollte ich es jetzt brauchen?“

In Bezug auf das Erlernen des Umgangs mit dem Internet zeigt sich, dass Personen aus bildungsfernen Schichten generell weniger aufgeschlossen sind, Neues zu erlernen. Dem kann beispielsweise dadurch begegnet werden, dass der Bedarf anhand von konkreten Beispielen aufgezeigt wird.

- **Sprache/ Begriffe**

Auch die Angst vor einer als **unverständlich empfundenen Sprache** und **unbekannten**

Begriffen, Prozessen und Funktionen (freischalten, Gigabyte, Mikro-Sim-Karte, Fake-Shop, Enter-Taste, Mouseover, Home, Link, Cloud, App-Store, Log-In, ...), hält Senior/innen davon ab, sich näher mit dem Internet auseinanderzusetzen.

„Viele Begriffe, die von meinen Enkeln verwendet werden, hab ich überhaupt noch nicht gehört.“

- **Das Konzept „Internet“ verstehen**

Für Senior/innen ist es oft **schwierig, sich vorstellen zu können, wie das Internet eigentlich funktioniert, wenn entsprechende Vorerfahrungen** (z.B. aus dem Beruf) **fehlen**.

„In der Nacht hat das Internet doch geschlossen!“

Auch die Vorstellung, dass man im Internet nicht anonym ist, obwohl man doch alleine vor dem PC sitzt, ist für viele unverständlich.

- **(Daten)Sicherheit**

Ein Aspekt, der im Zusammenhang mit Hürden zur Internetnutzung durch Senior/innen besonders hervorgehoben werden muss, ist das Thema „Sicherheit“ bzw. die „Sichere Internetnutzung“.

Weitverbreitet bei Senior/innen ist die „*Angst, etwas falsch zu machen*“ sowie die Sorge vor „*Datenklau*“. Besonders augenscheinlich ist naturgemäß die Angst dann, wenn Geld im Spiel ist, z.B. beim Einkaufen im Internet oder beim Online-Banking.

Darüber hinaus hält die **mangelnde oder fehlende Fähigkeit, Abläufe abschätzen zu können**, viele davon ab, das volle Spektrum des Internet für sich zu nutzen.

Gleichzeitig kann bei älteren Menschen in der Praxis oftmals ein sehr sorgloser, leichtsinniger Umgang mit persönlichen Daten und deren Preisgabe festgestellt werden. So ist ein und dieselbe Person z.B. imstande, Finanzgeschäfte über die Handy-App abzuwickeln, ist aber der Meinung: „*Facebook, das ist mir zu gefährlich!*“.

Menschen, die Senior/innen das Internet näher bringen, sollten daher besonders **auf mögliche Gefahren und/oder Sicherheitsaspekte hinweisen**, aber auch eine **realistische Einschätzung der Gefahren vermitteln** und sinnvolle **Handlungsweisen** aufzeigen (z.B. Wie

schütze ich mich vor Betrug?). Besonders für Senior/innen ist es oftmals sehr schwer einzuschätzen, welche Daten wirklich geschützt werden müssen, was mit den Daten passieren kann bzw. wo mögliche Fallen lauern¹⁶.

INFRASTRUKTURELLE FAKTOREN

Abgesehen von persönlichen Gründen, gibt es auch eine Reihe von infrastrukturellen Faktoren, die Senior/innen davon abhalten, sich mit dem Internet und neuen Technologien auseinanderzusetzen.

- **Verfügbare Ressourcen/Kosten**

Der Kostenfaktor ist ein wesentliches Hemmnis für Senior/innen sich mit dem Internet auseinanderzusetzen. Erhalten Senior/innen im Verwandten- oder Bekanntenkreis keine Unterstützung, fallen neben den üblichen **Anschaffungskosten** oft auch zusätzlich **Kosten für die Inbetriebnahme** (kostenpflichtige Hilfestellung durch Techniker/in oder Verkaufspersonal) oder den **Kompetenzerwerb** (z.B. Buchung eines Computerkurses) an.

Senior/innen fällt es zudem schwer abzuschätzen, welche Kosten („Tarif-Dschungel“, ...) mit der Nutzung des Internets verbunden sind. Dazu kommen weitere **Kosten, die durch Fehlentscheidungen oder Unwissenheit** zustande kommen. Dies vor allem dann, wenn eine entsprechende Unterstützung im sozialen Umfeld fehlt und eine Kaufberatung oft nicht zugunsten der Konsument/innen erfolgt.

„Meiner Mutter wurde ein neues Handy angedreht, obwohl sie nur den Akku nicht aufgeladen hatte.“

„Die meisten Funktionen verwende ich gar nicht.“

- **Fehlende oder mangelnde Kontaktpunkte**

Besonders in ländlichen Regionen sind die **Angebote**, durch die Senior/innen mit dem Internet in Berührung kommen können, **mangelhaft**. Werden etwa spezielle Kurse für

¹⁶ Hilfreiche Informationen bietet unter anderem die www.watchlist-internet.at – Aktuelle Warnungen zu Internet-Betrug und Online-Fallen und www.saferinternet.at/leitfaden – Tipps und Leitfäden zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken sowie unter www.saferinternet.at/senioren – die aktualisierte Senior/innen-Broschüre „Das Internet sicher nutzen – Informationen und Tipps für Senior/innen“

Senior/innen angeboten, sind diese rasch ausgebucht. Auch die gute **Erreichbarkeit** von Kontaktpunkten ist wesentlich dafür, ob ein Kursbesuch stattfindet. Ist die Anreise zu einem Bildungsangebot zu weit, wird eher auf das Angebot verzichtet.

- **Schlechte zielgruppengerechte Ausrichtung der Angebote**

Warum Kurs-Settings in Trainingscenters nur mangelhaft angenommen werden, hat vielfältige Gründe: etwa eine Ausrichtung des Kurses auf Berufstätige, ein zu schnelles Lerntempo, eine nicht existente oder geringe Ausrichtung auf die konkreten Bedürfnisse der Zielgruppe. Auch die Namensgebung der Kurse kann abschrecken.

- **Usability / Geräte**

Auch die schlechte Bedienbarkeit („Usability“) von Geräten, Anwendungen oder Online-Diensten hält Senior/innen davon ab, sich weiter mit dem Internet zu beschäftigen.

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Es braucht eine **intensive und wertschätzende Auseinandersetzung mit der Zielgruppe**, die ohne Vorurteile auf die Zielgruppe eingeht und sich mit **positiven Bildern des Alterns** beschäftigt.
- Es braucht **kleinräumige und informelle Angebote**, die die unterschiedlichen Vorlieben und Bedürfnisse berücksichtigen.
- Es braucht eine **gute Begleitung beim Start** der Nutzung neuer Geräte bzw. eine **neutrale Verkaufsberatung** (kostenlose und wertschätzende Beratungsangebote).

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Erharter, Doro et al (2014): Smartphones, Tablets, App für Seniorinnen und Senioren, Wien.
www.mobiseniora.at/sites/default/files/files/TabletsSmartphonesApps-SeniorInnen.pdf

Haring, Solveig (2012): Bildungsbedürfnisse älterer Frauen (60+) in Österreich; BMASK; Wien.
www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/bildungsbeduerfnisse_aelterer_frauen_in_oe.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien
www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 2: Methodenhandbuch für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/methodenhandbuchaltern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Audiovisuelle Materialien zur Methodik und Didaktik mit älteren Menschen, Kurzvideos zum Methodenbuch mit Didaktikleitfaden

<http://youtu.be/fiAmYpZ7JWY>

ÖIAT (2014): Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter

Produktgestaltung; Studie; BMASK, Wien. www.saferinternet.at/senioren-digitale-welt

Simon, Gertrud, Gerdenitsch, Claudia (2013): Studie Geragogisches Grundwissen.

Zusammenfassung; BMASK; Wien.

www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/factsheet_geragogisches_grundwissen.pdf

Simon, Gertrud; Gerdenitsch, Claudia (2012): Geragogisches Grundwissen. Untersuchung zur Qualitätssicherung für Bildung in der nachberuflichen Lebensphase. Endbericht; BMASK, Wien.

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studiegeragogik.pdf

VERMITTLUNG VON INTERNETWISSEN AN SENIOR/INNEN

4.4 Bildung im Alter

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Im Gegensatz zur beruflichen Weiterbildung dient Bildung im Alter vor allem der Lebensbewältigung und der Anpassung an neue Lebenssituationen. Bildungsangebote müssen daher stets einen konkreten Lebensbezug herstellen, um eine direkte Umsetzung des Gelernten im Lebensalltag zu ermöglichen. Oft lernt man aus Interesse, Neugier und aus eigenem Antrieb, dementsprechend sind die Ansprüche hoch: Passt das Angebot nicht zu den individuellen Wünschen und Bedürfnissen, so ist der vorzeitige Ausstieg vorprogrammiert.

DARUM GEHT ES

Bildung im Alter unterscheidet sich in einem wesentlichen Punkt von anderen Bereichen der Erwachsenenbildung: **Diese Zielgruppe ist weit weniger bereit, sich mit subjektiv empfundenen „Unsinnigkeiten“ herumzuschlagen**, z.B. bestimmten Lehrinhalten, formalen Abschlüssen (Zeugnissen, Bestätigungen...), einem subjektiv empfundenen Lernzwang oder einem vermeintlich gesellschaftlichen Druck, der mit der Internetnutzung verbunden ist.

„Es muss sich auszahlen. Für Experimente, dazu hab ich keine Zeit!“

Bildung im Alter hat **positive Effekte auf die Lebensqualität** und fördert sowohl das körperliche und geistige Wohlbefinden, als auch die soziale Teilhabe¹⁷.

- **Sinn von Lernen im Alter**

Senior/innen haben eine andere Motivation etwas über das Internet zu lernen als Berufstätige. Im Fokus der Weiterbildung steht weniger der „berufliche Nutzen“ als die persönliche **Sinn- und Identitätsstiftung sowie das Erreichen neuer Perspektiven**. Auch **Austausch und Teilhabe** sind wesentliche Gründe für das Erlernen neuer Techniken oder Fähigkeiten. Diese bilden oft auch die Basis für neue Formen der Betätigung.

„Zuerst war ich selbst Computer-Neuling, jetzt gebe ich mein Wissen an andere weiter!“

¹⁷ Vgl. Kolland, Franz et al, 2009, S. 6; Vgl. Amann, Anton (2014). S. 3

Bildung bzw. Bildungs-Beratung im Alter sollte daher **neue Spielräume für die jeweilige Lebensgestaltung** eröffnen und Fragen, wie z.B. „*Was tue ich gerne?*“, „*Wo kann ich an meine Lebenswelt anknüpfen?*“, „*Wo kann ich mich einbringen?*“ oder „*Wofür werde ich auch weiterhin gebraucht?*“ einbeziehen.

Aber auch die **konkrete Verbesserung der Lebensumstände** durch neue Technologien ist ein Grund, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen.

- **Bildung im Alter – eine „Querschnittsmaterie“**

Bildung im Alter („Geragogik“) muss als „**Querschnittsmaterie**“ zwischen unterschiedlichen Disziplinen – Bildungswissenschaften, Gerontologie, Soziologie, Psychologie und sozialer Arbeit unter Einbeziehung von psychogerontologischen und neurobiologischen Erkenntnissen – gedacht werden. Maßnahmen und Aktivitäten sollten vermehrt „generationen-, ressort- und organisationsübergreifend“ konzeptioniert und durchgeführt werden.

So kann beispielsweise der Besuch eines Internetkurses positive Auswirkung auf die Gesundheit haben bzw. soziale Bindungen stärken – auch wenn sich der Zusammenhang nicht auf den ersten Blick erschließt.

- **Lernen ist sozial**

Ein wesentliches Element bei Bildung im Alter ist die soziale Komponente, wie z.B. das Kennenlernen anderer Kursteilnehmer/innen, die auch in anderen Lebensbereichen zu Bezugspersonen werden oder aber die Fähigkeit zur Vernetzung oder Kommunikation mit dem „*Enkel in Amerika*“. Der soziale Aspekt ist daher nicht nur ein wichtiger Motor beim Lernen, sondern auch ein Ziel.

Die hohe Bedeutung des **sozialen Miteinanders** spiegelt sich in den **eingesetzten Methoden** wider:

- Lernen voneinander – „*Den Austausch in der Gruppe fördern*“
- Lernen durch Lehren – „*Wissen heißt auch lehren zu können*“
- Biografie-orientierte Methoden – „*Lernen unter Einbindung bestehender Erfahrungen*“
- Lernen um aus der Isolation raus zu kommen – Biographische „*Rückschau statt Rückzug*“ (z.B. Fotoarchiv anlegen, Ahnenforschung)

- **Lernen in sicherer Atmosphäre**

Anerkannte Institutionen und vertrauenswürdige Personen (z.B. im eigenen Umfeld, nach den eigenen Maßstäben, höchst individuell) sind für Senior/innen wichtige Kriterien, um sich in Kurs-Settings sicher aufgehoben zu fühlen und weitgehend angstfrei lernen zu können.

„Bildung im Alter braucht einen verlässlichen Rahmen.“

Beziehungsaufbau und -pflege zu Kursleiter/innen sind für Senior/innen ein wichtiger Grund Kurse zu besuchen. Hat man sich an eine Person gewöhnt, fällt ein Wechsel schwer, auch wenn es vielleicht bessere Angebote gäbe. Auch ein regelmäßiges und verlässliches Angebot hilft, einen vertrauenswürdigen Lernraum zu schaffen.

„Bei Problemen kann ich mir dort jeden Freitag Hilfe holen.“

Ein „verlässlicher Lernraum“ bedeutet auch, dass das Gelernte in den Alltag integriert werden kann und eine **Rücksprachmöglichkeit** bei (garantiert) auftretenden Fragen besteht. Viele Anbieter tragen dem Rechnung, indem sie entsprechende **Angebote**, wie z.B. Stammtische, Fragestunden, kostenlose „Mehrfachwiederholung“ von Kursen, als **Ergänzung zum klassischen Kursangebot** beistellen.

- **Bildung im Alter braucht Qualität**

Um Weiterbildungsangebote für Senior/innen hochwertig zu gestalten, sollten Anbieter einige Kriterien beachten. Dazu zählen etwa die Möglichkeit zur **aktiven Mitgestaltung der Lerninhalte** („kein Frontalunterricht“), ein **vertrauensvoller Umgang**, ein **vielfältiges und kleinräumiges Bildungsangebot** sowie eine **umfassende Planung und Vorbereitung**.

Für die Zusammenarbeit im Rahmen eines intergenerationalen Lernsettings bedeutet dies etwa, dass Jugendliche eigens auf die Bedürfnisse älterer Menschen vorbereitet und geschult werden müssen. Trainer/innen von Senior/innen-Schulungen sollten über ein großes Repertoire an didaktischen Settings verfügen, um dann in der Situation flexibel reagieren zu können. Auch sollten Trainer/innen im Vorfeld die eigenen „**Altersbilder**“ reflektieren und damit sicherstellen, dass sie der Zielgruppe selbst **positiv und wertschätzend** gegenüber treten.

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Bildung(sberatung) im Alter soll **neue Spielräume für die jeweilige Lebensgestaltung** eröffnen und Fragen, wie z.B. „Was tue ich gerne?“, „Wo kann ich an meine Lebenswelt anknüpfen?“, „Wo kann ich mich einbringen?“ oder „Wofür werde ich auch weiterhin gebraucht?“ einbeziehen.
- Die Arbeit mit Senior/innen ist sehr anspruchsvoll. In der Konzeption von zielgruppenspezifischen Bildungsangeboten sind **Qualitätsstandards** notwendig.
- Dabei sollten **Querverbindungen** mit anderen Bereichen, wie z.B. der Gesundheitsvorsorge und -förderung, bürgerschaftlichem Engagement, der Freiwilligenarbeit, der politischen Teilhabe, Förderung der sozialen Integration und Verbesserung der ökonomischen Situation etc. bedacht („*quergedacht*“) werden.
- Bei (Weiterbildungs-)Angeboten für Senior/innen stehen die persönliche **Sinn- und Identitätsstiftung sowie das Erreichen neuer Perspektiven** im Mittelpunkt.
- Das Erlernete sollte einen **Bezug zum Alltagsleben** der Senior/innen haben. Im Bildungsangebot muss daher vermittelt werden, wie das erworbene Wissen in den individuellen Lebenssituationen eingesetzt werden kann.
- **Klassische Kursangebote sollten durch informelle Lernsettings** (z.B. Fragestunden, EDV-Stammtisch, ...) ergänzt werden.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Amann, Anton (2014): Der BundesseniorInnenplan im Lichte gesamtheitlicher Altersforschung – Zum Postulat vernetzter Erkenntnisse. BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/4/7/6/CH2229/CMS1218014040042/bundesseniorinnenplanvernetzung.pdf

Haring, Solveig (2012): Bildungsbedürfnisse älterer Frauen (60+) in Österreich; BMASK; Wien.

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/bildungsbeduerfnisse_aelterer_frauen_in_oe.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Audiovisuelle Materialien zur Methodik und Didaktik mit älteren Menschen, Kurzvideos zum Methodenbuch mit Didaktikleitfaden

<http://youtu.be/fIAmYpZ7JWY>

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 2: Methodenhandbuch für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/methodenhandbuchaltern_bmaskweb.pdf

Kolland, Franz, Ahmadi, Pegah Hauenschild, Barbara (2009): Bildung, aktives Altern und soziale Teilhabe. Zusammenfassung Studie; BMASK, Wien

www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studie_bildung_aktives_altern_und_soziale_teilhabe_zusammenfassung.pdf

Simon, Gertrud, Gerdenitsch, Claudia (2013): Studie geragogisches Grundwissen. Zusammenfassung; BMASK; Wien.

www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/factsheet_geragogisches_grundwissen.pdf

Simon, Gertrud; Gerdenitsch, Claudia (2012): Geragogisches Grundwissen. Untersuchung zur Qualitätssicherung für Bildung in der nachberuflichen Lebensphase. Endbericht; BMASK, Wien.

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studiegeragogik.pdf

4.5 Rahmenbedingungen für die Wissensvermittlung

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Bei der Vermittlung von Internetwissen gegenüber Senior/innen muss auf einige Faktoren Rücksicht genommen werden. Dies reicht von sozioökonomischen sowie Genderaspekten über infrastrukturelle Fragestellungen bis hin zu didaktischen Grundprinzipien der Erwachsenenbildung in der nachberuflichen Lebensphase.

DARUM GEHT ES

Die Gruppe der Senior/innen kann nicht als eine einheitliche Gruppe angesehen werden. Unterschiedliche Faktoren, wie z.B. **Bildungsstand, Geschlecht, Einkommen, Erwerbsstatus, Wohnregion, Gesundheit, Mobilität** oder **soziale Integration** spielen eine wichtige Rolle und bedingen **unterschiedliche Zugänge, Motivationen und Ansprechmöglichkeiten**.

- **Heterogenität der Gruppe**

Nicht aufgrund des kalendarischen Alters haben Personen ähnliche Bedürfnisse, sondern **aufgrund des subjektiv empfundenen Alters sowie der oben genannten Faktoren**. Es braucht daher kleinräumige und informelle Angebote, welche die unterschiedlichen Vorlieben und Bedürfnisse berücksichtigen.

Maßnahmen und Tipps

- Der unterschiedliche Wissensstand und die **Heterogenität einer Gruppe** können und sollten in Kurs-Settings **aktiv** für den intensiven Austausch **genutzt werden**. So können etwa Teilnehmer/innen mit mehr Erfahrung in einem Bereich als Lehrende tätig werden.
- Lehrende sollten **flexibel auf die Bedürfnisse der Senior/innen eingehen**. Sie sollten sich tendenziell wenig Inhalt für eine bestimmte Zeitspanne vornehmen. Den Teilnehmer/innen sollte Raum für aktuelle Fragen gegeben werden.
- Bildungsangebote für Senior/innen sollten in möglichst **kleinen Gruppen** stattfinden, da nur so auf die Bedürfnisse und Fragen aller Teilnehmer/innen eingegangen werden kann.

- **„Jetzt lerne ich wie ich will!“ – Umgang mit Ungeduld und Unwillen**

Bei Trainingssettings sind Trainer/innen immer wieder mit der **Ungeduld** und dem **Unwillen** der Teilnehmer/innen konfrontiert. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn die Teilnehmer/innen das Gefühl haben, dass die Kursinhalte nicht ihren momentanen Bedürfnissen entsprechen. Teilnehmer/innen sind oft nicht gewillt, sich auf die „Reisen“ der Trainer/innen einzulassen, wenn für sie das Ziel der Reise nicht vorab erkennbar ist. Dieser

Unmut wird meist auch sofort artikuliert.

„Ich will es jetzt wissen, denn in drei Stunden weiß ich nicht mehr, was ich wissen wollte.“

Maßnahmen und Tipps

- **Humor und Charme.** Macht das Lernen **Spaß** und darf auch gelacht werden, sind Teilnehmer/innen eher bereit, auch einmal etwas abzuwarten und sich auf scheinbar „unnütze Inhalte“ einzulassen.
- Um offene Fragen oder Themen nicht zu vergessen, sollten im Raum Listen als „**visueller Themenspeicher**“ aufliegen (z.B. Plakate, Flipchart, Tafel, ...).

- **Umgang mit Fehlern, Umgang mit Angst**

Immer wieder haben ältere Teilnehmer/innen große Unsicherheiten, wenn es darum geht, sich neue technische Anwendungen zu erarbeiten. Sie befürchten einerseits Dinge kaputtzumachen („*kann ich das Internet löschen?*“), andererseits, sich selbst lächerlich zu machen, wenn sie Inhalte nicht sofort verstehen.

Maßnahmen und Tipps

- Eine **entspannte Atmosphäre** ermöglicht es älteren Teilnehmer/innen, Vertrauen sowohl zur/zum Trainer/in, als auch in die eigenen Fähigkeiten aufzubauen. Dies kann einerseits durch eine „heimelige“ Gestaltung des Raumes gelingen (z.B. Bereitstellung von Kaffee und Kuchen, Sitzkissen, ...), aber auch durch ermutigende Worte zu Beginn:

„Hier können Sie nichts kaputt machen.“

- Gibt der/die Trainer/in eigene Unzulänglichkeiten offen zu, trägt dies weiter zur Entspannung der Teilnehmer/innen bei.

„Ich weiß auch nicht alles, suchen wir doch gemeinsam nach einer Antwort.“

- **Humor hilft.** Es kann auch lustig sein, Fehler zu machen, ohne die Teilnehmer/innen bloßzustellen. Auch der/die Trainer/in sollte eigene Fehler mit Humor nehmen, z.B. „Tippfehler“ beim Eingeben der URL (www.weter.de statt www.wetter.de).

- **Motivation nutzen**

Senior/innen sind dann bereit sich auf neue Themen einzulassen, wenn der unmittelbare Nutzen für sie klar erkennbar ist. Daher sollten Trainer/innen die Vermittlung von neuen Inhalten stets an die individuelle Motivation der einzelnen Teilnehmer/innen koppeln.

Maßnahmen und Tipps

- Direkt am **Mehrwert** ansetzen und die Inhalte so formulieren („*anlassbezogen*“), dass deren Nutzen sich sofort erschließt. So kann z.B. das Thema Bildbearbeitung am konkreten Beispiel der Übertragung eines Fotos per E-Mail an die Enkelkinder gezeigt werden. Auch kann die Nutzung eines Sozialen Netzwerkes als Beispiel dienen, um alte Freunde wieder zu finden oder gesellschaftlich aktiv zu werden.
- Angebote sollten **flexibel** sein. Dies kann z.B. durch die Kombination von formalem und informellem Lernen erreicht werden. Wichtig ist auch, stets viel Zeit für individuelle Fragen einzuplanen.
- Die **soziale Komponente** ist oft eine wichtige Motivation zur Kursteilnahme. Daher sollte der/die Trainer/in Raum für das soziale Miteinander lassen, ohne dabei das Lernziel aus den Augen zu verlieren. z.B. Erarbeitung von Themen zu zweit oder in Kleingruppen anstatt „allgemeines Tratschen“.
- „**Bilder**“ scheinen als Kursinhalte besonders zu motivieren: Bildbearbeitung, Bilder von Kamera auf Computer übertragen, sortieren und verwalten, Bilder online stellen und teilen, E-Mail mit Anhang verschicken, alte Fotos scannen, Fotobücher anlegen,

- **Mit Einschränkungen umgehen**

Im Kurs muss eine Strategie zum Umgang mit den eingeschränkten physischen und kognitiven Möglichkeiten entwickelt werden. Dabei sollen nicht die Beeinträchtigungen selbst im Mittelpunkt stehen, sondern die Lösungsmöglichkeiten.

Maßnahmen und Tipps

- Das Lernen sollte **ohne (Zeit-)Druck** stattfinden („*You can't push a river!*“). Die Teilnehmer/innen selbst bestimmen die Inhalte und das Tempo. Die Aufgabe der Trainer/in ist es darauf zu achten, dass nicht ein „*fixes Programm abgospult*“ wird. Auf die Bedürfnisse sollte flexibel eingegangen und die Lehrinhalte spontan darauf angepasst werden. Gleichzeitig sollte dafür gesorgt werden, dass keine Teilnehmer/in zu kurz kommt und möglichst alle Fragen beantwortet werden.

„*Wir stehen immer neben den Leuten, nie hinter den Leuten.*“

- Auf die **Sprache** besonders gut achten: Der/die Kursleiterin sollte möglichst verständliche Begriffe aus der deutschen Sprache statt Fachausdrücken oder Anglizismen verwenden. Auch vermeintlich geläufige Begriffe wie „Enter-Taste“, sollten alltagsbezogen erklärt werden.

„Die „Enter-Taste“ ist wie der Einschaltknopf bei der Waschmaschine.“

- Um etwaige Probleme mit der **Feinmotorik** auszugleichen, hilft es manchen Teilnehmer/innen, die Maus zusätzlich mit der linken Hand am Kabel festzuhalten.
- Bei Einschränkungen des **Kurzzeitgedächtnisses** kann es hilfreich sein, die Teilnehmer/innen selbst die eigenen Anleitungen notieren zu lassen.
- In Bezug auf die **Kursdauer** sollte bedacht werden, dass die Konzentration älterer Teilnehmer/innen nach einiger Zeit nachlässt (meist nach zwei bis drei Unterrichtseinheiten, je nach Aufbau und Intensität des Programms).
- Um Verspannungen durch die ungewohnte Körperhaltung zu vermeiden, sollten zwischendurch kurze Auflockerungsübungen eingebaut werden, z.B. Hände ausschütteln, Kopfgymnastik, Halswirbelgymnastik, Schulter heben und senken, mit den Händen „Kirschen pflücken“....

- **Geschlecht (Gender)**

Beim Lernen spielen **erlernte Rollenbilder** und Lebenserfahrungen eine große Rolle. Dies äußert sich z.B. in der **Selbsteinschätzung** der Teilnehmer/innen und spiegelt sich auch in den Themen, welche für die Beteiligten von besonderem Interesse sind, wider. Diese erlernten Rollenbilder sollten berücksichtigt und hinterfragt werden, indem z.B. den Teilnehmer/innen **Reflexionsfragen** gestellt werden:

„Warum glauben, Sie dass Sie das als Frau nicht können?“

„Was haben Sie im Internet schon alles gemacht?“

Maßnahmen und Tipps

- Für das Lernsetting empfehlen sich **gleichgeschlechtliche Lerngruppen**, insbesondere dann wenn auf die speziellen Bedürfnisse von **älteren Frauen** eingegangen werden soll. **Gemischte Gruppen entlasten** hingegen **Männer**, die Druck verspüren, technische Belange sofort verstehen zu müssen. Männer trauen sich bei Unverständnis oft nicht nachzufragen, Frauen hingegen schon. Prinzipiell kann nicht davon ausgegangen werden, dass Männer über ein höheres Technikverständnis verfügen als Frauen.
- Nehmen Ehepaare an Kursen teil, ist darauf achten, dass beide den Kursinhalten folgen

können und nicht auf erlernte Verhaltensmuster zurückgreifen (z.B. der Ehemann greift seiner Frau beim Tippen in die Tastatur).

„Die Tastatur ist kein 4-händiges Klavier.“

Die Frau sollte sich nicht hinter dem Technikverständnis des Mannes verstecken. Gegebenenfalls **Ehepartner/innen trennen!**

- Ältere (Frauen) stellen ihre Kompetenzen immer wieder unter den Scheffel bzw. versuchen sich durch ihre **eigene erlernte Hilflosigkeit** vor zu großen Anstrengungen zu bewahren. Trainer/innen sollten Teilnehmerinnen zum Selbermachen animieren, und sich nicht vereinnahmen lassen (z.B. nicht die Maus der Teilnehmerin übernehmen – „*keine Mausübergriffe*“).

„Gehen Sie, bitte helfen Sie mir und machen Sie mir das schnell“

„Gehen Sie, Sie können das doch viel besser.“

- **Altersbilder**

Trainer/innen sollten ihre eigenen **Altersstereotype reflektieren** und sich selbst ein möglichst positives Altersbild zurechtlegen. Nur so können sie den Teilnehmer/innen glaubhaft Wertschätzung entgegen bringen und diese dazu motivieren, stets „*am Ball zu bleiben*“. Ziel ist dabei, den gesellschaftlichen Anschluss älterer Menschen sicher zu stellen.

Weiterführende Literatur zur Reflexion von Altersbildern:

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 2: Methodenhandbuch für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien (Kapitel 2 „Die eigenen Altersbilder“ von S. 24-42)

- **(Daten-)Sicherheit**

Zwar haben Senior/innen ein **erhöhtes Sicherheitsbedürfnis**, gehen gleichzeitig aber eher leichtgläubig und sorglos mit persönlichen Daten im Internet um.

Maßnahmen und Tipps

- Das Internet wird als kompliziert wahrgenommen. Daher sollten Optionen für einen sicheren Umgang statt ständigen Warnungen angeboten werden. Das „**Konzept Internet**“ sollte zudem **verständlich gemacht** bzw. erklärt werden. Auf mögliche Fallen und betrügerische Aktivitäten sollte hingewiesen werden, ohne Angst zu machen.

- Je mehr Senior/innen **über Betrugsfallen Bescheid wissen**, desto selbstsicherer bewegen sie sich im Internet und trauen sich Neues auszuprobieren. Die Trainer/innen sollten daher **Sicherheitsthemen** proaktiv in den Kurs **einbringen**.¹⁸

- **Kosten**

Je nach sozioökonomischer Situation hängt die Kursteilnahme mitunter auch von den Kosten des Bildungsangebotes ab. In diesen Fällen können **individuelle Förderungen** sehr gut greifen (Bildungsscheck, Bildungszuschuss, Bildungsgutscheine, ...). Um Senior/innen an das Thema „Internet“ heranzuführen, eignen sich kurze Schnupperkurse – diese sollten kostenlos angeboten werden.

- **Zeit/Dauer**

Ob ein Kursangebot von Senior/innen angenommen wird oder nicht, hängt auch vom Faktor Zeit ab.

Maßnahmen und Tipps

- Senior/innen legen viel Wert auf **Kontinuität und Regelmäßigkeit** und nehmen daher bevorzugt Bildungsangebote in Anspruch, die stets zur selben Zeit am selben Ort stattfinden (z.B. jeden Freitagvormittag von 10 bis 12 Uhr).
- Darüber hinaus bevorzugen ältere Menschen Kursangebote, die **untertags an Werktagen** stattfinden. Kurse am Abend oder an Wochenenden werden von dieser Zielgruppe hingegen nicht gut angenommen.
- Die einzelnen **Kurseinheiten** sollten **nicht zu lange dauern** (max. 2 bis 3 Stunden), da die Konzentrationsfähigkeit bei älteren Teilnehmer/innen eingeschränkt ist. Ungeeignet sind daher auch geblockte Kursformate, wie z.B. Tages- oder Wochenendkurse.
- In der **warmen Jahreszeit** (Mai bis September) werden Langzeitkurse von Senior/innen **seltener in Anspruch genommen**. Im Sommer empfiehlt sich daher eher das Angebot von Kurz- oder Schnupperkursen.

- **Ort/Distanz**

Auch die Distanz und räumliche Entfernung spielen eine wichtige Rolle für die Akzeptanz von Angeboten. Senior/innen bevorzugen lokale Kursorte, welche maximal 20 bis 25 Kilometer

¹⁸ Hilfreiche Informationen bietet unter anderem die www.watchlist-internet.at – Aktuelle Warnungen zu Internet-Betrug und Online-Fällen und www.saferinternet.at/leitfaden – Tipps und Leitfäden zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken sowie unter www.saferinternet.at/senioren – die aktualisierte Senior/innen-Broschüre „Das Internet sicher nutzen - Informationen und Tipps für Senior/innen“

von ihrem Wohnort entfernt sind (in ländlichen Gebieten). Hier empfiehlt sich eine Kooperation mit bereits bestehenden und etablierten Einrichtungen, wie z.B. Pfarrsaal, Kulturvereine, Nachbarschaftszentren, Büchereien, Seniorenheime, Einkaufszentren...

- **Ausstattung**

Die Ausstattung der Kursräume stellt für ältere Menschen ein weiteres wichtiges Entscheidungskriterium für oder gegen einen Kursbesuch dar. Um auf die spezifischen Bedürfnisse von Senior/innen eingehen zu können, sollten bei der Auswahl und Ausstattung der Räumlichkeiten folgende Faktoren berücksichtigt werden (vgl. Bacher/ Haring: Didaktik Leitfaden, 2014; ÖIAT: Checkliste für die Durchführung von Seniorenkursen):

Maßnahmen und Tipps

- Für ältere Teilnehmer/innen ist die **barrierefreie Erreichbarkeit** des Kursgebäudes sowie des Kursraums von besonderer Bedeutung. Auch die Toilettenlagen sollten in unmittelbarer Nähe des Kursraums barrierefrei zugänglich sein. Ein Leitsystem im Gebäude hilft den Teilnehmer/innen beim Auffinden des Kursraums (z.B. Hinweisschilder).
- **Die angenehme und freundliche Gestaltung des Raums** trägt wesentlich dazu bei, eine gute Lernatmosphäre zu schaffen. Dafür muss der Raum für die erwartete Personenanzahl zunächst eine adäquate Größe haben und ausreichend Bewegungsfreiheit ermöglichen. Allen Teilnehmer/innen sollte es möglich sein, den Raum zu betreten oder zu verlassen, ohne die anderen zu stören. Eine helle, angenehme Beleuchtung sorgt für ein unangestregtes Arbeiten am Bildschirm. Bequeme Stühle, die zur jeweiligen Tischhöhe passen, beugen Verspannungen durch falsche Sitzhaltungen vor.
- Auch die **Arbeitsplätze** selbst sollten **benutzerfreundlich gestaltet** sein. Dafür ist einerseits ausreichend Platz zwischen den einzelnen Arbeitsstationen, andererseits ausreichende Beleuchtung notwendig. Die Bildschirme sollten nicht spiegeln und höhenverstellbar sein. Weiter sollten die Monitore so eingestellt sein, dass die Schrift groß und deutlich lesbar ist. Helle Tastaturen mit dunkler Beschriftung sind für ältere Menschen besser lesbar (Kontrast).
- Wichtig für einen reibungslosen Kursablauf ist eine **funktionstüchtige technische Ausstattung**, die vor Beginn jedes Kurses überprüft wird. Neben einer stabilen WLAN-Verbindung sollten auch alle Teilnehmer/innen die Möglichkeiten haben, Dokumente auszudrucken. Darüber hinaus sollte eine ausreichende Anzahl an Steckdosen sowie eine Tonanlage zur Regelung der Lautstärke des Trainer/innen-PCs vorhanden sein. Der Beamer zur Projektion von Präsentationen oder des Bildschirms des/der Trainer/in sollte vorab richtig eingestellt werden. Wichtig ist außerdem, dass der Zugang zum Internet nicht durch Filter gesperrt wird, um alle gewünschten Websites aufrufen zu können.

- Weitere **Arbeitsmittel**, wie z.B. ein CD-Player oder ein Flipchart mit Stiften, sollten bei Bedarf rasch verfügbar sein. Auch könnten weitere Stühle für einen Sesselkreis benötigt werden.
- Die **Zugangsdaten für das WLAN-Netzwerk** sollten für alle Teilnehmer/innen gut sichtbar im Raum angebracht werden. Die Passwörter sollten dabei nicht zu kompliziert angelegt werden.
- Die Berücksichtigung weiterer Rahmenbedingungen macht den Kursbesuch für ältere Teilnehmer/innen noch angenehmer. So sollten die Trainer/innen eventuell auch an die **Pausenverpflegung** denken (Wasser, ev. Obst). In den Pausen sollte gelüftet werden, um **Frischluft** in die Räume lassen. Etwaige **Lärmquellen**, wie z.B. surrende Geräte, sollten vor Kursstart **beseitigt** werden.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Audiovisuelle Materialien zur Methodik und Didaktik mit älteren Menschen, Kurzvideos zum Methodenbuch mit Didaktikleitfaden

<http://youtu.be/flAmYpZ7JWY>

ÖIAT (2010): Internet-Senior/innenkurse – Leitfaden für Trainer/innen; BMASK; Wien

www.saferinternet.at/fuer-seniorinnen

4.6 Mobilisierung der Zielgruppe: Information, Motivation und Bewerbung

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Um Senior/innen für den Besuch von Weiterbildungsangeboten zu motivieren, müssen sie dort abgeholt werden, „wo sie schon sind“ (z.B. Geschäfte, traditionelle Medien, Freizeitaktivitäten). Von großer Bedeutung ist dabei die Informations-, Motivations- und Vernetzungsarbeit vor Beginn des eigentlichen Angebots. Diese Vorarbeit kann z.B. als Bildungsberatung, Informationsveranstaltung, Schnupperkurs, Testmöglichkeit für Geräte, oder Etablierung eines Lernortes für den informellen Austausch gestaltet werden.

DARUM GEHT ES

Als Anbieter von Weiterbildungsmöglichkeiten für Senior/innen ist zunächst zu klären, wie die Zielgruppe am besten erreicht werden kann. Darüber hinaus ist zu beachten, dass speziell für Vermittlungsarbeit („*Motivationsphase*“) im Vorfeld entsprechende **Ressourcen**, wie z.B. Personalkosten, **bereitgestellt** werden müssen. Die zu leistende **Vernetzungsarbeit** nimmt zwar viel Zeit in Anspruch, ist aber wichtig um die **Angebote in der Region zu etablieren**. Dabei hilft die Zusammenarbeit mit bestehenden Einrichtungen, wie z.B. Nachbarschaftszentrum, Pfarre, Seniorentreff, Seniorenzentrum oder die Ehrenamtsbörse, ältere Menschen dort abzuholen, wo sie sind. Diese niederschwellige Vorgehensweise unterstützt nicht nur die Bekanntmachung des neuen Angebots, sondern fördert auch die Akzeptanz bei der Zielgruppe.

Informationen über Inhalte sowie über mögliche Weiterbildungsangebote (bei institutionalisierten Einrichtungen) werden vor allem über Mundpropaganda verbreitet. Menschen, die nicht in entsprechende Netzwerke eingebunden sind, haben daher nur eingeschränkt die Möglichkeit, überhaupt von Weiterbildungsangeboten, Infoabenden oder „Schnupperangeboten“ zu erfahren (Soziale Exklusion).

Um möglichst viele Personen zu erreichen, sind folgende Aspekte wichtig:

- **Gestaltung von Angeboten**

Informationsangebote (ebenso wie die Bildungsangebote selbst) sollten möglichst **niederschwellig, leicht verständlich** und **ansprechend** gestaltet sein.

- **Auffinden von Informationen**

Da die Zielgruppe (noch) nicht online ist, kann sie über digitale Medien (z.B. Newsletter, E-Mail) nicht erreicht werden. „*Traditionelle*“ **Formen der Kommunikation** (z.B. gedruckte Infobroschüren, Anmeldung per Telefon oder Fax etc.) zu Bildungsangeboten müssen also **mitbedacht** werden.

Ältere Menschen stoßen oftmals **zufällig** auf Informationsmaterialien diverser Initiativen und Plattformen, wie. z.B. Beiträge in **Lokal-** oder **Einkaufszeitschriften** (z.B. Bezirksblätter, Gemeindezeitung), im **Lokalradio** oder **Aushänge**.

„So werden z.B. Leute, die bei uns im Nachbarschaftszentrum sind, eingeladen, beim Computerkurs mitzumachen.“

Eine weitere Möglichkeit, Senior/innen zu erreichen, bietet die **aufsuchende (mobile) Bildungsberatung**: Mit Informationsständen am Bahnhof, im Einkaufszentrum, Parks oder Büchereien können Weiterbildungsangebote niederschwellig bei der Zielgruppe beworben werden. Auch öffentliche Veranstaltungen wie „Lernfeste“ oder ein „Tag der Offenen Tür“ in Bildungseinrichtungen helfen, Senior/innen zu informieren.

„Wenn wir ein Inserat in der Einkaufszeitschrift schalten, ist der Kurs noch am selben Tag ausgebucht.“

Vereinzelt gibt es **Medienkooperationen** zwischen Infoplattformen und Medien, in denen sowohl konkretes Wissen, als auch weiterführende Bildungsangebote kommuniziert werden (→ Plattform „Senioren im Netz“/ Kleine Zeitung „Fit am PC“: fitimnetz.kleinezeitung.at).

- **Heterogene Zielgruppe ansprechen**

Bei der Gestaltung der Werbeunterlagen ist zu beachten, dass die Zielgruppe sehr heterogen ist und daher unterschiedliche Reizworte und Formulierungen verwendet werden sollten. So empfinden manche bei dem Begriff „Senior/innen-Kurs“ Sicherheit („*Hier bin ich gut aufgehoben!*“), während jüngere, aktivere Senior/innen diese Bezeichnung eher ablehnen (alternativ z.B. „*Computerkurse 50+*“ oder „*Internet ohne Vorkenntnisse*“).

- **Den Boden aufbereiten „Grundlarbeit“**

Bevor ein Vermittlungsangebot angenommen wird braucht es bei der Zielgruppe die Einsicht, dass das Internet überhaupt sinnvoll und nützlich sein kann. Die Zielgruppe muss also erst **auf den Geschmack gebracht werden**, bevor eine Weiterbildung überhaupt erst in Betracht gezogen wird. Es ist also **notwendig zu vermitteln**, warum es heute „*ohne Internet gar nicht mehr geht*“ und welcher konkrete **Nutzen** aus dem kompetenten Umgang gezogen werden kann.

„Es braucht stärkere Initiativen, um diesen Prozess in Gang zu setzen, damit die Zielgruppe die Fragen ‚Was mache ich damit? Wozu brauche ich das überhaupt? Und was hat das mit meinem Leben noch zu tun?‘ für sich beantworten kann.“

- **Vermittler/innen**

Persönliche Kontakte stehen im Mittelpunkt der Vermittlungsarbeit für Senior/innen. Dementsprechend wichtig ist es auch, sogenannte „**Multiplikator/innen**“ zu identifizieren und in die Wissensvermittlung einzubeziehen. Dies können Menschen sein, die in Gemeinden oder Vereinen aktiv sind oder offizielle Rollen bzw. Funktionen innehaben (Gemeindebedienstete, Lehrer/innen, Pfarrgemeinderat, Ortsbäuerin, ...). Konkrete Beispiele hierfür sind z.B. die Zusammenarbeit mit einer regionalen Ehrenamtsbörse, Bildungskordinator/innen oder der Amtsleitung/Bürgermeister/in in Gemeinden. Lokale „Größen“ können auch in Weiterbildungsmaßnahmen eingebunden werden, z.B. könnte der/die Bürgermeister/in zur Eröffnung eines neuen Bildungsstandortes oder zur Abschlussveranstaltung eines Kurses eingeladen werden.

Wichtige Treibkraft der Vermittlungsarbeit ist das **persönliche Engagement** von Einzelpersonen. Sind Einzelne von einem bestimmten Angebot überzeugt, geben sie diese „*Begeisterung*“ auch gerne an andere weiter („*Ingangsetzen des Schneeball-Effekts*“). Dies trifft insbesondere auf lokale Multiplikator/innen zu. Daher ist es wichtig, die lokalen Meinungsbildner/innen zu kennen und aktiv in die Vermittlungsarbeit einzubeziehen. Oft ist für diese Personen die Wichtigkeit des Themas nicht nachvollziehbar, da sie selbst das Internet nicht bzw. nur eingeschränkt zur Kommunikation oder für Erledigungen nutzen (z.B. wickelt das Sekretariat die E-Mail-Korrespondenz ab, bucht online Zugtickets oder recherchiert Kontaktdaten).

- **Kooperationen**

Oft arbeiten Organisationen, Institutionen und Unternehmen bei der Entwicklung und Durchführung von (Weiterbildungs-)Angeboten zusammen. Dadurch können die jeweiligen Maßnahmen durch die Programme der anderen ergänzt und gleichzeitig Synergieeffekte genutzt werden: z.B. die Trainer/innen einer Erwachsenenbildungseinrichtung bieten Computer-Schnupperkurse in der lokalen Bücherei an und machen dabei auf das weitere Kursprogramm der Volkshochschule aufmerksam.

- **Orte**

Senior/innen bevorzugen **lokale Kurs- bzw. Veranstaltungsorte** und sind daher nur **kleinräumig** zu erreichen. Für Stadtbewohner/innen bedeutet dies Standorte im eigenen Wohnbezirk, während ältere Menschen in ländlichen Regionen Angebote, die maximal 20 bis 25 Kilometer von ihrem Wohnort entfernt sind, nutzen können. Generell sollten Senior/innen dort abgeholt werden, wo sie sich üblicherweise bewegen, z.B. in Geschäften oder bei Freizeitaktivitäten.

„Wir schauen wo die Menschen sind, die es zu erreichen gilt.“

Wichtig ist dabei, **an bestehende lokale Angebote, Institutionen oder Orte anzuknüpfen**. Dabei reicht das Spektrum von Senior/innen-Zentren über Verbands-, Pfarr- und Kultureinrichtungen bis hin zu Einkaufszentren oder Infoständen in Gemeindezentrum.

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Die **Zielgruppe ist (noch) nicht online** und über digitale Kanäle (E-Mail, Newsletter, ...) nicht erreichbar! Daher muss auch die Kommunikation dort anknüpfen, wo sich ältere Menschen bereits aufhalten – in **traditionellen Medien**, wie z.B. Printmedien (z.B. Bezirks- oder Gemeindezeitung), Lokalradio sowie gedrucktes Informationsmaterial (Broschüren, Programme, Aushänge ...).
- Bevor Senior/innen dazu bereit sind, Weiterbildungsangebote zum Thema Internet in Anspruch zu nehmen, müssen ihnen erst **Gründe, warum es heute ohne Internet nicht mehr geht**, vermittelt werden. Zudem müssen **konkrete, persönliche Vorteile**, die aus der Nutzung des Internet entstehen, aufgezeigt werden (z.B. Vermeidung mühsamer Wege durch Online-Shopping, einfache Recherche von Informationen, ...). Aus diesem Grund müssen im Zuge der Zielgruppenmobilisierung auch **Ressourcen für die Motivations-, Vermittlungs- und Vernetzungsarbeit im Vorfeld** einkalkuliert werden (z.B. Zeitaufwand, Personal, ...).
- Mundpropaganda und persönliche Empfehlungen spielen in der Vermittlung von Senior/innen-Angeboten eine wichtige Rolle. Daher ist es von großer Bedeutung, **lokale Multiplikator/innen bzw. Meinungsbildner/innen** (z.B. Bürgermeister/in, Gemeindebedienstete, Greißler, Pfarrer, Pastorin etc.) zu identifizieren, diese selbst von der Wichtigkeit des Themas „Internetnutzung“ zu überzeugen und anschließend aktiv in die Vermittlungsarbeit mit einzubeziehen („**Grassroots-Strategie**“).
- Bei der Konzeption und Durchführung von Weiterbildungsangeboten für Senior/innen empfiehlt sich die **Zusammenarbeit mit bestehenden Einrichtungen, Institutionen und Veranstaltungsorten**. Dabei kann nicht nur an das lokale (Bildungs-)Angebot angeknüpft, sondern auch entstehende Synergien genutzt werden. Die Kooperationsmöglichkeiten reichen dabei von der Pfarre über lokale Ehrenamtsbörsen bis hin zur Ankündigung in der örtlichen Einkaufszeitung. Die **Zusammenarbeit mit etablierten Einrichtungen** fördert die Bereitschaft von älteren Menschen, neue Angebote auszuprobieren bzw. in Anspruch zu nehmen.

4.7 Didaktische Strategien

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

An Trainer/innen von Internet-Senior/innen-Kursen werden hohe Anforderungen gestellt. Neben internetbezogenen Lerninhalten müssen auch Computer-Grundkenntnisse (z.B. Bedienung der Maus) und allgemeine Begriffe (z.B. „Enter“, „Homepage“) vermittelt werden. Neben dem entsprechenden Fachwissen benötigen Trainer/innen daher auch didaktische Fähigkeiten sowie Offenheit und Empathie gegenüber älteren Menschen. Respekt, Geduld und ein eigenes positives Altersbild sind wesentliche Voraussetzungen, um Inhalte nachhaltig erfolgreich vermitteln zu können.

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS – EINE CHECKLISTE

| DIDAKTISCHES ZIEL/STRATEGIE | BEISPIELE, MASSNAHMEN UND EMPFEHLUNGEN, UM DAS ZIEL ZU ERREICHEN |
|--|--|
| Heterogenität der Zielgruppe nutzen | <p>Die Heterogenität der Zielgruppe kann für Lernerfolge genutzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lernende sollten motiviert werden, einander zu helfen, sich auszutauschen und ihre Erfahrungen zu teilen. • Es empfiehlt sich, Teilnehmer/innengruppen (Kleingruppen) mit ähnlichem Wissensstand zu bilden und diese individuell zu betreuen. • Um die Themen und Bedürfnisse der Teilnehmer/innen nicht aus den Augen zu verlieren, eignen sich „visuelle Themenspeicher“ (z.B. an der Tafel oder Flipchart-Bogen), die laufend ergänzt und erweitert werden können. |
| Geschlechterrollen reflektieren: „Undoing Gender“ | <p>Geschlechter-Stereotype können den Erfolg der Vermittlung von Internetwissen behindern!</p> <p>Um dem entgegenzuwirken, sollten folgende Punkte beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonders ältere Frauen stellen ihre Fähigkeiten schlechter dar, als sie in Wirklichkeit sind. Sie versuchen, basierend auf ihrer erlernten Hilflosigkeit, allzu große Anstrengungen bzw. Hürden zu vermeiden. Hier ist es notwendig, die Teilnehmerinnen zu selbständigem Arbeiten zu animieren. Trainer/innen sollten sich nicht vereinnahmen lassen und Eingriffe in die Tastatur bzw. auf die Maus unbedingt vermeiden. • Nehmen (Ehe-)Paare an Kursen teil, ist darauf zu achten, dass beide den Kursinhalten folgen können und nicht auf erlernte Verhaltensmuster zurückgreifen (z.B. der Ehemann greift seiner |

| | |
|--|---|
| | <p>Frau beim Tippen in die Tastatur – „<i>Die Tastatur ist kein 4-händiges Klavier!</i>“). Die Frau sollte sich nicht hinter dem Technikverständnis des Mannes verstecken. Es kann hilfreich sein, die Ehepartner/innen während den Lehreinheiten zu trennen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Männer fühlen sich oft einem vermeintlichem Druck ausgesetzt, im Bereich der Technik alles sofort verstehen bzw. können zu müssen. Hier können gemischte Kurse mit Männern und Frauen entlastend wirken, wenn andere Teilnehmer/innen sich trauen die „<i>eigenen Fragen</i>“ zu stellen |
| <p>Positives Bild vom Altern vermitteln</p> | <p>Die persönlichen Altersbilder der Trainer/innen sowie der Kursteilnehmer/innen wirken sich maßgeblich auf Lernsettings und Lernerfolge aus.</p> <p>In diesem Zusammenhang sind folgende Maßnahmen empfehlenswert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trainer/innen sollten zunächst für sich selbst, dann gemeinsam in der Gruppe positive Altersbilder entwickeln und diese im Kursverlauf immer wieder herausarbeiten. • Die Trainer/innen sollten aufzeigen, wie die Kompetenz zur Internetnutzung die gesellschaftliche Teilhabe der Teilnehmer/innen fördert: Wie können die erlernten Fähigkeiten im Alltag eingesetzt werden? (z.B. Austausch von Fotos, Organisation von Freizeitaktivitäten, ...). Dabei sollte auch die Lebenserfahrung der Senior/innen miteinfließen. • Weiterführende Literatur zur Reflexion von Altersbildern: Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 2: Methodenhandbuch für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien (Kapitel 2 „Die eigenen Altersbilder“ von S. 24-42) |
| <p>Das „Konzept Internet“ verstehen lernen</p> | <p>Um den Teilnehmer/innen das Konzept und die Grundfunktionen des Internet verständlich zu machen, sollten Bilder aus dem Alltag verwendet werden, z.B. „<i>Das Internet hat nie geschlossen</i>“, „<i>Das Internet ist wie ein Spinnennetz, das über die ganze Welt gespannt ist.</i>“</p> |
| <p>Angst nehmen und Sicherheitsbedürfnis unterstützen</p> | <p>Viele ältere Menschen befürchten, beim Umgang mit Computern oder dem Internet etwas „<i>falsch</i>“ oder „<i>kaputt</i>“ zu machen. Diese Angst sollte unbedingt ernst genommen und auf keinen Fall belächelt werden!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Um das Angstthema gleich am Anfang aufzugreifen, empfiehlt sich die Einstiegsmethode „Impulsitate“: Auf den Plätzen der |

Teilnehmer/innen befinden sich zu Kursbeginn Zettel mit angstbesetzten Aussagen, die die Senior/innen nicht von sich aus äußern würden, wie z.B. *„Eigentlich traue ich mich den Computer nur abzustauben.“* Die Teilnehmer/innen werden aufgefordert, die Aussagen vorzulesen. Auf diese Weise wird eine erste Diskussion in Gang gesetzt, die Ängste abschwächt und entlastend wirkt.

- Die **Einstiegsmethode „Begriffe erklären“** ist eine weitere Möglichkeit, Hemmungen zu Kursbeginn abzubauen und den Wissensstand der Teilnehmer/innen auf ein Niveau zu bringen. Dabei werden fünf bis zehn Minuten lang bereits bekannte Begriffe zum behandelten Thema gesammelt und in der Gruppe gemeinsam erklärt, diskutiert und für alle sichtbar aufgeschrieben.
- Um Ängste zu entkräften, können Trainer/innen auch immer wieder auf **bekannte Fallen hinweisen und erklären**, wie man sich schützen kann (z.B. mit Hilfe des Online-Portals www.watchlist-internet.at).
- **FAQ-Sammlung anlegen:** Trainer/innen sollten wiederkehrende Fragen der Teilnehmer/innen bzw. häufig auftretende Ängste kennen und vorwegnehmen.
„Ich traue mich nicht, die Einstellungen zu ändern – was, wenn ich etwas kaputt mache?“
- Hilfreich kann auch die **„Entpersonalisierung“** von Ängsten sein. Dazu werden negative Online-Erlebnisse Dritter (*„Was ist im Bekanntenkreis schon vorgefallen?“*) gesammelt und diskutiert. Im Anschluss können gemeinsam mögliche Lösungsansätze überlegt werden: *„Was könnte man in so einer Situation machen?“*.
- **Angst-und-Wirklichkeit-Spiel:** Oft wirkt es für die Teilnehmer/innen befreiend, ihre konkreten Ängste vor der Gruppe zu benennen, z.B. *„Was ist das Schlimmste, was im Internet passieren könnte?“* Diese Befürchtungen können dann durch eine Gegenüberstellung mit der Realität entkräftet werden, z.B. *„Das Internet kann man nicht löschen!“*.
- **„Zur Seite stehen“ ohne Druck auszuüben**
„Wir stehen auch immer neben den Leuten, nie hinter den Leuten.“

| | |
|--------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Ängste respektieren <i>„Wir holen Teilnehmer/innen z.B. nie ans Flipchart.“</i> • Raum für die Klärung von Einzelfragen schaffen. <i>„Ich stehe eine halbe Stunde vor Beginn und nach Ende des Kurses für Fragen zur Verfügung.“</i> <i>„Wir stehen für etwaige Rückfragen telefonisch zur Verfügung.“</i> |
| Selbstvertrauen stärken | <p>Mangelndes Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten halten Senior/innen oftmals davon ab, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen.</p> <p>Um das Selbstvertrauen der Teilnehmer/innen zu stärken, eignen sich folgende Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insbesondere bei der Vermittlung von (Internet)Wissen ist es für Trainer/innen sehr wichtig, eine wertschätzende Haltung gegenüber der Zielgruppe Senior/innen anzunehmen und Verständnis für deren spezifische Bedürfnisse und Lebenssituationen aufzubringen. Den Teilnehmer/innen sollte das Gefühl vermittelt werden, bei Fragen oder Unsicherheiten ernst genommen zu werden und sich stets an die Lehrperson oder an das mitlernende Umfeld wenden zu können. <i>„Auch wenn Sie sich bis jetzt nicht mit dem Internet auseinander gesetzt haben – super, dass Sie sich jetzt trauen!“</i> • Positive Rückmeldungen, Lob und Anerkennung motivieren die Teilnehmer/innen, sich auch weiterhin mit einem Themengebiet auseinanderzusetzen. In diesem Sinn sollten auch kleine Lernfortschritte von den Trainer/innen wahrgenommen, aufgezeigt und <i>„gefeiert“</i> werden. Gelerntes Wissen sollte gleich umgesetzt werden, sodass die Erfolge sichtbar werden (z.B. ein bearbeitetes Bild ausdrucken oder ein E-Mail an die Enkelkinder schicken). • Senior/innen sollten dazu angehalten werden, sich gegenseitig zu unterstützen. Die Arbeit in Kleingruppen fördert das <i>„Voneinander-Lernen“</i>. • Für den Lernerfolg ist es wichtig, die Teilnehmer/innen Themen und Aufgaben selbstständig und in eigenen Worten erklären zu lassen. Die fördert nicht nur den Wissenserwerb, sondern stärkt auch das Selbstvertrauen. • Trainer/innen sollten ihre Schützlinge bei Problemen daran erinnern, dass diese nicht zwangsläufig schuld an den Misserfolgen oder Schwierigkeiten sind, sondern technische |

Faktoren dafür ausschlaggebend sind (z.B. schlechte Usability, ungeeignete Bildschirmeinstellung, ...)

„Dass das jetzt nicht funktioniert, liegt nicht an Ihnen, sondern daran, dass diese App schlecht programmiert ist!“

„Es gibt keine dummen Fragen..., aber oft unnötig komplizierte Technik.“

- Auf humorvolle Art aufzeigen, dass auch die **heutige Jugend nicht die Weisheit mit dem Löffel gefressen hat**, wenn es um Technik geht. So zeigt etwa die Videoserie *„KidsReact!ToTechnology“*, wie Kinder und Jugendliche völlig verständnislos und überfordert auf ältere Technologien, wie z.B. einen Kassettenrecorder oder ein Wählscheibentelefon, reagieren ([→http://youtu.be/Uk_vV-JRZ6E](http://youtu.be/Uk_vV-JRZ6E)).

Eigenständigkeit fördern

Um erlerntes Wissen behalten und selbst anwenden zu können, sollten Senior/innen zum **eigenständigen Arbeiten** animiert werden:

- Die Lernenden sollten einzelne **Schritte und Übungen eigenständig durchführen**. Das Eingreifen in die Tastatur oder das Wegnehmen der Maus ist kontraproduktiv.
- Die Teilnehmer/innen sollten sich **selbst Notizen machen** bzw. ihre **eigenen Schritt-für-Schritt-Anleitungen** erstellen (in ihren Worten, mit ihren Stichwörtern, Vokabeln, in ihrer Reihenfolge ...), da das Lernmuster von Person zu Person unterschiedlich ist. Lerntagebücher können helfen, Fortschritte zu dokumentieren bzw. den eigenen Lernprozess zu reflektieren. *„Am Schluss hat jede/r sein persönliches Handout, wo er/sie zu Hause nachschauen kann.“*
- Um Inhalte besser zu verstehen oder zu festigen kann es hilfreich sein, wenn Senior/innen anderen Lernenden konkrete **Abläufe in ihren eigenen Worten erklären**. *„Wie würden Sie das Ihrer besten Freundin erklären?“*
- **Augenmerk** sollte auch auf die **Stärken einzelner Teilnehmer/innen** gelegt und diese für den Lernfortschritt der Gruppe genutzt werden, z.B. wenn ein/e Kursteilnehmer/in ein gutes fotografisches Auge hat oder besonders gut zusammenfassen bzw. erklären kann.
- Die **Lebenserfahrung** der Lernenden sollte anerkannt und in die Wissensvermittlung einbezogen werden.
- **Kleine, bewältigbare Hausübungen** aufgeben, die zum

| | |
|--|--|
| | <p>selbstständigen Üben zuhause motivieren. In der nächsten Einheit sollte besprochen werden, ob und welche Probleme aufgetreten sind.</p> <p><i>„Versuchen Sie, zuhause drei „Neue Ordner“ in den „Eigenen Dokumenten“ zu erstellen.“</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompakte Handouts mit wenigen, aber komprimierten Informationen an die Teilnehmer/innen austeilen. Diese sollen zum eigenständigen Üben anleiten, z.B. Abbildung der Tastatur und Erklärung der wichtigsten Shortcuts. • Antworten auf Fragen gemeinsam erarbeiten. <i>„Ich weiß auch nicht alles. Suchen wir gemeinsam nach einer Antwort auf Ihre Frage.“</i> |
| <p>Motivation nutzen</p> | <p>Eine positive Grundstimmung und motivierte Atmosphäre fördern den Lernerfolg.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Lernziele sollten stets im Auge behalten werden, etwa indem gesetzte Ziele immer wieder wiederholt werden und die erworbenen Fähigkeiten sofort in der Praxis eingesetzt werden. <i>„Ich will meinen Kindern E-Mails schicken können.“</i> • Positives Feedback, Lob sowie das Sichtbarmachen und Feiern selbst kleinerer Erfolge (z.B. das Versenden einer E-Mail) sind wichtige Elemente, um Senior/innen auch weiterhin für die Beschäftigung mit dem Computer bzw. dem weiterhin zu motivieren. • Nicht Werkzeuge oder Anwendungen erklären, sondern mit Beispielen aus dem Alltag der Teilnehmer/innen bzw. dem Internet arbeiten und diese gemeinsam lösen (<i>„anlassbezogenes Lernen“</i>). |
| <p>Wunsch nach Beziehungen unterstützen</p> | <p>Ein wichtiger Grund für die Auseinandersetzung mit dem Internet ist der Wunsch nach Beziehungen und sozialer Teilhabe. Der Beziehungsaufbau zwischen den Teilnehmer/innen kann von den Kursleiter/innen auf verschiedene Weise unterstützt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeiten; • Pausen zum Austausch; • Lernpartnerschaften und die aktive Vernetzung der Teilnehmer/innen untereinander; • Lernen in entspannter Atmosphäre, z.B. bei Kaffee und Kuchen. |

Erleichterung des Alltags unterstützen

Viele Senior/innen erwarten sich von der Nutzung des Internet auch eine Erleichterung ihres Alltags. Folgende Maßnahmen helfen, diesen Erwartungen gerecht zu werden:

- **Anhand von Beispielen arbeiten** („*anlassbezogenes Lernen*“);
- Ziele sollten so formuliert werden, dass sie auch erreicht werden können;
- Die Lernenden sollten aktiv **in die Planung und Gestaltung der Ziele einbezogen** werden. So kann etwa gemeinsam in der Gruppe überlegt werden, welche **Hilfestellungen den Alltag erleichtern** könnten. Zu diesem Zweck können sich die Teilnehmer/innen gegenseitig ihren **Alltag beschreiben** und einander **Tipps zur einfacheren Bewältigung** geben. Jede/r Teilnehmer/in entscheidet eigenständig, welches Thema für sie selbst wirklich als Kursziel geeignet ist und welches nicht. Die Lernenden können auch aufgefordert werden, zuhause verschiedene Möglichkeiten auszuprobieren, um dann gemeinsam im Kurs über Erfolge bzw. Misserfolge zu reflektieren.
- Den Teilnehmer/innen können **kleine Übungen zur Bewältigung von Alltagsproblemen** gestellt werden, wie z.B. das Fernsehprogramm im Internet herauszusuchen.

Spaß und Leichtigkeit vermitteln

Lernen funktioniert dann gut und nachhaltig, wenn die Lernenden den Kompetenzerwerb mit Freude begegnen. Trainer/innen sollten daher:

- **Begeisterung** für das Thema vermitteln und Spaß haben;
- **Kursinhalte humorvoll gestalten** (z.B. mit Hilfe lustiger Bilder) oder Funktionsweisen des Internet mithilfe von humorvollen Inhalten erklären (z.B. Internetsuche nach Witzen).
- Eine **sympathische Lernumgebung, angenehme Raumgestaltung** und **funktionierende Infrastruktur** schaffen.
- **Probleme mit Humor nehmen** und aufzeigen, dass Technik immer auch mit Herausforderungen verbunden ist.
- Gemeinsam mit den Teilnehmer/innen die **Computer „gemütlich“ einrichten**, also einen Desktophintergrund nach eigenem Geschmack festlegen, den Startbildschirm nach Wunsch einrichten (z.B. Icons anordnen) und angenehme Einstellungen wählen (z.B. Schriftgröße, Helligkeit, Kontrast etc.)
„Jetzt habe ich es mir schön gemacht“.

| | |
|--|---|
| <p>Einfache Sprache verwenden</p> | <p>Eine komplizierte Sprache und technische Fachbegriffe stellen für Senior/innen oft eine große Hürde dar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generell sollten alltagsnahe bzw. bildhafte Begriffe gewählt werden, z.B. die Enter-Taste mit dem Startknopf der Waschmaschine vergleichen. • Die Einstiegsmethode „Begriffe erklären“ bietet die Möglichkeit, gleich zu Kursbeginn Hemmungen abzubauen und den Wissensstand der Teilnehmer/innen auf ein Niveau zu bringen. Dabei werden bereits Begriffe zum behandelten Thema gesammelt und in der Gruppe gemeinsam erklärt und diskutiert. <i>„So hat dann gleich jeder sein eigenes Lexikon.“</i> • Um Fachbegriffe verständlich zu machen, sollten die Teilnehmer/innen diese mit eigenen Worten erklären. <i>„Ein Display ist ein Fernseher, auf dem man etwas lesen kann.“</i> • Neue Begriffe sollten auf Kärtchen geschrieben und gut sichtbar im Kursraum angebracht werden. |
| <p>Spiele zur persönlichen Weiterentwicklung nutzen</p> | <p>Auch Senior/innen lernen spielerisch am besten. Spiele können folgendermaßen eingesetzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von Spiele ausgehen, die die Lernenden auch in der Vergangenheit genutzt haben und daher gut kennen (z.B. Ratespiele, Rätsel, Kartenspiele, ...). Dazu entsprechende Online-Angebote heraussuchen und gemeinsam ausprobieren. • Im Kurs können gemeinsame Spiele-Websites, die den individuellen Ansprüchen hinsichtlich Farbgestaltung, Grafik etc. gerecht werden, ausgesucht und getestet werden. • Trainern/innen sollten aufzeigen, dass Spiele nicht nur zum Zeitvertreib dienen, sondern auch einen praktischen Nutzen/Effekt haben können. Beispielsweise helfen Online-Spiele, die Bedienung der Maus, das Tippen bzw. Klicken sowie das Gedächtnis zu trainieren. • Erfolgserlebnisse beim Spielen wirken sich positiv auf die Stimmung und Motivation aus. • Spiele im Internet helfen bei der Überbrückung von z.B. schlaflosen Nächten – hier findet sich zu jederzeit ein/e Spielpartner/in. |

| | |
|---|--|
| <p>Mit Widerständen richtig umgehen</p> | <p>Oft beschäftigen sich Senior/innen nur widerwillig mit dem Internet, besonders wenn die Auseinandersetzung nicht freiwillig erfolgt. Für Trainer/innen stellt sich oft die Frage nach dem richtigen Umgang mit solchen Widerständen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • In jeder Kurseinheit eine kurze Zeitspanne (ca. 5-10 Minuten) als „Klagemauer“ definieren, um den Teilnehmer/innen die Möglichkeit zu geben, Ärger loszuwerden. • Oft hilft es schon, für die Anliegen der Lernenden Verständnis aufbringen: <i>„Ich stimme Ihnen zu, dass das eine unerträgliche Situation ist, aber jetzt machen wir das Beste daraus.“</i> • Sträuben sich einzelne Teilnehmer/innen gegen die Auseinandersetzung mit einer bestimmten Funktion des Internet, hilft es, den wirklichen Mehrwert der Nutzung herauszuarbeiten und einzuüben, z.B. <i>„Das Ticket ist billiger, wenn Sie es online bestellen.“</i> oder <i>„Sie ersparen sich damit lange Wartezeiten.“</i> |
| <p>Augenmerk auf Inbetriebnahme von Geräten legen; „Hilfe beim Start!“</p> | <p>Technische Geräte sollten einwandfrei funktionieren und richtig eingestellt sein, um Frustrationen bei den Teilnehmer/innen zu vermeiden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technik und Geräte sollten vorab von den Trainer/innen auf ihre Funktionstüchtigkeit geprüft werden. Bei den Einstellungen darauf achten, dass diese den Bedürfnissen von Senior/innen entgegenkommen. • Für den nachhaltigen Kompetenzerwerb ist das Lernen am eigenen Gerät sehr sinnvoll. Die Teilnehmer/innen sollen dabei üben, ihre Arbeitsumgebung selbst aufzubauen, sich mit dem WLAN-Netzwerk zu verbinden, den Drucker anzuschließen und einzustellen usw. Für diesen Techniksupport sollten Trainer/innen vor Kursbeginn 15 Minuten Zeit einplanen. • In der Gruppe sollte gemeinsam überlegt werden, wer im eigenen Umfeld bei kleineren Problemen und Fragen helfen könnte (Enkel/innen, Nachbar/innen, ...). • Aufgrund verschiedener Betriebssysteme und Programmversionen gibt es oft Unterschiede in der Bedienung. Trainer/innen sollten versuchen Grundfunktionalitäten („Gemeinsamkeiten“) herauszuarbeiten und auf Unterschiede zwar hinzuweisen, aber ohne dabei die Lernenden unnötig zu verwirren. |

| | |
|--|---|
| <p>Dauer & Lerntempo beachten</p> | <p>Um die Aufnahme- und Merkfähigkeit älterer Menschen zu fördern, sollten Kursdauer und Lerntempo an deren Bedürfnisse angepasst werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Tempo rausnehmen – Entschleunigung“ <i>„You can't push a river!“</i> • Der Kurs sollte in kleinen Einheiten unterteilt sein und die Lehrinhalte als „kleine Häppchen“ verabreicht und durch häufige Wiederholungen gefestigt werden. <i>„Wiederholen so oft wie nötig.“</i> • Trainer/innen sollten viel Zeit zum (eigenständigen) Üben einplanen und sich regelmäßig vergewissern, dass alle Teilnehmer/innen noch inhaltlich folgen können. <i>„Sind noch alle auf Kurs?“</i> • Es sollten nicht zu viele Inhalte gleichzeitig behandelt bzw. von den Senior/innen „Multitasking“ verlangt werden – dies wirkt demotivierend. <i>„Eines nach dem anderen“.</i> • Es sollten genügend (bedürfnisorientierte) Pausen eingeplant und zwischendurch Auflockerungsübungen oder Gymnastik durchgeführt werden, wie z.B. Hände ausschütteln, Kopfgymnastik, Halswirbelgymnastik, Schulter heben und senken, mit den Händen „Kirschen pflücken“ |
| <p>Lernbegleitung statt Frontalunterricht</p> | <p>Trainer/innen sollten darauf achten, Lehrinhalte unterstützend statt fordernd (<i>„belehrend“</i>) zu vermitteln.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Teilnehmer/innen bestimmen, wo es lang geht – nicht der Lehrplan oder die Institution. Die behandelten Inhalte sollten auf die aktuellen Bedürfnisse der Lernenden abgestimmt sein. <i>„Was brennt Ihnen jetzt unter den Nägeln?“</i> • Weniger ist mehr: Neue Inputs sollten kurz und kompakt vermittelt werden, um dann noch möglichst viel Zeit für das Einüben bzw. für Fragen zu haben. • Das Gelernte kann mit Fragen gefestigt werden – dabei sollten die Lernenden keinesfalls bloßgestellt werden! z.B. <i>„Es gab diese Schwierigkeit, wie ist es Ihnen dabei gegangen?“</i> • Die Trainer/innen sollten immer wieder „die Runde“ machen, um zu überprüfen, ob noch alle Teilnehmer/innen folgen können. Kleine Übungen zwischendurch helfen der Gruppe, motiviert bei der Sache zu bleiben, z.B. <i>„Loben Sie Ihre/n Nachbar/in.“</i> |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Antworten auf Fragen gemeinsam erarbeiten. „<i>Ich weiß auch nicht alles. Suchen wir gemeinsam nach einer Antwort auf Ihre Frage.</i>“ |
| Angebot flexibel gestalten | <p>Ein „gut durchdachtes Konzept mit maximaler Flexibilität“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trainer/innen sollten ein großes Repertoire an Inhalten und Methoden vorbereiten, aber nur einen kleinen Auszug davon wirklich umsetzen • Das Konzept sollte fachlich und didaktisch gut durchdacht sein. Die Themen sollten zwar grob vorgegeben sein, aber dennoch viel Spielraum für individuelle Bedürfnisse der Teilnehmer/innen lassen. Auch für die Fragen der Lernenden sollte viel Zeit zur Verfügung stehen. • Trainer/innen brauchen Mut zum Weglassen – es muss schließlich kein Lehrplan umgesetzt werden. Generell ist es besser, ein paar wenige Inhalte zu festigen, als viele Themen kurz anzureißen. |
| Nachlassende Sehkraft berücksichtigen | <p>Die Sehkraft der meisten Menschen lässt mit zunehmendem Alter nach. Daher sollte eine etwaige Sehschwäche älterer Kursteilnehmer/innen von den Trainer/innen unbedingt berücksichtigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zu Kursbeginn sollten mit den Teilnehmer/innen genau abgeklärt werden, welche Schriftgröße, Schriftbild etc. gut lesbar ist und welche nicht. • Es ist jedenfalls hilfreich, bei den Geräten Schriftgröße, Kontrast und Helligkeit höher einzustellen. • Trainer/innen sollten auf Bedienhilfen und einfache Hilfsmittel hinweisen und erklären, wie diese eingesetzt werden (z.B. „Strg + Mausrad“ zur schnellen Anpassung der Schriftgröße. Die Lernenden auffordern, sich nützliche Hilfsmittel und Tastenkombinationen zu notieren. • In Senior/innen-Kursen nur mit Anwendungen arbeiten, die auch bezüglich der Schriftgröße etc. angepasst werden können (z.B. Keine Apps mit schlechter Usability verwenden) |
| Motorische Probleme berücksichtigen | <p>Trainer/innen sollten bei der Kursgestaltung auch bedenken, dass viele Senior/innen durch motorische Probleme beeinträchtigt sind. Folgende Maßnahmen sind dabei hilfreich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geeignete Hardware aussuchen. • Fingermotorik (z.B. Doppelklick, Pinzettengriff, Wischen, Halten, ...) spielerisch trainieren und auch den Umgang mit der Maus |

| | |
|--|---|
| | <p>üben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Kabel der Maus kann mit der linken Hand gehalten werden, um ein Verrutschen zu vermeiden. • Kleine Auflockerungsübungen einbauen. • Zwischendurch auch kurze Übungen oder Aktivitäten ohne Computer durchführen. |
| <p>Kurzzeitgedächtnis stützen</p> | <p>Viele ältere Menschen sind durch ein schwächer werdendes Kurzzeitgedächtnis beeinträchtigt und können sich neue Inhalte vor allem dann schlecht merken, wenn sie diese nicht mit bereits bekannten Konzepten, Mustern, Prinzipien, Systemen oder Modellen in Verbindung setzen können.</p> <p>Dem kann folgendermaßen begegnet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationen können eher im Kurzzeitgedächtnis gespeichert werden, wenn sie möglichst konkret sind und strukturiert, langsam und idealerweise mehrmals vermittelt werden. • Ältere Menschen können sich Informationen dann am besten merken, wenn sie diese mit bereits gesammelten Erfahrungen – d.h. abrufbare Informationen aus dem Langzeitgedächtnis – verknüpfen können. • Mit Beispielen arbeiten: Themen und deren Anwendung/Lösung sollten anhand von Beispielen aus dem Alltag der Teilnehmer/innen vermittelt werden („<i>anlassbezogenes Lernen</i>“) z.B. Aufgabe einer Internetrecherche: „<i>Ihr Enkel kommt am Freitag mit dem Zug in Wien an (Zugverbindung recherchieren). Wie komme ich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln dorthin (Fahrplan, Route recherchieren). Sie möchten ihm das neue Spiel „XY“ schenken. (Preisvergleich, Unternehmen, Adresse und Öffnungszeiten recherchieren), ...</i>“. • Inhalte, Begriffe und Übungen sollten regelmäßig wiederholt werden. Die Reihenfolge des Erklärten sollte dabei nicht (nachträglich) verändert werden, da neu erworbenes Wissen erst durch Routine gefestigt wird. Z.B. zum Kopieren von Inhalten entweder die rechte Maustaste klicken und Kopieren/Einfügen auswählen, oder über Shortcut STRG + C und V. • Trainer/innen sollten sich in Geduld üben und alles so oft wie notwendig erklären. |

- Als **Gedächtnisstütze** können Senior/innen dazu angehalten werden, **Schritt-für-Schritt-Anleitungen** und Erklärungen **in ihren eigenen Worten** niederzuschreiben.
- „**Visuelle Themenspeicher**“ anlegen, damit Themen und Fragen der Teilnehmer/innen nicht vergessen werden (z.B. Tafel, Flipchart-Bogen).
„Ich will das jetzt wissen, denn in drei Stunden habe ich vergessen, was ich wissen wollte.“

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien (zusammengefasst auf S. 28 „Didaktische Tipps in Kürze“)

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Audiovisuelle Materialien zur Methodik und Didaktik mit älteren Menschen, Kurzvideos zum Methodenbuch mit Didaktikleitfaden

<http://youtu.be/flAmYpZ7JWY>

ÖIAT (2010): Internet-Senior/innenkurse – Leitfaden für Trainer/innen; BMASK; Wien

www.saferinternet.at/fuer-seniorinnen

ÖIAT (2014): Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter Produktgestaltung; Studie; BMASK, Wien.

www.saferinternet.at/senioren-digitale-welt

4.8 Verschiedene (Lehr)-Lern-Settings – Was ist zu beachten?

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Bildungsangebote für Senior/innen werden von unterschiedlichen Anbietern in ganz unterschiedlichen Settings und Varianten durchgeführt. Das reicht von formellen Angeboten und klassischen Kurs-Settings über halbformelle Angebote in (privaten) Netzwerken bis hin zu offenen Angeboten im Handel oder in Büchereien.

In welche Kategorien verschiedene Lernsettings eingeordnet werden können, hängt von verschiedenen Faktoren ab:

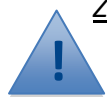
- **Infrastruktur und Rahmenbedingungen,**
- **Organisationsform des Veranstalters:** Handelt es sich um eine formelle Institution oder ein (privates) Netzwerk? Können offizielle Abschlüsse erworben werden? Werden Kursbesuchs-Bestätigungen ausgestellt? Wird das Feedback der Teilnehmer/innen eingeholt (Evaluierung)? An welchem Kursort findet das Angebot statt?
- **Bereitschaft der Teilnehmer/innen,** sich einzubringen und **selbst als Co-Trainer/in** aktiv zu sein
- **Persönlichkeit und Status der Trainer/innen:** Inwieweit können die Trainer/innen die Lernverantwortung auch an die Gruppe abgeben? Können sie die Teilnehmer/innen dabei unterstützen? Vermögen sie es zudem, eigene Interessen hinten anzustellen?
- **Lernziel:** Verfolgt das Angebot nur das Ziel, den Teilnehmer/innen **Computer- bzw. Internet-Kenntnisse zu vermitteln** oder sollen zusätzlich noch **weitere Ziele** erfüllt werden? Dies kann etwa auf soziale Ziele, wie z.B. den Austausch zwischen Alt & Jung, die Entstehung von Lernpartnerschaften bzw. von informellen Netzwerken oder der Findung von neuen Betätigungsfeldern im ehrenamtlichen Bereich, zutreffen.

Die in der Folge dargestellten Lernsettings können **von unterschiedlichen Lernbegleitungen unterstützt** werden:

- **Klassische Trainer/innen** im berufsfähigen Alter,
- von **Peers**, also Personen in der nachberuflichen Lebensphase, oder
- **intergenerativ** mit der Unterstützung von Jugendlichen.

EXKURS „Intergeneratives Lernen als effektive Methode?“

Beschreibung: Intergeneratives Lernen findet meist zwischen der Großeltern- und Enkelgeneration statt. Es empfiehlt sich, dass zwischen Lehrenden und Lernenden eine Generation liegt, da hier bereits die notwendige Distanz gegeben ist, um weitergegebenes Wissen leichter annehmen zu können.



Zu beachten: Die lehrenden Jugendlichen sollten von einer motivierten Lehrperson, welche Empathie für die Zielgruppe, Erfahrung und pädagogische Kompetenz mitbringt, sehr gut vorbereitet und begleitet werden. Der Erfolg dieser Weiterbildungsform hängt stark von der Beziehung zwischen den Beteiligten ab. Je besser die Jugendlichen in der Lage sind, auf die Bedürfnisse der älteren Generation einzugehen und entsprechende Hilfestellungen anzubieten, desto eher werden diese von den Lernenden angenommen. Konkret sollte immer nur ein Thema behandelt werden.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">+ Intergenerative Settings werden von Senior/innen gut angenommen, da es ihnen Spaß macht, gemeinsam mit den Jungen zu lernen.+ Förderung des Zusammenhalts, Austausch zwischen den Generationen.+ Aufbrechen von Klischees möglich, Veränderungen von Stereotypen und Vorurteilen: „Senior/innen verändern ihr Bild von der heutigen Jugend“.+ Flexibilität: Im Rahmen der 1:1-Betreuung kann auf persönliche Themen und Fragen eingegangen werden und das Lerntempo individuell angepasst werden „Senior/innen bekommen sofort Antwort auf ihre Fragen“.+ Stärkung des Selbstwerts und Erweiterung der sozialen Kompetenz der Jugendlichen. | <p>Die Arbeit mit Jugendlichen kann schwierig sein, weil...</p> <ul style="list-style-type: none">- zu wenig Kontinuität gegeben ist (oft möchten Jugendliche in einem Jahr mitmachen, haben aber im nächsten kein Interesse mehr);- die didaktische Ausbildung fehlt: Es ist manchmal zu wenig, einfach nur die Fragen der Lernenden zu beantworten;- Jugendliche eine andere Sprache verwenden: Fachbegriffe, das Konzept des Internet ist für die Jugendlichen, nicht aber für die ältere Generation (selbst)verständlich;- sie zu ungeduldig sind und daher- ein zu hohes Lerntempo vorgeben bzw. versucht sind in die Tastatur zu greifen oder selbst die Maus zu übernehmen. |

EXKURS „Senior Guides – Peer Teaching“

Beschreibung: Von „Peer Teaching“ wird dann gesprochen, wenn der/die Kursleiter/in bzw. die Lehrperson aus der gleichen Generation wie die lernenden Senior/innen stammt – unabhängig davon, ob es sich um ein formelles oder informelles Lernsetting handelt.

Zu beachten: Begeisterung für Technik und das gleiche Alter alleine reichen nicht aus! Die



Vermittler/innen sollten auch didaktisch geschult sein, um professionell unterrichten zu können. Im Idealfall ist ein pädagogischer Background gegeben.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">+ Erfahrungen von Peers werden leichter angenommen;+ Peers sollten über Erfahrung als Trainer/in verfügen, um den Kurs professionell gestalten zu können. | <ul style="list-style-type: none">- Peer sollte neben dem Fachwissen auch über pädagogische und didaktische Kenntnisse verfügen;- EDV-Wissen oder ein Lehrbedürfnis alleine reichen nicht aus;- Es besteht die Gefahr, dass sich „Technikfreaks“ auch in der eigenen Generation nicht verständigen bzw. sich einfühlen können. |

Beschreibung der unterschiedlichen Lernsettings

Lernsettings für Senior/innen können nach unterschiedlichen Aspekten gruppiert werden:

| ANBIETER | [A] KLASSISCH-FORMELLES SETTING | [B] HALBFORMELLES SETTING | [C] OFFENES SETTING |
|--|---|---|--|
| Trainingsinstitut/ Erwachsenenbildungsinstitut | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einmaliger Termin in der Gruppe ▪ Kurzer Lehrgang in der Gruppe ▪ Semester-, Jahreskurse ▪ Schnupperkurse ▪ Rufseminare | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusatzangebote zu formellen Settings, wie z.B. Lerngruppen ▪ Persönliche Einzelberatung. Trainer/in; Coach kommt nach Hause, ins Café, in EDV-Raum – je nach den Bedürfnissen der Teilnehmer/innen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lerncafés (fixe Zeiten, regelmäßig stattfindend) ▪ Bildungstelefon ▪ „MINIWorkshops“, „MiniLABs“ im öffentlichen Raum |
| Netzwerke (Pensionisten-Clubs, Nachbarschaftszentren ...) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Kurse in einem Nachbarschaftszentrum mit stabiler Kursgruppe | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Computergruppen (EDV-Stammtisch) mit Begleitung, z.T. an ungewöhnlichen Orten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Clubabende |
| Andere Anbieter (z.B. Handel, Büchereien, Museen ...) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ PC-/Internet-Kurs in der Bücherei | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Computergruppen mit Begleitung, z.T. an ungewöhnlichen Orten ▪ Training durch Peers in der Bücherei | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Handel werden spezielle Trainings- und Beratungsangebote für die Zielgruppe geschaffen (z.B. Beratungsstunden in Cafés, Schnupperkurse in eigens dafür geschaffenen bzw. gemieteten Räumlichkeiten) ▪ Service-Hotline ▪ Peer-Coaching in der örtlichen Bücherei |
| Privat | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verwandte/ Bekannte unterstützen und schulen | |



Allgemeine Anmerkungen:

Bei allen Kurs-Settings lassen sich in jüngster Zeit folgende Entwicklungen beobachten: Zum einen bringen die Teilnehmer/innen immer öfter **ihre eigenen Geräte** (z.B. Laptop, Tablet-PC, Smartphone ...) als Arbeitsmittel in den Kurs mit. Aufgrund der unterschiedlichen Benutzeroberflächen bzw. Einstellungen verschiedener Modelle kann es sinnvoll sein, von Anfang an mit jenem Gerät zu arbeiten, welches auch in weiterer Folge benutzt wird.

Zum anderen setzen sich zunehmend Formate mit einem **kleinen Betreuungsschlüssel** – von Einzelbetreuung bis hin zu Gruppen mit zwei bis sechs und max. zehn Teilnehmer/innen – durch, da hier die Trainer/innen besser auf individuellen Bedürfnisse und Fragen der Lernenden eingehen können. Um diesen Betreuungsschlüssel verwirklichen zu können, und die Kurskosten dennoch moderat zu halten, werden oft auch Schüler/innen, Lehrlinge oder Zivildienstler eingesetzt. Darüber hinaus werden immer mehr klassisch-formelle Settings **durch informelle bzw. kostenlose Formate ergänzt** (z.B. Semesterkurs mit zusätzlichem Angebot einer kostenlosen Fragestunde in Form eines wöchentlichen Lerncafés, kostenlose Schnupperkurse, um festzustellen „Ist das überhaupt was für mich?“).

Allgemeine **Lehrbücher, Manuskripte, Handouts etc.** werden mittlerweile **nur selten** in Computer-, Tablet-, Handy-, Internet-Kursen **verwendet**, da sich Geräte, Programme und Anwendungen schnell ändern und der spezifische Fokus auf bestimmte Themen/Inhalte oft erst im Kurs selbst festgelegt wird. Werden Handouts im Kurs ausgeteilt, so sind diese in der Regel sehr kompakt gestaltet: Komprimierte Informationen werden durch illustrierte Aufgabenstellungen, die zum selbstständigen Üben zuhause motivieren sollen, ergänzt. Viele Trainer/innen gehen auch dazu über, die Teilnehmer/innen selbst ihre **eigenen Schritt-für-Schritt-Anleitungen erstellen** zu lassen. Bei Bedarf werden **Handouts** zu einem bestimmten Thema in der Folgestunde **nachgereicht**.

[A] KLASSISCH – FORMELLES SETTING

Beschreibung: Beim klassisch-formellen Setting unterrichten **professionelle Trainer/innen** mehrere Teilnehmer/innen. Zu Kursbeginn erfolgt ein Input durch den/die Trainer/in, gefolgt von einer Übungsphase, in der eine Vertiefung der Inhalte bzw. ein Transfer in den Alltag stattfindet. Hausübungen empfehlen sich nur bei längerer Kursdauer.



Zu beachten: Bevor Senior/innen dazu bereit sind, ein Bildungsangebot in Anspruch zu nehmen, informieren sie sich üblicherweise genau darüber, ob der jeweilige Kurs auch ihren Bedürfnissen gerecht wird bzw. ihre Erwartungen erfüllt. Besonders bei Kursen mit klassisch-formellem Setting sind ältere Menschen aufgrund der längeren Kursdauer bzw. der höheren Kosten eher skeptisch. Aus diesem Grund empfiehlt es sich für Bildungsinstitutionen bzw. Trainer/innen, im Zuge der Kursbewerbung spezielle Begleitmaßnahmen zur Information und Motivation der Zielgruppe der Senior/innen zu ergreifen, wie z.B. Informationsveranstaltungen oder andere Angebote zur (Bildungs-)Beratung, bei denen Senior/innen Fragen stellen können („Ist das der richtige Kurs für mich?“). Darüber hinaus sollten bereits im Vorfeld des Kurses Überlegungen angestellt werden, wie man einer etwaigen ablehnenden Haltung von Senior/innen gegenüber dem Themenbereich Computer & Internet sinnvoll begegnen kann. Siehe dazu auch das Kapitel „Rahmenbedingungen der Wissensvermittlung“ Seite 37.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|----------------------------------|---|
| + Bekanntes Weiterbildungsformat | - Kursanbieter/innen sehen mangelnde Bereitschaft potentieller Teilnehmer/innen, sich langfristig an bestimmte Kurse zu binden (aus Angst, dass der Kurs doch nicht zufriedenstellend und daher eine unnötige Investition ist). |

Beispiele:

- **Der Computer-Kurs**

Der traditionelle Computer-Kurs in den klassischen Weiterbildungsinstitutionen vermittelt sowohl Grundlagen, bietet aber auch spezielle Vertiefungen an bzw. behandelt aktuelle Trends. Computer-Kurse werden – abhängig von der Region, der Bereitschaft der Teilnehmer/innen sowie der Akzeptanz der Trainer/innen (Mundpropaganda) – unterschiedlich gut akzeptiert. Zunehmend wird auch dem Wunsch nach kleineren Gruppen

Rechnung getragen. So werden heute auch schon Kurse für nur zwei bis vier Teilnehmer/innen angeboten.

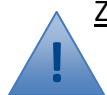
- **Rufseminare (Bildung nach Maß)**

Prinzipiell gibt es zwei Formen von Rufseminaren: Bei der ersten Möglichkeit arbeitet der Bildungsanbieter ein vorgefertigtes Kurskonzept aus. Finden sich genug Interessent/innen, können diese den Kurs in der Kleingruppe buchen – das Rufseminar findet also nur bei ausreichendem Interesse statt. Bei der zweiten Variante kommt eine Kleingruppe proaktiv auf einen professionellen Anbieter (z.B. Bildungsinstitut) zu und lässt sich je nach Interesse ein individuelles Kursmodul zu einem bestimmten Thema zusammenstellen. Auch Termin und Ort des Seminars werden in diesem Fall von den Teilnehmer/innen selbst bestimmt („*Fliegendes Klassenzimmer*“).

Varianten zu den klassisch-formellen Settings

Einmaliger Gruppenkurs

Beschreibung: Zu einem bestimmten Thema wird ein einmalig stattfindender Kurstermin für Kleingruppen angeboten. Das Thema ist vordefiniert und sehr konkret (z.B. „*Einfach kommunizieren: E-Mail, Skype & Co.*“, „*PC-/Laptop-Kaufberatung*“ oder „*Mein iPad und ich*“). Die Teilnehmer/innen müssen kein Vorwissen mitbringen.



Zu beachten: Die Trainer/innen sollten zu Kursbeginn mit den Teilnehmer/innen besprechen, welche Aspekte des Kursthema diese besonders interessieren, welche Ziele erreicht werden sollen und mit welchen spezifischen Herausforderungen sich die Lernenden konfrontiert sehen („*Erwartungen an den Kurs*“). Auf diese Weise kann gleich am Anfang geklärt werden, welche Erwartungen der gewählte Kurs erfüllen kann und bei welchen Interessen weiterführende Schulungen empfehlenswert sind.

Im Kurs sollte aktuellen Fragen und Themen ein besonderer Stellenwert eingeräumt werden. Auch sollten die Trainer/innen regelmäßig nachfragen, ob im Laufe des Trainings neue Fragen aufgetaucht sind. Den Teilnehmer/innen sollte anhand praxisnaher Beispiele aufgezeigt werden, wie die neue erlernten Anwendungen sinnvoll im Alltagsleben eingesetzt werden können. Für die Wissensvermittlung sollten sich die Trainer/innen einer einfachen Sprache bedienen, Fachbegriffe eher vermeiden und grundlegende Begriffe mithilfe von Alltagsassoziationen erklären (z.B. „*Die Enter-Taste ist wie der Einschalt-Knopf bei der Waschmaschine.*“).

| VORTEILE | NACHTEILE |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Konzentration auf ein konkretes Thema ist möglich + Einzelthemen können gezielt abgearbeitet werden + Einfaches Kennenlernen von Neuem (z.B. „Einführung in die Bildbearbeitung“) + Hineinschnuppern in einzelne Themenbereiche möglich, um abzuschätzen „Ist das überhaupt was für mich?“ + Der alltagsrelevante Sinn der Anwendungen wird aufgezeigt. | <ul style="list-style-type: none"> - Die Teilnehmer/innen können nur schwer selbst für einen inhaltlichen Input herangezogen werden – „Lernen durch Lehren“ ist also kaum möglich - Für Gruppen- und Vertrauensbildung bleibt keine Zeit - Trainer/innen müssen sehr flexibel arbeiten - Es kann passieren, dass die Vorbereitung manchmal nicht zu den Bedürfnissen und Fragen der Teilnehmer/innen passt. |

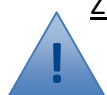
Beispiel:

- **Schnupperkurs**

Die Weiterbildungsinstitution „Zweiter Frühling“ bietet Interessierten die Möglichkeit, in einmalig stattfindenden Kurzkursen in einzelne Themen hineinzuschnuppern oder einen Schnupperkurs zum bestehenden Kursprogramm zu belegen. Dieser dauert nur zwei Kurseinheiten und ist mit 10 Personen begrenzt. Teilnehmer/innen müssen sich telefonisch anmelden. Im Kurs können Teilnehmer/innen einen Einblick in die Thematik bekommen und für sich selbst klären, ob eine weitere Beschäftigung mit dem Thema überhaupt sinnvoll ist.

Kurzlehrgang in der Gruppe

Beschreibung: **Kompakte Kurse**, die modular aufgebaut sind (kurze Blöcke), finden an mehreren Terminen am Vormittag oder Nachmittag statt. Die Kursgruppe bleibt bei jedem Termin gleich; die Gruppengröße entspricht in etwa der eines Volkshochschul-Kurses.



Zu beachten: Die Trainer/innen sollten auf ein gutes Kursklima achten. So können etwa die Teilnehmer/innen aufgefordert werden, auf freiwilliger Basis Namen, E-Mail-Adressen und Telefonnummern auszutauschen, um einander auch außerhalb der Kurszeiten erreichen und unterstützen zu können. Im Kurs sollten „Hausübungen“ aufgegeben werden, um den Lernfortschritt der Teilnehmer/innen prüfen und absichern zu können.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Kompakter Kurs, z.B. über einen Zeitraum von vier Wochen + Teilnehmer/innen müssen sich nicht über einen längeren Zeitraum verpflichten + Teilnehmer/innen lernen einander rasch kennen + Maßnahmen zur Vertrauensbildung sind nur in der ersten Einheit notwendig + Teilnehmer/innen können als Lehrende eingesetzt werden, sofern sich diese dazu bereit erklären und Sinn in der Aufgabe sehen | <ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmer/innen, die besonders schnell oder besonders langsam lernen, können eventuell nicht ausreichend bedient werden - Eine „<i>Individualisierung</i>“ des Kurses ist nur bedingt umsetzbar - Viele Teilnehmer/innen erwarten im Kurs Frontalunterricht und sind eventuell nur wenig bereit, selbst aktiv zu werden und andere zu unterstützen. |

Beispiel:

- **Kurzkurs in einer Bücherei oder einem Nachbarschaftszentrum**

Eine lokale Bücherei bietet in Kooperation mit einer anerkannten Bildungseinrichtung einen Internetkurs an, welcher vier Termine umfasst. Im Kurs werden klassische Inhalte vermittelt, lediglich der Ort ist ein neuer. Vorteil: In der Bücherei können – neben der eigenen Kundschaft – weitere Zielgruppen angesprochen werden. Auch bei der gemeinsamen Bewerbung des Kurses können Synergieeffekte genutzt werden.

Semester-/Jahreskurse

Beschreibung: Semester- bzw. Jahreskurse werden von **professionellen Trainer/innen abgehalten** und umfassen mehrere Teilnehmer/innen. Meist erfolgt zu Beginn ein Input durch der/die Trainer/in, an den eine Übungsphase angeschlossen wird, um die vermittelten Inhalte zu vertiefen bzw. in den Alltag zu transferieren. Auch Hausübungen und Lernpartnerschaften sind möglich. Oft findet im Vorfeld ein Informationsabend statt.



Zu beachten: Die Vorarbeiten zum eigentlichen Kurs sind bei diesem Kurs-Setting besonders wichtig. Die Teilnehmer/innen sind bereit, sich auf einen langen, intensiven Lernprozess einzulassen und erwarten daher gute Betreuung und Vorbereitung. Bei Semester- oder Jahreskursen spielen neben der reinen Aneignung von Wissen auch andere Faktoren (z.B. Sozialkontakt, Zeitvertreib, ...) eine große Rolle.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Die Teilnehmer/innen haben die Möglichkeit, einander besser kennenzulernen und sich auch auf der sozialen Ebene zu unterstützen + Das Setting bietet ausreichend Zeit für Wiederholungen des Gelernten + Da das Gelernte wirklich verinnerlicht werden kann, findet auch ein Transfer in die Praxis statt (Prozess der „Anverwandlung“) | <ul style="list-style-type: none"> - Senior/innen möchten sich meist nicht längerfristig binden - Der Terminkalender von älteren Menschen ist durch familiäre Verpflichtung oder Freizeitaktivitäten sehr voll, weshalb die Kurse oft nicht zustande kommen |

Beispiel:

- **Semesterkurs einer Erwachsenenbildungseinrichtung**

Ein lokales Institut/Verein/Organisation bietet einen Semesterkurs speziell für bildungsbenachteiligte Frauen im Alter von 55+ an. Der Kurs umfasst 60 Unterrichtseinheiten und findet zweimal in der Woche statt. An einem Informationsabend im Vorfeld werden anhand von alltagspraktischen Beispielen die Inhalte und Ziele des Kurses vorgestellt. Das Lernangebot vermittelt nicht nur Computer- und Internetwissen, sondern reflektiert auch mit Hilfe innovativer Lernmethoden das persönliche Lernverhalten. Zusätzlich wird die Bildung von Lernpartnerschaften zwischen den Teilnehmerinnen unterstützt. Das Ziel dieses Lernsettings ist – neben der Vermittlung von Computer- und Internetwissen – auch die Anleitung der Teilnehmerinnen zur selbstverantwortlichen Nutzung des Internets.

[B] HALBFORMELLE SETTINGS

Beschreibung: Bei halbformellen Settings verstehen sich die Trainer/innen als **Lernbegleitung:** Die Teilnehmer/innen treten gleichzeitig als „Lehrende“ auf und **unterstützen sich gegenseitig.** Halbformelle Settings finden **regelmäßig** statt und haben eine **stabile** Kursgruppe als Basis. Meist wird pro Termin ein Thema behandelt, auf das sich die Gruppe aufgrund bestehender Interessen im Vorfeld einigt. Die Teilnehmer/innen und ihre Lernbegleiter/innen geben jeweils Input, besprechen die Fragestellungen und unterstützen sich gegenseitig bei der Lösung von Problemen. Für Inputs zu speziellen Themen kann sich die Gruppe externe Trainer/innen als Unterstützung holen.



Zu beachten: In diesem Kurs-Setting ist die soziale Komponente besonders wichtig.

Die Kursgruppe ist das tragende Element: Sie **organisiert sich entweder selbst** oder wird **durch eine Institution unterstützt**. Die Kommunikation mit den Teilnehmer/innen muss auf Augenhöhe erfolgen, damit diese sich ernst genommen fühlen. Grundsätzlich ist jede/r in der Gruppe wichtig und erfüllt eine Aufgabe. Um dieses Setting auch über einen längeren Zeitraum hinweg stabil zu halten, müssen in der Gruppe eine ausreichend hohe Zahl von aktiven Personen vorhanden sein.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">+ Die Teilnehmer/innen kennen einander gut, eventuell auch aus anderen Bereichen, und unterstützen sich gegenseitig.+ Der hohe Grad der Selbstorganisation stellt sicher, dass auch tatsächlich jene Themen und Fragestellungen besprochen werden, die den Teilnehmer/innen wichtig sind. | <ul style="list-style-type: none">- Basis dieses Settings ist eine stabile Kursgruppe. In dieser müssen ausreichend engagierte Akteur/innen vorhanden sein, die dazu bereit sind, sich auf ein solches Abenteuer einzulassen und ehrenamtlich tätig zu sein. Halbformelle Settings funktionieren nicht, wenn sie nicht von der Gruppe getragen werden.- Ist nur eine Person engagiert, ist das zu wenig – die Arbeit muss auf mehrere Schultern verteilt werden.- Aufgrund des sozialen Miteinanders besteht die Gefahr, dass „kursfremde“ Themen wichtiger als die Lehrinhalte werden. |

Beispiele:

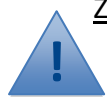
- **EDV-Stammtisch im Nachbarschaftszentrum**

Im Nachbarschaftszentrum trifft sich die Computer-Oldies-Gruppe jeden Dienstag-nachmittag. Begleitet werden die Gruppenmitglieder von einem/einer Betreuer/in des Nachbarschaftszentrums, welche/r bei Bedarf auch Expert/innen für einen konkreten Input einladen kann. Die/der Betreuer/in kümmert sich um das leibliche Wohl der Gruppe und hilft gegebenenfalls auch bei Computerfragen weiter. In der Regel ist die Gruppe gut organisiert und überlegt sich jede Woche das Programm für die Folgewoche. Expert/innen werden nur einmal im Monat eingeladen, wobei dies immer längerfristig geplant wird. Zu den einzelnen Themen bereiten die Gruppenmitglieder selbst der Reihe nach Inhalte vor, welche sie dann beim Stammtisch den anderen vermitteln.

Varianten zu halb-formellen Settings

Einzelcoaching, Einzelberatung

Beschreibung: Die Person wird im 1:1-Coaching von einer/m Expert/in begleitet. Die Beratung kann dabei zuhause, in einem Café oder in der Weiterbildungsinstitution, je nach den Bedürfnissen der zu schulenden Person, stattfinden. Das Wissen selbst kann dabei von professionellen Expert/innen, aber auch Familienmitgliedern oder Bekannten des/der Gecoachten kommen.



Zu beachten: Ausschlaggebend für den Erfolg der Einzelberatung ist eine **gute Vertrauensbasis** zwischen den Akteur/innen. Die Lernenden müssen sich im Setting sicher fühlen und darauf vertrauen können, dass sie nicht beraubt, bestohlen oder abgezockt werden. Besonderes Augenmerk sollte daher auf dem Beziehungsaufbau liegen. Sind Lernende/r und Lehrende/r miteinander verwandt, können interfamiliäre Konflikte den Lernfortschritt behindern. Deshalb sollten derartige **Konflikte im Vorfeld geklärt oder transparent gemacht werden**, um den Schulungsprozess nicht zu stören.

Die Coachees sollten das Gelernte selbstständig in die Praxis umsetzen – der/die Trainer/in sollte weder in die Tastatur greifen, noch die Maus übernehmen. Die lernende Person sollte zum „Selbertun“ ermutigt werden, um eine etwaige „erlernte Hilflosigkeit“ nicht weiter zu unterstützen. **Geduld** ist seitens der coachenden Person sehr wichtig. Zu vermittelnde Inhalte sollten immer in der gleichen Reihenfolge erklärt werden, um die Lernenden nicht zu verwirren.

Der/die Trainer/in sollte die **Aufgabenstellungen** bzw. **Themen** der Coachees **nicht bewerten**. Wenn die lernende Person eine Excel-Tabelle erstellen möchte, um die Nutzung des einzig vorhandenen Keilkissens zu planen, so ist dies für diese Person eben von Relevanz. Wichtig ist, dass sich der Mehrwert des Programms Excel anhand dieser Herausforderung für den/die Lernende/n besser erschließt und er/sie sich nun lieber mit Excel beschäftigen wird. Coachees sollten dazu angehalten werden, ihre **eigenen Schritt-für-Schritt-Anleitungen** zu schreiben, damit sie sich auch später an die Abfolge erinnern und diese bei Bedarf immer wieder zur Hand nehmen können.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">+ Lernen am eigenen Gerät+ Lernen zuhause in vertrauter Umgebung+ Lernen in angenehmer Atmosphäre, z.B. im Kaffeehaus | <ul style="list-style-type: none">- Der Aufbau einer Vertrauensbasis braucht Zeit und ist meist auf „Mundpropaganda“ bzw. Weiterempfehlungen angewiesen |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Das Setting ist auch für sehr spezielle Fragen geeignet + Der/die Lehrende kann direkt und individuell auf die Bedürfnisse des/der Coachees eingehen + Einzelcoaching ist auch für Personen geeignet, die sich nicht einer Gruppen- bzw. Kurssituation aussetzen wollen; („Ich bin es nicht gewohnt, als Schüler dazusitzen“; „Ich will mich nicht blamieren.“) | <ul style="list-style-type: none"> - Ältere Menschen haben oft große Skepsis gegenüber Fremden im eigenen Haus (Angst vor Manipulation oder Betrug) - Hohe Kosten - Es besteht die Gefahr, dass der/die Coach auf den/die Lernende/n mit Ungeduld oder Unverständnis reagiert. Oft sind einzeln Lernenden auch eher geneigt, sich alles vorzeigen zu lassen, anstatt das Gelernte selbst auszuprobieren. |
|---|---|

Beispiele:

- **Enkelkind begleitet die Großmutter**

Die 11-jährige Enkeltochter begleitet die Großmutter in den Handyshop, als diese ihr erstes Smartphone kaufen möchte. Die Enkelin unterstützt bei der Einrichtung eines Bildschirmhintergrundes und zeigt vor, wie man Apps öffnet und wieder schließt, Kontakte anlegt oder Apps herunterlädt bzw. wieder löscht. Die Großmutter kann ihre Enkelin im Bedarfsfall auch anrufen und um Rat fragen.

- **Coaching zu Hause**

Die Weiterbildungseinrichtung „Zweiter Frühling“ bietet ein kostenpflichtiges Heimcoaching an. Ein/e Trainer/in, die der lernenden Person bereits aus anderen Settings bekannt ist, führt bei der Person zuhause ein Coaching durch, um auf spezielle Fragen eingehen zu können.

- **Jugend-Coach**

Das Trainingsinstitut „Brücken bauen“ bietet Coachings an, die von speziell ausgebildeten Jugendlichen durchgeführt werden. Diese Jugendlichen werden im Rahmen einer Qualifizierungsmaßnahme zu „Best-Ager-Coaches“ ausgebildet und unterstützen danach auf Abruf ihre Kundschaft. Dabei haben die jungen Coaches prinzipiell mit allen Altersgruppen zu tun, wobei sie aber in ihrer didaktischen Ausbildung vor allem auf Personen in der nachberuflichen Lebensphase spezialisiert werden. Das Institut versucht, immer den gleichen Coach zu vermitteln.

[C] OFFENE LERNSETTINGS

Beschreibung: Offene Lernsettings zeichnen sich dadurch aus, dass zwar die Teilnehmer/innen wechseln, der/die lehrende Expert/in sowie der strukturelle Rahmen (Ort, Raum und Zeit des Trainings) immer gleich bleiben.

Oft handelt es sich dabei um Fragestunden oder Tutorien, die als **Ergänzung zu klassisch-formellen Settings** angeboten werden, wie z.B. Lerncafés oder zielgruppenspezifische Beratung im Handel. Es gibt auch Fragestunden, die zeitlich begrenzt, aber inhaltlich offen sind.



Zu beachten: Das Angebot sollte niederschwellig und unkompliziert sein und Interessierten auch die Möglichkeit geben, „*einfach vorbeizuschauen*“, um sich zu informieren. Wichtig ist ein **stabiler zeitlicher Rahmen**, z.B. sollte das Coaching immer am gleichen Wochentag zur gleichen Uhrzeit stattfinden. Die lehrenden Personen sollten viel Geduld mitbringen und darauf eingestellt sein, dass sie womöglich auch mit anderen Bedürfnissen der Teilnehmer/innen konfrontiert werden, die keinen Bezug zum Internet haben. So nehmen etwa viele ältere Menschen an Kursen teil, da sie sich ein/e Gesprächspartner/in wünschen – die Internetthemen sind dabei manchmal zweitrangig.

Sollten in einer Kurseinheit Fragen offen bleiben, die der/die Trainer/in nicht ad hoc beantworten kann, sollte er/sie anbieten, sich bis zum nächsten Termin „schlau zu machen“. Entsprechende Informationen können von der Lehrperson recherchiert und die Antworten beim nächsten Mal nachgereicht werden.

| VORTEILE | NACHTEILE |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">+ Die Teilnehmer/innen erhalten zu jenen, Themen, die sie interessieren, genau die Unterstützung, die sie brauchen.+ Findet das Angebot regelmäßig statt, ist es die perfekte erste Anlaufstelle für alle Fragen. Diese Lernenden können dann in weiterführende Schulungen vermittelt werden.+ Viele Personen schätzen 1:1-Beratung als besonders hilfreich. | <ul style="list-style-type: none">- Die Trainer/innen und Berater/innen müssen sehr flexibel sein, um vor Ort auf alle Themen eingehen und sich auf unterschiedliche Personen einstellen zu können. Das Spektrum relevanter Themen kann dabei von technischen Problemen über Geräteeinstellung und Anwendungsfragen bis hin zu rechtlichen Fragen reichen.- Es ist unwahrscheinlich, dass alle Fragen auch wirklich beantwortet werden können (die Antworten sollten nach Möglichkeit beim nächsten Termin nachgereicht werden). |

Beispiele:

- **„Personal Coaching“ im Handel**

Im Geschäft des Computerhändlers „*Bit Fun*“ ist jeden Mittwochvormittag ein „Best-Ager-Experte“ zu Gast. Alle Kund/innen, die sich dieser Zielgruppe zugehörig fühlen, können mit dem Coach ihre Fragen und Anliegen besprechen. An manchen Tagen werden sogar Beratungstermine vergeben, um lange Wartezeiten zu vermeiden.

- **„Internet-Café“ einer Bildungseinrichtung**

Die Weiterbildungseinrichtung „*Zweiter Frühling*“ bietet ergänzend zu ihrem klassischen Kursangebot ein kostenloses Internet-Café an, welches jeden Freitagvormittag von 10.00 bis 12.00 Uhr stattfindet. Für die Teilnahme ist keine Anmeldung notwendig, alle Interessierten können einfach vorbeikommen. Je nach Verfügbarkeit sind ein bis drei Trainer/innen im Schulungsraum vor Ort, um Fragen zu beantworten bzw. Hilfestellungen zu geben. Dabei verweisen die Coaches auch auf weiterführende, klassische Kursangebote der Bildungseinrichtung.

- **„Peer-Coaching“ in der Bücherei**

In der lokalen Bücherei schult die ehemalige Volksschuldirektorin jeden ersten Dienstag ihre „Peers“ am Computer. Per Aushang wird angekündigt, wann welches Thema behandelt wird. Prinzipiell steht das Peer-Coaching allen Vorbeikommenden offen, wobei sich erfahrungsgemäß im Lauf der Zeit eine beständige Kursgruppe herauskristallisiert. Der Kurs findet jeweils von Februar bis Mai bzw. September bis November statt, da die Kursleiterin in den anderen Monaten auf Reisen ist.

- **Telefonische Bildungsberatung – „Bildungstelefon“**

Die Bildungsberatung eines Bundeslandes bietet telefonische Unterstützung bei der Auswahl eines geeigneten Bildungsangebotes. Gemeinsam mit den Interessent/innen wird überlegt, welches Setting Sinn macht und an welchem Ort ein Bildungsangebot in Anspruch genommen werden könnte. Manche dieser Hotlines sind kostenpflichtig, andere kostenlos.

- **Service-Hotline eines Unternehmens**

Die Service-Hotline des Telekom-Unternehmens „*Telestar*“ berät Anrufer/innen bei technischen Fragen, berät ältere Menschen bei Interesse aber auch, wann und wo spezielle Kurs- bzw. Beratungsangebote für „Senior/innen“ stattfinden.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

ÖIAT (2010): Internet-Senior/innenkurse – Leitfaden für Trainer/innen; BMASK; Wien

www.saferinternet.at/fuer-seniorinnen

Simon, Gertrud; Gerdenitsch, Claudia (2012): Geragogisches Grundwissen. Untersuchung zur Qualitätssicherung für Bildung in der nachberuflichen Lebensphase. Endbericht; BMASK, Wien.

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studiegeragogik.pdf

4.9 Verkauf und Support

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Gerade für ältere Menschen, die nicht aktiv nach Weiterbildungsangeboten in Bezug auf digitale Medien suchen, zählen Handel und Verkauf zu den wichtigsten Kontaktpunkten. Unternehmen sind aber in der Regel nicht auf die speziellen Bedürfnisse von Senior/innen eingestellt, adäquate Hilfestellungen und Anleitungen, z.B. im Umgang mit internetfähigen Geräten, werden kaum angeboten. Senior/innengerechte Beratung ist meist Glückssache und stark von den jeweiligen Verkäufer/innen abhängig.

DARUM GEHT ES

Der Bedarf an internetfähigen Geräten und gleichzeitig Hilfestellung bei der kompetenten Verwendung steigt, insbesondere bei der Zielgruppe der Senior/innen. Dennoch gibt es derzeit nur **wenige Anbieter** bzw. **Unternehmen**, die **gezielte Beratung** oder **Schulungen für Senior/innen** anbieten. Viele Verkäufer/innen sind überfordert, wenn sie mit den Bedürfnissen und Frage von Senior/innen zu mobilen Endgeräten konfrontiert werden. In vielen Handyshops mangelt es generell an gut ausgebildeten Fachkräften – eine gezielte Schulung auf die Bedürfnisse und Erfordernisse von älteren Kund/innen haben die wenigsten Verkaufsmitarbeiter/innen durchlaufen. Für die senior/innengerechte Kaufberatung ist es z.B. notwendig, die für ältere Menschen geeigneten Smartphone-Modelle zu kennen, deren Vorzüge in einer adäquaten Sprache erklären zu können und passende Tarifmodelle anzubieten – das oberste Gebot dabei ist Geduld, Geduld, Geduld.

Senior/innen können nur schwer abschätzen, welche realen Kosten („Tarif-Dschungel“) mit der Nutzung des Internets verbunden sind. Oft entstehen aufgrund von **Fehlentscheidungen** oder **Unwissenheit zusätzliche Kosten**. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn eine entsprechende Unterstützung des sozialen Umfelds fehlt und zudem die **Kaufberatung nicht zugunsten der Konsument/innen** erfolgt.

„Meiner Mutter wurde ein neues Handy angedreht, obwohl sie nur den Akku nicht aufgeladen hatte.“

„Die meisten Funktionen verwende ich gar nicht.“

„Also die Service-Hotline, das war die Hölle. Ich hab mich da überhaupt nicht verständigen können. Da ruf ich sicher nicht mehr an.“

„Der Verkäufer hat mir Fachbegriffe um die Ohren gehaut, ich hab nur Bahnhof verstanden.“

„Nur verkaufen ist zu wenig. Es nimmt sich niemand Zeit zu erklären.“

Insgesamt wurden die beratenden Verkaufs- bzw. Servicemitarbeiter/innen als **ungeduldig, unfreundlich und überfordert** empfunden.

Auch die Angst vor einer als **unverständlich empfundenen Sprache** sowie **unbekannten Begriffen, Prozessen und Funktionen** hält Senior/innen davon ab, sich näher mit dem Internet auseinanderzusetzen.

„Viele Begriffe, die von meinen Enkeln verwendet werden, hab ich überhaupt noch nicht gehört.“

Besonders das Problem der **unverständlichen Sprache** (wie z.B. *Gigabyte, Flatrate, Megapixel, Cloud, User-ID, Mikro-Sim, Fake-Shop, Enter-Taste, Mouseover, Home-Button, Link, App-Store, Log-In, Registrierung* etc.) schafft im Alltag Barrieren: So verstehen weder die Supportmitarbeiter/innen die ratlosen Kund/innen, noch können die Hilfesuchenden mit deren Antworten und Ratschlägen viel anfangen – eine verständigende Kommunikation ist unmöglich.

Ein weiteres Problem: Auch der Großteil der **Geschäfte** bzw. Kontaktpunkte ist **nicht** auf die **Bedürfnisse von Senior/innen** ausgerichtet (z.B. fehlende Sitzmöglichkeiten, laute Musik bzw. generell ein hoher Lärmpegel, Geräuschkulisse etc.). Das Verkaufsgespräch wird von älteren Menschen als Stresssituation empfunden, z.B. wenn sich schon eine lange Warteschlange gebildet hat und die Verkäufer/innen zunehmend ungeduldig werden.

Mobilfunk- und Internetnutzungs-Verträge sind in der Regel unverständlich und langatmig formuliert und daher für Laien nur **schwer verständlich**. So wird z.B. wenn über eine Tarifänderung auf insgesamt vier Seiten in 10 Punkt-Schriftgröße und hellgrauer Schriftfarbe *„informiert“*.

Eine grundlegendere Problematik: Senior/innen werden von (Telekom-)Unternehmen als *„unattraktive“* Zielgruppe eingestuft – besonders im Bereich *„Digital Devices“* (*„Schnelllebigkeit der Branche“*). Aufgrund der bestehenden Tarifstrukturen und der geringen Gewinnspanne im Handel ist es für die Unternehmen **nicht rentabel**, Zusatzleistungen wie eben **kundenorientierte Verkaufsberatungen anzubieten**.

„Eine Extra-Beratung rechnet sich nicht, da sind die Handelsspannen viel zu gering.“

„Die Jugendlichen kaufen ja jedes halbe Jahr ein neues Handy und stellen keine lästigen Fragen.“

Dem Verkaufspersonal vieler Telekom-Unternehmen wird in Schulungen beigebracht, die **teuersten Geräte** zu verkaufen. Dabei bleibt eine objektive, kundenorientierte Beratung meist auf der Strecke – Erfolg wird an den Verkaufszahlen gemessen, nicht an der Zufriedenheit der Kund/innen. Das Resultat sind Verkaufsmitarbeiter/innen, die das **Unwissen und die Unsicherheit v.a. älterer Menschen manchmal sogar wissentlich ausnützen**.

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE PRAXIS

- Senior/innen benötigen zu Beginn der Nutzung neuer Geräte **kompetente Begleitung** bzw. eine **neutrale, objektive Verkaufsberatung** (kostenlose und wertschätzende Beratungsangebote).
- Für ältere Kund/innen sollten **voreingestellte, bedienungsfreundliche** Geräte angeboten werden, die so einfach wie möglich eingerichtet sind. Nicht benötigte Apps oder Anwendungen sollten gelöscht und die verfügbaren Bedienhilfen erklärt werden (z.B. Schriftgröße Helligkeit anpassen). Anbieter/innen oder Hersteller/innen sollten daher – besonders im Umgang mit Senior/innen – auf **Benutzerfreundlichkeit** und einfache Handhabung (**Usability**) achten.
- **Verkaufsmitarbeiter/innen** (auch Lehrlinge) sollten in **speziellen Schulungen** den kompetenten Umgang mit Senior/innen trainieren (→ Didaktik), damit sie sich besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen älterer Menschen einstellen können und Geduld und Verständnis für diese Kundengruppe aufbringen können ohne dabei „aufgesetzt rüberzukommen“. Eine **adäquate Sprache** spielt dabei eine wichtige Rolle: Fachbegriffe vermeiden bzw. in die Sprache der Zielgruppe übersetzen bzw. erklären.
- Empfehlenswert ist auch die Einrichtung von **eigenen „Beratungsshops“** für Senior/innen oder **spezielle Beratungsangeboten** in den Shop-Filialen, wie z.B. „Senior/innen-Sprechstunden“ am Vormittag.
- Das EDV-Coaching sollte **als Dienstleistung verstanden** werden, ähnlich etwa einer Schuhreparatur.
- Hinsichtlich der Tarife sollten spezielle **„Pakete“ bereitgestellt** werden, die z.B. einen angemessenen Senior/innen-Tarif, bestimmte Service-Angebote und/oder einen Start-Service beinhalten.
- In der dezidierten **Ansprache** älterer Konsument/innen sollte bei der Zielgruppe der 50 bis 75-Jährigen auf den Begriff **„Senioren“**, **„Generation 50plus“** verzichtet werden.

Die Vermittlung von Produkteigenschaften, die den Bedürfnissen älterer Verbraucher entgegen kommen, sollte in der Kommunikation selbst und nicht etwa über die plakative Bezeichnung als „Seniorenprodukt“ erfolgen. Die Erfüllung der Erwartungen der Zielgruppe sollte stattdessen über ein adäquates, **senior/innengerechtes Angebot** erreicht werden (Stichwort „Usability“).

- Nicht alle Senior/innen beschäftigen sich freiwillig mit dem Internet und stehen neuen Technologien daher skeptisch gegenüber. In diesen Fällen sollten die Verkaufsmitarbeiter/innen nicht nur über die allgemeinen Anforderungen an eine senior/innengeeignete Usability Bescheid wissen, sondern auch **Verständnis für das Misstrauen gegenüber der „Technik“** aufbringen können.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

ÖIAT (2014): Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter Produktgestaltung; Studie; BMASK, Wien.

www.saferinternet.at/senioren-digitale-welt

4.10 Policy-Erfordernisse

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Die zunehmende Digitalisierung vieler Lebensbereiche („*Digital by Default*“) bedeutet für die Nichtnutzer/innen des Internet **Nachteile auf finanzieller, sozialer und politischer Ebene**. Aufgrund des **demographischen Wandels** – die „Babyboomer“-Generation erreicht in einigen Jahren das Pensionseintrittsalter – wächst Zielgruppe der Älteren kontinuierlich an. Die **Teilhabe-Chancen älterer Menschen** müssen auch **im digitalen Zeitalter gewahrt und verbessert** werden. So können immer mehr Behördengänge und alltägliche Erledigungen nur noch über Online-Dienste abgewickelt werden. Dabei sollten wichtige Informationen, die besonders die Interessen von Senior/innen berühren, unbedingt auch in nicht-digitaler Form bereitgestellt werden (z.B. Beihilfen, Pflegegeld, Pension, Wohnen im Alter etc.). Der wichtigste Grundsatz für politische Maßnahmen ist die **Förderung lokaler bzw. regionaler Initiativen**. Diese sollten idealerweise von einer Kampagne begleitet werden, die älteren Menschen **Mut macht, sich auf die digitale Welt einzulassen**.

DARUM GEHT ES

Die zunehmende **Digitalisierung vieler Lebensbereiche** („*Digital by Default*“) bedeutet für jene, die das Internet nicht nutzen, **Nachteile auf finanzieller, sozialer und politischer Ebene**.

Ein Beispiel: Studien gehen davon aus, dass Haushalte durch Internet-Recherchen (z.B. Produktrecherchen) und Einkaufen im Internet, kostenlose Internetdienstleistungen (Kontoführung, Medien, Kommunikationsdienste) rund drei Prozent der Haushaltsausgaben pro Jahr einsparen können.¹⁹

Kurz gefasst geht es insgesamt darum, durch gezielte politische Maßnahmen die **Teilhabe-Chancen** älterer Menschen im Zeitalter digitaler Medien zu wahren bzw. zu erweitern.

Eine wünschenswerte politische Botschaft würde daher betonen, dass Internet & Co. gerade auch für ältere Menschen zur Bewältigung der unterschiedlichsten Bereiche ihres Alltags und zur Erfüllung ihrer Bedürfnisse eine vorteilhafte Rolle spielen. Diese Bereiche reichen von Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, Hobbies und Veranstaltungen über

¹⁹ ÖIAT (2012): Von 80 auf 100 Prozent: Internet für alle ÖsterreicherInnen; Studie; Wien, S.14

Gesundheitsinformationen, lokale Informationen und dem Kontakt zu Freunden und Familie bis hin zu politischem Engagement.

Es wird von Praktiker/innen, die auf lokaler Ebene aktiv sind, immer wieder betont, dass gerade in den Gemeinden beim Ausbau der technischen Infrastruktur die Förderung des Know-how von Einsteiger/innen oft vernachlässigt wird. Es braucht hier „*intellektuelle Breitbandverbindungen*“, wie die Leiterin eines lokalen E-Inclusion-Projekts betont.

Expert/innen weisen auch darauf hin, dass ab etwa 2025 die Babyboomer-Generation das Pensionsalter erreichen wird. Damit werden große finanzielle Belastungen der öffentlichen Hand einhergehen. Der Themenbereich der **Pflege zu Hause bzw. künftige Formen von Gesundheits- und Pflegediensten**, bei denen auch die **IKT-Unterstützung** eine wichtige Rolle spielt (Stichwort: „*Ambient Assisted Living – AAL*“), wird daher realistisch betrachtet schon aus Kostengründen an Bedeutung gewinnen. Abseits dieser wirtschaftlichen Überlegung ist zu betonen, dass die Unterstützung von älteren Menschen beim Einstieg in die Internetnutzung generell eine wichtige Maßnahme der **Gesundheitsförderung** darstellt. So kann nachgewiesen werden, dass **Bildung eine Vielzahl positiver Effekte** mit sich bringt, wie z.B. die Senkung des Demenz- und auch des Mortalitätsrisikos, soziale Integration und damit einhergehend ein verbessertes Altersbild in der Gesellschaft, erhöhtes Engagement in Ehrenamt und Freiwilligenarbeit, Erhöhung der psychosomatischen Gesundheit durch Sozialkontakte außerhalb der Familie u.v.a.m. (vgl. Amann; 2014, BundesseniorenInnenplan – Zum Postulat vernetzter Erkenntnisse; BMASK; 2014; Querverbindungen Seniorenplan).

ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN FÜR POLITISCHE MASSNAHMEN ZUR FÖRDERUNG VON E-INCLUSION:

- **Bottom-up statt Top-down-Strategien**

Vielfältige und kleinteilige Angebote – an die jeweiligen lokalen Gegebenheiten angepasst – sind erfolgsversprechender als eine „von oben verordnete“ flächendeckende Einführung von Maßnahmen. Diese sind auf regionaler und lokaler Ebene anzusetzen und es empfiehlt sich darüber hinaus, die relevanten Akteure, wie z.B. Gemeindebund, aktiv einzubinden. Daraus resultierende kleinteilige Strukturen sind nicht als Wildwuchs abzuqualifizieren, sondern charakterisieren vielmehr einen wirkungsvollen strategischen Ansatz.

Mit anderen Worten: Eine „Grassroots“-Strategie, die gezielt versucht, Schneeballeffekte in Gang zu setzen, ist zu präferieren.

Nachdem die zur Verfügung stehenden Mittel für E-Inclusion tendenziell limitiert sind, empfiehlt es sich, sich in einem ersten Schritt auf die Interessierten zu fokussieren und weniger auf die aufwändigere Überzeugungsarbeit für die Nicht-Interessierten.

- **Anspruch auf „Grundversorgung“ mit Bildungsangeboten:**

Das Thema „ältere Menschen und digitale Medien“ ist auch im Kontext eines noch allgemeineren politischen Ziels, nämlich einer Grundversorgung von Bildungsangeboten für Senior/innen, zu betrachten. Entscheidend ist es, niederschwellige, regional gut erreichbare Angebote sicherzustellen, um der Isolierung älterer Menschen am Land entgegenzuwirken. Eine immer wieder genannte Forderung lautet: *„Bildung für Ältere darf kein Luxus sein!“*

- **Besonders wichtige Informationen auch nicht-digital bereitstellen:**

Wichtige Informationen zu folgenden Themen sollten unbedingt auch unabhängig vom Internet leicht verfügbar sein:

- Beihilfen (Bund, Land, Gemeinden, Krankenkassen etc.)
- Pflegegeld
- Pension
- Wohnen im Alter
- Etc.

- **„Aussitzen“ reicht nicht:**

Senior/innen werden auch in Zukunft vor der Herausforderung stehen, mit dem technologischen Fortschritt mithalten zu müssen. Heute geht es um digitale Medien, in der Zukunft werden andere Technologien im Mittelpunkt stehen. Das aktuell erworbene Wissen, *wie* Senior/innen beim Umgang mit neuen Technologien unterstützt werden können, wird sich aber zu einem großen Teil auch in der Zukunft anwenden lassen. Fragen der Strategie, der organisatorischen Strukturen, einer geeigneten Didaktik etc. sind letztlich technologieneutral.

Die meisten der in dieser Studie genannten Empfehlungen für die Arbeit mit Senior/innen sind auch für andere Zielgruppen von Vorteil. Schließlich profitieren alle von einfachen Erklärungen, ausgereiften didaktischen Konzepten etc.

- **Teil einer breiten netzpolitischen Diskussion:**

Immer mehr rücken netzpolitische Fragestellungen, wie z.B. „Wie gestalten wir faire Spielregeln – vom Datenschutz bis hin zum Urheberrecht – für die digitale Welt?“, in

den Mittelpunkt des politischen Diskurses. Dies ist sehr zu begrüßen. Wichtig ist, dass dabei auf das Thema E-Inclusion nicht vergessen wird.

Neben den genannten allgemeinen Prinzipien gilt es vor allem ein Augenmerk auf folgende **Maßnahmenbereiche** zu legen:

- **Das Thema „Senior/innen und Internet“ positiv besetzen und sichtbar machen**

In der öffentlichen Kommunikation liegt der Fokus bei der Darstellung von Senior/innen im Zusammenhang mit dem Internet oft auf der Hilfsbedürftigkeit der Zielgruppe. Wünschenswert wäre aber viel mehr zu zeigen, dass ältere Menschen kompetent im Umgang mit dem Internet sind und Spaß mit „*Digital Devices*“ haben.

Darüber hinaus weisen Expert/innen immer wieder darauf hin, dass es eine breite Kampagne braucht, um auch weniger Interessierte von den Vorteilen des Internet zu überzeugen und Einsteiger/innen zu bestärken (Wichtigkeit der Motivations-, Vermittlungs- und Vernetzungsarbeit im Vorfeld).

- **Vernetzung und Kooperation konkret fördern**

Zahlreiche Projekte, Bildungseinrichtungen, Forschungseinrichtungen, Vertreter/innen der öffentlichen Hand sowie von Unternehmen verfügen über viel Fachwissen und Praxis-Erfahrungen zum Thema. Besonders in Österreich gibt es zahlreiche lokale und regionale Initiativen, die kaum bekannt sind. Die Förderung von **Austausch, Vernetzung und Kooperation** trägt aus der Sicht der Praktiker/innen vor allem dazu bei,

- von den Erfahrungen anderer profitieren zu können,
- neue Ideen und Motivation für die eigenen Projekte zu bekommen, sowie
- Anerkennung für die eigene Arbeit zu erhalten.

Ein österreichweiter **Förderpreis** für lokale Initiativen und die Einrichtung einer **Datenbank** (Online-Plattform für Initiativen, Projekte, Bildungsangebote) könnte die Sichtbarkeit und Motivation von bestehenden Projekten erhöhen.

Politische Initiativen könnten auch stärker darauf abzielen, gemeinsam mit **Industrie und Handel** Maßnahmenpakete zu erarbeiten, sowohl betreffend Zugang als auch Support („*Unternehmen in die Pflicht nehmen*“).

- **Weiterbildung im Alter fördern**

Generell ist es erforderlich, in der Erwachsenenbildung das Bewusstsein für die Arbeit mit Senior/innen zu stärken. Dies kann auf unterschiedlichen Ebenen geschehen:

- Ausbildung: Entwicklung bzw. Ausbau von Weiterbildungsangeboten für Trainer/innen, die mit älteren Menschen arbeiten.
- Bildungsberatung für Ältere: Entwicklung von niederschweligen Angeboten der Bildungsberatung (z.B. Bildungstage, Bildungstelefon, Lernfeste etc.), die auch das Thema digitale Medien berücksichtigen.
- Eine wichtige Rolle in der Bildungsberatung spielt auch die gezielte Förderung, um den Prozess der „Anverwandlung“ in Gang zu setzen, damit die Zielgruppe die Fragen „Was mache ich damit?“, „Wozu brauche ich das überhaupt?“ und „Was hat das mit meinem Leben noch zu tun?“ für sich beantworten kann.
- Ein weiterer Expert/innen-Vorschlag betrifft die Einrichtung einer Weiterbildungsdatenbank für Senior/innen, in der speziell für Ältere geeignete Angebote gesammelt werden.

„Von der Politik wünscht man sich mehr Investition in die Bildungsarbeit mit Älteren. Das kommt durch die Forderung nach dem Ausbau von wohnortnahen Bildungsangeboten zum Ausdruck. Außerdem empfindet man Bildungsberatungen als sinnvolle Maßnahme.“ (Kolland, Franz et al (2009) S. 5)

- Förderung von Ehrenamt
Die Investition in die Bildung älterer Menschen lohnt sich in zweifacher Hinsicht: So zeigt die Erfahrung, dass manche Teilnehmer/innen nach Kursabschluss selbst in die Trainerrolle schlüpfen und das erlernte Wissen ehrenamtlich an andere Peers weitergeben. Diese Freiwilligenarbeit muss unterstützt werden, z.B. in Form von kontinuierlichen Weiterbildungsangeboten und Begleitung, aber auch Zeichen der Anerkennung, wie z.B. eine Einladung zu einem Essen, einer Tagung oder einem halbjährlichen Vernetzungstreffen. Eine entsprechende Würdigung kann auch durch die Sichtbarmachung von positiven Beispielen erfolgen, wie z.B. *„Sozialatlas Lungau“*, Österreichs erster „Tu was-Region“: www.tu-was.at/news-detail/items/presentation-sozialatlas-lungau.html
- Förderung der Entwicklung und Durchführung von Angeboten, die kostenlos oder zu einem günstigen Betrag angeboten werden
Eine Förderung der Entwicklung und Durchführung von kostenlosen oder günstigen Angeboten, kann jene finanziell entlasten, die sich ein regulär bepreistes Angebot z.B. eines privaten Trainingsinstitutes nicht leisten könnten.

5. Exemplarische Angebote und Projekte in Österreich

Zahlreiche Initiativen nehmen sich der Bildung Älterer in Bezug auf digitale Medien in Österreich an. Das reicht von einmaligen Schnupperkursen in Zusammenarbeit mit Schulen, über kompakte Seminare bis hin zu ganzjährigen Workshop-Reihen oder Internetcafés für den Austausch in gemütlicher Atmosphäre.

Diese Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wenn Sie Vorschläge für diesen exemplarischen Überblick haben, nehmen Sie bitte Kontakt auf: office@oiat.at.

Projektname: *WerdeDigital.at* „Digitale Landkarte“

Region: Online-Angebot österreichweit

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Alle Qualifizierungsangebote zum Thema digitale Medienkompetenz in Österreich auf einer digitalen Landkarte. Hier sollen sich zukünftig alle Angebote, Services und Initiativen finden, die bei der Aus- und Weiterbildung zum Thema Netz weiterhelfen. *WerdeDigital.at* macht Erfolgsbeispiele aus Österreich sichtbar und vernetzt die einzelnen Initiativen österreichweit. Für den optimalen Überblick über die besten Chancen in nächster Nähe oder online!

www.werdedigital.at/angebote-fuer-oesterreich

Projektträger:

Institut zur Förderung digitaler Mediennutzung. *WerdeDigital.at*, Stockwerk Coworking, Pater-Schwartz-Gasse 11a, 1150 Wien Austria

Kontakt:

Mag. Meral Akin-Hecke, Digital Champion Austria

team[at]werdedigital.at

Telefon: 0664 / 103 25 69

www.werdedigital.at

INTERGENERATIVE PROJEKTE: KURS-SETTING

Projektname: *Technik in Kürze (TiK)*

Region: Steiermark; Kooperationsprojekt Ausweitung auf Wien und NÖ

Kosten: 35,- € pro Modul à drei Unterrichtseinheiten

Beschreibung und Aktivitäten: „*Technik in Kürze*“ startete als Pilotprojekt 2008 und wurde seither in fast allen Bezirken der Steiermark durchgeführt, inhaltlich begleitet und

fortlaufend adaptiert. Projektträger ist das Katholische Bildungswerk der Diözese Graz-Seckau. Es versteht sich als intergeneratives Angebot mit dem Ziel, eine Begegnung und den Dialog zwischen Jung und Alt zu fördern. Durchgeführt werden die Kurse in Zusammenarbeit mit Schulen. Fachlich geschulte Trainer/innen vermitteln Wissen rund um Computer, Tablet, Smartphone (Handy) und Co., medienkompetente Schüler/innen stehen als Coaches den Teilnehmer/innen zur Seite und beantworten spezielle Fragen. Schüler/innen erhalten eine Urkunde sowie Gutscheine, welche lokal Unternehmen sponsern. Kosten: 35,- € pro Modul à drei Unterrichtseinheiten – *Computer für Anfänger, Das Internet & Co, Digitalkamera, Tablet & Smartphone, TiK Intensiv, Facebook & Co.* Schulen bewerben sich beim Katholischen Bildungswerk, die Organisation vor Ort erfolgt durch den jeweiligen Bildungswerkleiter, die Bewerbung in Kooperation mit der Gemeinde. Dazu wird dem *TiK*-Folder ein Einlagezettel mit Hinweis zu Terminen und Anmeldung beigelegt. Die Teilnehmer/innen-Anzahl richtet sich nach den verfügbaren PC-Arbeitsplätzen- 10 bis maximal 14 Teilnehmer/innen pro Termin. Es kann das eigene Gerät mitgenommen und darauf gearbeitet werden. Die laufende Evaluierung der Workshops erfolgt durch das Katholische Bildungswerk.

Ausweitung:

- *TiK* im Rahmen des Projekts „Lebenswelten MDU – meine + deine = unsere Lebenswelt“ in Kooperation mit dem Diözesanmuseum Graz
- *TiK* in der Shoppingcity Seiersberg, Graz. Zivildienstler als Trainer und Coaches.

Projektträger:

Katholisches Bildungswerk der Diözese Graz-Seckau, Bischofplatz 4, 8010 Graz

Telefon: 0316/8041-345

kbw@graz-seckau.at.

bildung.graz-seckau.at/generationenbildung/intergenerative-bildung/tik-technik-in-kuerze

Katholisches Bildungswerk der Diözese St. Pölten, Klostersgasse 16, 3100 St. Pölten,

Telefon: 02742/3242352

www.kbw-bildung.at/2009/images/stories/news/tik%20folder.pdf

Katholisches Bildungswerk Wien, Stephansplatz 3/2. Stock, 1010 Wien

Telefon: 01/51 552-3320

www.bildungswerk.at/content/lima/0/articles/2012/11/09/a4972/

Projektname: AKTION@DIALOG

Region: Oberösterreich

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenlose „Internet im Alltag“-Kurse für Senior/innen und Interessierte ab 55 Jahren an Schulen in ganz Oberösterreich, jeweils an zwei festgelegten Aktionstagen pro Semester.

Bei der Initiative „*Aktion@Dialog*“ des JugendReferats des Landes OÖ geben Jugendliche ihr Internet-Know-how Interessierten ab 55 und Senior/innen weiter.

In kostenlosen Kursen lernen so ältere Menschen das Internet für sich ganz alltagspraktisch zu nutzen, dabei soll auch der Dialog zwischen den Generationen gefördert werden.

Anmeldung unter der telefonischen Hotline: 0732/7720 -14990 oder -15544.

Projektträger:

JugendReferat des Landes OÖ in Kooperation mit Seniorskom.at, Bahnhofplatz 1, 4021 Linz

Telefon: 0732/7720-15519

jugend.bgd.post[at]ooe.gv.at

www.ooe-jugend.at/aktiondialog

Projektname: Learning4Generations

Region: Steiermark, Kärnten

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Das Forschungsprojekt *Learning4Generations* zielt auf die Lehrkompetenzen von Schüler/innen ab, damit diese Senioren/-innen bei der Nutzung von Internet und Neuen Medien unterstützen können. Für den Wissenstransfer zwischen Jung und Alt wurden die Online-Plattform „Senioren im Netz“ (www.seniorenimnetz) weiterentwickelt und für Schüler/innen eine Online-Plattform (www.skytonkle.at) geschaffen. Im Herbst 2013 wurde mit diesen Plattformen ein Spiel gestartet, in dem gleichermaßen Schüler/innen als auch Senioren/-innen auf Grund von Aktivitäten, wie z.B. Fragen, Antworten, Vernetzung mit anderen Teilnehmern/-innen Punkte sammeln konnten. Monatlich und am Ende des Schuljahres wurden die aktivsten Teilnehmer/innen in beiden Altersgruppen ermittelt. Diese Teilnehmer/innen sowie die besten Klassenverbände und Schulen erhielten Sachpreise.

Projektträger: ARGE Learning4Generations

Ansprechpartner:

JOANNEUM RESEARCH

DIGITAL – Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien

DI Kurt Majcen

Telefon: +43 316 876-1636

kurt.majcen[at]joanneum.at

www.joanneum.at/en/digital/projekte/learning4generations-intergenerationelles-lernen-zwischen-schuelern-und-senioren.html

Projektname: Seniorekom.at „Oma und Opa lernen vom Enkel“

Region: Österreichweit hauptsächlich in Schulen an ausgewählten Terminen

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenlose zweistündige Schnupperkurse „Ältere lernen von Jüngeren“ in Zusammenarbeit mit Schulen, A1, Microsoft bzw. weiteren lokalen Initiativen der „Aktion Dialog“ in Oberösterreich.

Projektträger: Seniorekom.at in Kooperation mit A1 und Microsoft

Termine und Kontakt:

Telefon: 01/535 05 25

office[at]seniorekom.at.

www.seniorekom.at/0/Content/_article_/id11299

KURS-SETTING „PEER-TRAINING“

Projektname: A1 Internet für Alle

Region: Am A1 Campus in Wien, Salzburg und Klagenfurt, sowie On Tour in ganz Österreich

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenlose Internet-Schulungen für Kinder, Eltern, Lehrende und Senior/innen am A1 Campus Wien, Salzburg und Klagenfurt und On Tour in ganz Österreich. Umfangreiches Workshop-Programm, dreistündige Schnupperkurse zu verschiedenen Themen von „Erste Schritte im Internet“ über „Online Einkaufen“ bis zu „Kommunizieren mit Skype“. Neben erfahrenen Trainer/innen begleiten auch A1TA-Lehrlinge die Teilnehmer/innen.

Projektträger: A1 Telekom Austria AG

Termine und Kontakt:

Telefon: 050 664 44505

internet.fuer.alle[at]A1telekom.at

www.a1internetfueralle.at

Projektname: SeniorInnen aktiv – problemloser Umgang mit dem Computer

Region: Wien, in folgenden Zweigstellen: Hauptbücherei am Gürtel, Bücherei Wieden, Bücherei im Bildungszentrum Simmering, Bücherei Penzing, Bücherei Liesing

Kostenlos, Voraussetzung: gültige Büchereikarte

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenlose Schnupperkurse zu den Themen *Computer-Basics*, *Internet-Basics*, *Word* und *Bildbearbeitung* für Neueinsteiger/innen. Die Module (bestehend aus 2 bis 4 Terminen) können unabhängig voneinander gebucht werden.

Projektträger:

Wiener Büchereien in Kooperation mit den Wiener Volkshochschulen
Urban Loritz-Platz 2a, 1070 Wien
Telefon : 01/4000-84500
amguertel[at]buechereien.wien.at

Termine und Kontakt:

Eine Anmeldung in der jeweiligen Bücherei oder beim Bibliothekarischen Auskunftsdienst unter Tel. 4000-84500 (Montag bis Freitag 9 bis 17 Uhr) ist erforderlich und maximal 4 Wochen im Voraus möglich.

www.buechereien.wien.at/de/programm/senioren

Projektname: Computerkurse in den Nachbarschaftszentren des Wiener Hilfswerks

Region: Wien, in den Nachbarschaftszentren Neubau, Am Schöpfwerk, Rauscherplatz, Ottakring, Hernals

Kostenlos: Freie Spende

Beschreibung und Aktivitäten: Vom „Computerschnuppern“, „Computerclub für Anfänger“ bis zum „Computerkurs 50+“ mit Erwin Zwölfer (Member der IBM-Community on Demand) in drei Teilen à fünf 2-stündigen Termine: Windows-Grundlagen, Internet und Fotobearbeitung.

Weitere Hilfswerk-Projekte in Kooperation mit IBM: Erstellung eines Social Media-Konzepts („50plus sozial vernetzt“) Einsatz von geschlossenen Facebook-Gruppen u.a. für das Austauschprojekt „Freiwilligen50+“ im Rahmen des Grundtvig-Förderprogramms „Senior European Volunteers Exchange Network“, für Selbsthilfegruppen und pflegende Angehörige. Ein weiteres Projekt läuft unter dem Titel „Computer kaufen im Sozialmarkt“: Gespendete Laptops werden hergerichtet und zu günstigen Preisen im SOMA verkauft.

Projektträger:

Freiwilligen-Management im Wiener Hilfswerk, Schottenfeldgasse 29, 1070 Wien
Mag. Martin Oberbauer
Telefon: 01/512 36 61-457
martin.oberbauer[at]wiener.hilfswerk.at

www.ehrenamtsboerse.at

Termine und Kontakt:

www.nachbarschaftszentren.at/angebote

Projektname: Fit am PC – SeniorInnen ins Internet

Region: Graz

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenloser Computerkurs für Senior/innen, die PC- bzw. Internet-Neueinsteiger/innen sind, in der Stadtbibliothek Graz-Süd. Computer-Starterkurs (5 x 2 Stunden) am eigenen Laptop. Einführung in die Funktionsweise des Computers, Verwendung von Maus und Tastatur, Surfen im Internet, Einrichtung eines GMX E-Mail-Kontos, Schreiben und Versenden von E-Mails etc. Mitzubringen sind ein Laptop (Betriebssystem Windows 7 bzw. Windows 8) mit Internetanschluss, WLAN bzw. ein Breitband-Stick (z.B. BOB, YESS, ORANGE, Drei, A1), ein Netzkabel und eine Maus (wenn vorhanden). Vorkenntnisse sind nicht erforderlich! WLAN-Hotspot ist in der Kursräumlichkeit vorhanden! Kursleiter: Herr Adolf Falkner (48-jährige Computererfahrung; Betreuer der PC-Beratungsstunden für Senior/innen in den Stadtbibliotheken Graz Süd/Nord).

Projektträger:

Stadtbibliothek Graz Süd, Lauzilgasse 21, 8020 Graz

Telefon: 0316/872-7970

stadtbibliothek.lauzilgasse[at]stadt.graz.at

<http://stadtbibliothek.graz.at/index.asp?ref-type=generation-plus>

KURS-SETTING

Projektname: Seniorinnen erobern die digitale Welt

Region: Voitsberg, Deutschlandsberg

Kostenpflichtig

Beschreibung und Aktivitäten: In vom Sozialministerium geförderten Kursen und Lernnetzwerken schaffen sich Seniorinnen bei und mit *akzente*, einen Zugang zur Welt des World Wide Web und seinen Möglichkeiten. In 60 Kurseinheiten erwerben sie fachliche Basiskompetenz in der IKT und eröffnen sich einen nachhaltigen Zugang zum lebensbegleitenden Lernen. In kontinuierlich angebotenen Lernnetzwerken vertiefen sie ihre Kenntnisse.

Projektträger:

akzente – Zentrum für Gleichstellung und regionale Zusammenarbeit

Bahnhofstraße 20

8570 Voitsberg

Telefon: 03142/930 30

office[at]akzente.or.at

www.akzente.or.at

www.akzente.or.at/app/download/9553086298/Jahresbericht+2013+akzente.pdf

(Jahresbericht 2013, Projektbeschreibung auf Seite 18)

INTERGENERATIVE PROJEKTE: OFFENES SETTING

Projektname: Netzwerk Computeria Tirol

Region: Tirol, derzeit 17 bestehende *Computerias*, weitere 5 in Planung

Kostenlos bis kleine Mitgliedsbeiträge oder freie Spenden für einzelne Veranstaltungen

Beschreibung und Aktivitäten: Der Projektname *Computeria* setzt sich aus Computer und Cafeteria zusammen und stellt einen lokalen Lern- und Begegnungsort in Selbstverwaltung dar. Das Land Tirol/JUFF – Fachbereich für Senior/innen steht in der Gründungsphase als Koordinationsstelle zur Verfügung und gibt finanzielle Starthilfe. Dabei leisten Ehrenamtliche gegenseitige Selbsthilfe. *Computerias* sollen über Computerschulungen hinaus aktive Menschen mit Ideen zusammenbringen, um diese eigenverantwortlich lokal umzusetzen.

Das Leitbild richtet sich nach den Grundsätzen Sinnorientierung, Aktives Altern, Lebenslanges Lernen und Generationengerechtigkeit. Ziele sind neben der Möglichkeit der Teilhabe an den Neuen Technologien und Neuen Medien, Entfaltungsmöglichkeiten für ein sinnerfülltes, gesundes und aktives Altern, Lebensqualität erhalten und steigern, geistige Leistungsfähigkeit erhalten, Bildung ermöglichen, die Kompetenzen lebenslanger Erfahrung nützen und zu sinnerfüllter Eigenaktivität motivieren, soziale Beziehungen sowohl zwischen älteren Menschen als auch generationenübergreifend fördern, ...

Vorgaben für die Förderung sind: Einbindung der örtlichen Senior/innenvereine, -verbände und -initiativen, regelmäßige Öffnungszeiten, Teilhabe und Teilnahme am *Netzwerk Computeria Tirol*, möglichst Zusammenarbeit mit Schulen, Bildungsträgern und Freiwilligenbörsen, möglichst generationenübergreifende Projekte, ...

Projekträger: JUFF – Fachbereich Senior/innen, Amt der Tiroler Landesregierung, Michael-Gaismair-Straße 1, 6020 Innsbruck

Telefon: 0512/508 3563

juff.senioren[at]tirol.gv.at

www.tirol.gv.at/gesellschaft-soziales/seniorinnen/projekte/die-fitnessstube-fuer-den-geist www.tirol.gv.at/gesellschaft-soziales/seniorinnen/aktuelles/pc-und-internet-fuer-aeltere

Ansprechperson:

De Zordo Felix

Telefon: 0699/1098 8792

felix.dezordo[at]tirol.gv.at

www.computerias.at

Projektname: Inter“Nett“Café für Senior/innen

Region: Inter“Nett“Café: Klagenfurt, Fliegendes Klassenzimmer: ganz Kärnten

Kostenlos, freie Spenden

Beschreibung und Aktivitäten: Um auch auf individuelle Fragen abseits des klassischen Kurs-Settings eingehen zu können wurde am 1. Oktober 1999 das erste Internetcafé für Senior/innen als generationenverbindendes Projekt eröffnet. Seither findet jeden Freitag von 10 bis 12 Uhr in gemütlicher Atmosphäre bei Kaffee und Kuchen das Internet“Nett“Café statt: Gemeinsam Surfen im Internet mit Assistenz eines professionellen Trainers und Jugendlichen Coaches, die im Rahmen des Territorialen Beschäftigungspaktes ein Projektjahr (Gemeinnütziges Beschäftigungsprojekt langzeitarbeitsloser Jugendlicher) bei 4everyoung absolvieren. Eigene Geräte können mitgenommen werden, Themen nach Bedarf, kostenlos, keine Anmeldung nötig.

Neben herkömmlichen PC-Kursen, PC-Kaufberatung und Inbetriebnahme, besteht das Angebot von **Einzelstunden zu Hause** oder im Rahmen des „**Fliegendes Klassenzimmer**“ in Gemeinden als Mobile Schulungs- und Sensibilisierungseinrichtung, insbesondere für infrastrukturell unterversorgte ländliche Gebiete. Kostenpflichtig. Kurszeiten und Unterrichtsort können individuell vereinbart werden.

Projektträger: 4everyoung, Feschnigstrasse 78, 9020 Klagenfurt

Termine und Kontakt:

Telefon: 0463/481287

office[at]4everyoung.at

4everyoung.at; www.4everyoung.at/web/dateien/Preisliste_unsere_Angebote.pdf

Projektname: Internetcafé 50+

Region: Graz

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Im Internet surfen, E-Mail schreiben, Computerprobleme lösen: jeden Dienstag von 17.00 bis 18.30 Uhr im Mehrgenerationenhaus Waltendorf, Graz.

Projekt: „Medienkompetenz für Jung und Alt!“ Zum Rechercheverhalten der unterschiedlichen Generationen und wie sich dieses im Lauf der Jahre verändert hat. Projekt im Zuge der Lehrveranstaltung „Transgeneracionales Lernen“ der Kunstuniversität Linz:

www.mgh-waltendorf.at/medienkompetenz.html

Projektträger: Mehrgenerationenhaus (MGH) Waltendorf, Schulgasse 22, 8010 Graz

Anmeldung und Kontakt:

Telefon: 0680 4437604, Mo-Fr 15 bis 18 Uhr

www.mgh-waltendorf.at/anmeldung.html

„PEER-TRAINING“: OFFENES SETTING

Projektname: SeniorNettCafé

Region: Graz

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Das SeniorInnenbüro der Stadt Graz bietet mit dem SeniorNettCafé ein kostenloses Internetcafé für Senior/innen an. Im Café Schweitzer in der Albert-Schweitzer-Gasse 36 gibt es jeden Montag von 15 bis 18 Uhr die Möglichkeit, sich mit der Welt des Internet unter fachkundiger Anleitung von Angelika Moser bekannt zu machen.

Projekträger: SeniorInnenbüro der Stadt Graz, Stigergasse 2, 3. Stk., Zi. 313 und 314, 8020 Graz

www.graz.at/seniorinnen

Termine und Kontakt:

Angelika Moser

0316 / 693744

www.graz.at/cms/dokumente/10211431_374961/4343fc2a/Monatsprogramm%20Mai%20und%20Juni%202014.pdf

Projektname: Campus Digital

Region: Wien, VHS Alsergrund

Kostenpflichtig

Beschreibung und Aktivitäten: Übungsstunden für individuelle Fragen, zum Vertiefen der Kenntnisse und Wiederholungen. Freitags, 13.00 bis 15.00 Uhr, zu bestimmten Themen, wie z.B. Suchmaschinen, Recherchieren, Gefahren; E-Mails schreiben, empfangen und archivieren, digitale Fotos verschicken, speichern und bearbeiten. Workshops zum Neues kennenlernen und ausprobieren, Freitags, 15.00 bis 17.00 Uhr, zu bestimmten Themen z.B. eBook-Reader, Spiele, Blogs oder Soziale Netzwerke.

Projekträger: VHS Alsergrund, Galileigasse 8, 1090 Wien

Termine und Kontakt:

Telefon: +43 1 / 89 174 109 000

alserground[at]vhs.at

www.vhs.at/kursprogramme/vhsalsergrund/files/assets/basic-html/page126.html

Region: Wien, VHS Wien:

Kostenpflichtig

Beschreibung und Aktivitäten: Vielseitiges Kursangebot für Senior/innen: EDV-Grundkurs für Generation 60+, Bildbearbeitung für Generation 60+, Facebook, Twitter & Co für Generation

60+, Tablet und Smartphone für Generation 60+, Apple für die Generation 60+, PC-/Laptopkaufberatung, EDV-Stammtisch der VHS Meidling sowie kostenlose Beratungs- und Informationstage jeweils zu Beginn des Semesters sowie z.B. auch aufsuchende Bildungsberatung der VHS Floridsdorf.

- Jahresprogramm 2014/15 „60plus“ www.vhs.at/kursprogramme/VHS%2060plus/files/assets/common/downloads/publication.pdf
- Kursangebote „Erste Schritte am Computer“ www.vhs.at/kurse-buchen/kursangebote/Computer-und-Multimedia/3135.html
- www.bildungsberatung-wien.at

Ansprechperson:

Fachbereich EDV, VHS Floridsdorf, Angerer Straße 14, 1210

Dominik Wang

Telefon: 01/89 174-121 012

dominik.wang[at]vhs.at

Projektname: Computerclub Margareten

Region: Wien

Kostenlos, freie Spende

Beschreibung und Aktivitäten: Der Computerclub Margareten hält regelmäßig Clubabende im Drei-Wochen-Rhythmus ab, jeweils freitags von 18.00 bis ca. 20.30 Uhr. Offener Austausch zu IKT-Themen, Themenschwerpunkte und Anfängerkurse .

Projektträger: SPÖ Bezirksorganisation Margareten, Kohlgasse 27, 1050 Wien

Telefon: 01 / 53427 1050

wien.margareten@spoe.at

Kontakt Computerklub Margareten:

Flora Fridrich

Telefon: 0676/4560129,

ccm5[at]gmx.at

www.margareten.spoe.at/cc

INFORMATION BZW. BILDUNGSBERATUNG

Projektname: BildungsBeratung 50+/60++

Bildung und ältere Menschen: Lebenslanges Lernen – Lebensbegleitende Bildungsberatung in der 3. Lebensphase

Region: Pilot im Bezirk Hartberg, Ziel: Ausweitung auf alle Infostellen in ganz Steiermark

Beschreibung und Aktivitäten: Ziel ist die Entwicklung, Erprobung und Durchführung spezieller Bildungsberatungsangebote für älter werdende Menschen und damit eine

Erhöhung der Bildungsbeteiligung älterer Menschen zu erreichen. Ausgehend vom Pilotprojekt im Bezirk Hartberg soll das Konzept der lebensbegleitenden Bildungsberatung als One-Stop-Shop in den Bezirksstellen umgesetzt werden. Weitere Bildungsberatungsangebote des Bildungsnetzwerks Steiermark sind das Bildungstelefon 0810/900 320, Online-Beratung via Skype oder Lernfeste.

„BildungsBeratung 50+/60++“

Aufgrund der steigenden Lebenserwartung entwickelt sich das Alter zu einer der längsten Lebensphasen und so gibt es auch nach dem Berufsleben noch vielfältige Möglichkeiten. Lernen und Bildung können dabei helfen, diese Lebensphase gut zu gestalten und lange geistig fit und aktiv zu bleiben. Wenn Sie bei der Planung für die Zeit nach dem Beruf und in der Pension auf der Suche nach guten Ideen und neuen Möglichkeiten sind, BildungsBeratung 50+/60++ unterstützt und hilft dabei mit kostenloser Beratung:

- + Die Freude am Lernen zu entdecken und aufrecht zu erhalten,*
- + Herauszufinden, worauf sie neugierig sind, wo und wie sie sich beteiligen können,*
- + regionale Lernangebote und soziale Kontakte zu verbinden,*
- + Informationen und Lernmöglichkeiten für neue Technologien zu finden, wie z.B. Internet, Smartphone und Tablet-PC,*
- + Freiwilligenarbeit zu überlegen und die richtige herauszufinden,*
- + die Phase des Übergangs vom Berufsleben in die Pension gut zu gestalten,*
- + bei der Suche nach Tätigkeiten in der nachberuflichen Phase*

Bei diesen und ähnlichen Fragestellungen können sie sich an die BildungsBeratung 50+/60++ wenden. Im Rahmen einer persönlichen Einzelberatung können sie Gespräche zur Orientierung und eine individuelle Bildungsplanung erhalten.

Quelle: Online 20.06.2014: www.bildungsnetzwerk-stmk.at/archiv/2014/76-nl-februar-2014/428-nl-februar-biber-bifeb.html

Projektträger:

Bildungsnetzwerk Steiermark, Niesenberggasse 59, 8020 Graz

Telefon: 0316 / 821373

bildungsnetzwer[at]eb-stmk.at

www.bildungsnetzwerk-stmk.at

Ansprechperson Projekt Bildungsberatung für Ältere:

Mag.^a Susanne Zierer

Bildungsberaterin für die Oststeiermark

Telefon: 0664 / 83 47 156

susanne.zierer[at]eb-stmk.at

www.bildungsnetzwerk-stmk.at/bildungsberatung/beratung-fuer-aeltere.html

Projektname: Mobile Bildungsberatung & MiniLAB „Lernen mit PC und Internet“

Region: Wien

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Bildungsberatung und ausprobieren von Tablets und Smartphones an öffentlichen Plätzen, wie z.B. auf Spielplätzen, in Parks, in Einkaufszentren oder der Hauptbücherei Wien und im WUK. Auch mehrsprachig möglich.

Ansprechperson Projekt Mobile Bildungsberatung & MiniLAB:

Mag.a Eva Holder

Projektleitung

Telefon: 0699 1 66 70 307

eva.holder[at]abzaustria.at

www.abzaustria.at/veranstaltungen/minilab-lernen-pc-internet

www.abzaustria.at/angebote-projekte/abz-bildungsberatung-in-wien

EINZELCOACHING

Projektname: Maus zu Haus

Region: Wien

Kostenpflichtig

Beschreibung und Aktivitäten: Begleiteter Internetzugang auf dem Computer und einfache Computer-Einführungen bzw. Internet Schulungen zu Hause.

Kontakt: <http://buchegger.thirdagecoach.at/angebot.html>

Projektname: qualitätszeit

Region: Wien

Kostenpflichtig

Beschreibung und Aktivitäten: Interessierte Personen werden in 1:1 Settings im Umgang mit digitalen Geräten und dem Internet unterstützt. In gemütlicher Kaffeehausatmosphäre nimmt sich ein eigens ausgebildeter Digital Coach der individuellen Herausforderungen der Kund/innen an. Darüber hinaus werden bei *qualitätszeit* (arbeitssuchende) Jugendliche geschult, um als Digital Coach mitwirken zu können und eine Wertschätzung ihrer natürlichen Talente zu erfahren. Demnächst soll das auch das Zusatzangebot von „*digitalimpuls*“ starten, welches Menschen ab 50+ für den Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt digitalfit macht.

Projektträger:

Verein für **M**edienarbeit und **G**enerationen (MuG), Mag^a Daniela Weinholtz (Founder)

Telefon: 0660 373 12 29

mail[at]verein-mug.at

www.verein-mug.at; www.qualitätszeit.at

Projektname: Fit am PC – SeniorInnen ins Internet

Region: Graz

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: In den Stadtbibliotheken Graz-Süd und Graz-Nord gibt es jeweils einmal im Monat individuelle Internetberatung durch einen EDV-erfahrenen Senior.

Projektträger:

Stadtbibliothek Graz-Süd, Lauzilgasse 21, 8020 Graz

Anmeldung: Tel.: 0316 / 872-7970

Stadtbibliothek Graz-Nord, Theodor-Körner-Straße 59, 8010 Graz

Anmeldung: Tel.: 0316 / 872-7990

<http://stadtbibliothek.graz.at/index.asp?ref-type=generation-plus>

HANDEL, SUPPORT

Projektname: A1 Startklar Service

Kostenlos für A1 Go Tarife

Region: österreichweit

Kunden erhalten Hilfestellung bei der Inbetriebnahme ihres neuen Smartphones durch einen A1-Mitarbeiter im A1-Shop. Persönlichen Kontakte werden auf das neue Handy übertragen und die wichtigsten Funktionen erklärt.

www.a1.net/handys-telefonie/a1-go-small

Kostenpflichtig A1 Mobil Komfort Service, 14,90 Euro Smartphone / 24,90 Euro Tablet

Kunden erhalten Hilfestellung bei der Datenübertragung auf das neue Gerät, Konfiguration eines E-Mail Accounts, Konfiguration der Internetverbindung, Inbetriebnahme von Zusatzservices und Apps für Musik, Navigation und Unterhaltung, Konfiguration von Social Network Clients (z.B. Facebook, Twitter, Xing).

www.a1.net/hilfe-

[support/system/templates/selfservice/atext/#!/portal/1010/article/28789/A1-Mobil-Komfort-Service](http://www.a1.net/hilfe-support/system/templates/selfservice/atext/#!/portal/1010/article/28789/A1-Mobil-Komfort-Service)

- A1 Video-Guides: www.a1.net/hilfe-support/a1-video-guides
- A1 Schritt-für-Schritt-Anleitung: www.a1.net/hilfe-support/system/templates/selfservice/atext/#!/portal/1010/article/28790/Internet-Einstellung-fr-Ihr-Gert

Projektträger:

A1 Telekom Austria AG, Lassallestraße 9, 1020 Wien

Telefon: 050 664 0

www.a1.net/kontaktformular

Projektname: Initiative 100%

Kostenlos

Gratis 3SIM-Karte mit 20MB Downloadvolumen täglich. Erhältlich im 3-Shop.

Projektträger:

Hutchison Drei Austria GmbH, Brünner Straße 52. 1210 Wien

Hotline: 0660 / 30 30 50

Flyer: www.drei.at/portal/media/privat/tarife/initiative100/Initiative100Flyer.pdf

www.drei.at/portal/de/privat/tarife/initiative-100

Projektname SeniorPad

In der Testphase, soll Anfang 2015 zur Verfügung stehen

Beschreibung und Aktivitäten: Beim SeniorPad handelt es sich um ein Tablet-PC-basiertes Integrations-, Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungssystem für Senior/innen mit einfacher Bedienung per Touchscreen und der Möglichkeit der Ein- und Anbindung an diverse Drittsysteme z.B. von Hilfsorganisationen, Pflegediensten oder der Unterhaltung und Kommunikation mit Angehörigen. Das Endgerät findet sich vor Ort. Mit der Management- und Wartungsplattform wird das SeniorPad verwaltet, gewartet und aktualisiert.

Projektträger:

SeniorPad, Europlaza, Technologiestraße 10/E/2, 1120 Wien

Mag. Thomas Steinmayer

Telefon: +43 699 / 181 18084

info[at]seniorpad.at

www.seniorpad.at

Weitere Initiativen und Projekte in denen Computer und Internet zum Thema gemacht wird bzw. wurde:

Projektname: TOM-Y

– Toys of my Grandparents

Region: Oberpullendorf, Burgenland

Beschreibung und Aktivitäten: Ziel des Projekts war der Einstieg in die modernen Kommunikationsmöglichkeiten (Computer, Internet) mit Hilfe von Spielzeugen und Erinnerungen an die Kindheit der Großeltern. Zielgruppe waren Frauen und Männer ab 50 Jahren, die bisher wenig oder gar keinen Zugang zur Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) hatten. Mittels Basisqualifizierung in PC-Kursen wurden diese Frauen und Männer in allen Partnerländern ermächtigt, die Geschichte der Spielzeuge ihrer Kindheit aufzuschreiben, Fotos davon zu bearbeiten, diese nachzuzeichnen oder deren Geschichte im Internet aufzuspüren. Die Inhalte wurden zuvor verschriftlicht und einheitliches Wissen vermittelt: Basiskenntnisse in MS Word, MS Paint, MS Excel, E-Mail-

und Internetanwendungen. Zum Abschluss wurde ein gemeinsames Buch gestaltet, das die ›Stories of our Grandparents‹ 7 europäischer Länder enthält.

Projekträger:

DAFF – Dachverband der burgenländischen Frauen-, Mädchen- und Familienberatungsstellen, Frauenberatungsstelle Oberpullendorf, Spitalstraße 11, 7350 Oberpullendorf
Telefon: 02612 / 42905
office[at]frauen-op.at

Ansprechperson:

Doris Horvath, [doris.horvath\[at\]frauen-op.at](mailto:doris.horvath[at]frauen-op.at)
www.frauendachverband.at/index.php?id=53

Projektname: Seniorenbörsen

Region: Vorarlberg

Geringer Mitgliedsbeitrag

Beschreibung und Aktivitäten: Seit 2000 sind in 18 Vorarlberger Gemeinden privat organisierte und selbständig geführte Senior/innenbörsen entstanden. Engagierte ältere Menschen helfen dabei anderen vor Ort ehrenamtlich bei alltäglichen Aufgaben nach dem Motto „Hilfe annehmen oder geben“:

Information und Vernetzung:

Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Gesellschaft, Soziales und Integration (IVa), Fachbereich Senioren und Pflegevorsorge, Römerstraße 15, 6901 Bregenz

www.vorarlberg.at/senioren

www.vorarlberg.at/pdf/seniorenboerse-broschuere.pdf

Projektname: Zeitbank 55+

Region: Oberösterreich

Geringer Mitgliedsbeitrag

Beschreibung und Aktivitäten: In diesem Modell haben ältere Menschen die Möglichkeit, ihre lebenslang erworbenen Fähigkeiten einzubringen. Ehrenamtliche Nachbarschaftshilfen werden in Form von Zeitchecks getauscht. Der Austausch Hilfe gegen Zeit wird über ein eigenes Zeitverrechnungssystem abgewickelt. Ziel der ZeitBank55+ ist, dass die Vereinsmitglieder so lange wie möglich selbstständig bleiben und in der vertrauten Umgebung eine hohe Lebensqualität genießen können.

Beispiele zum Thema Internet & Co. sind Schulungen durch *A1 Internet für Alle on Tour* oder Tabletschulung direkt im Hartlauser Geschäft in Mattighofen der Zeitbank-Gruppe aus Lengau.

Derzeit gibt es 35 Vereine mit über 900 Mitgliedern. Davon 28 Vereine in Österreich.

Information und Vernetzung:

Dachverband ZEITBANK 55+, Margit Hoffmann-Derflinger, Panoramaweg 1, 4553 Schlierbach

Telefon: 07582 / 82123-87

hoffmann-derflinger[at]spes.co.at

www.zeitbank.at

Projektname: points4action – Begegnung von Jung und Alt

Region: Graz

Kostenlos

Beschreibung und Aktivitäten: Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren besuchen Senior/innen in 16 Seniorenheimen in Graz und gestalten gemeinsam Freizeitangebote. Sie beraten u.a. auch zu PC- und Internetaktivitäten. Dabei werden Points in einem Sammelpass eingetragen, die dann an verschiedensten Stellen vom Café bis zur Buchhandlung von den Jugendlichen eingelöst werden können.

Projektträger:

Amt für Jugend u. Familie,

Kaiserfeldg. 25, 3. Stock, Zi 310

8010 Graz

cornel.gmeiner[at]stadt.graz.at

Telefon: 0316 / 872-3193

points4action.at

6. Exemplarische Angebote & Projekte International

Zusammenschau:

- Einige Länder, wie Norwegen und Schweden, setzen breit **verankerte, umfassende und mehrjährige Initiativen** speziell für Senior/innen um.
- Hauptsächliche Inhalte der Maßnahmen sind **kostenlose Schulungen**.
- Viele Schulungsinitiativen **nutzen Ehrenamtliche und Jugendliche** nach einer Einschulung als **Trainer/innen**.
- In einigen Ländern gibt es meist nur **regional begrenzte Aktivitäten** für Senior/innen (z.B. Deutschland).
- Senior/innen werden auch über „**Offliner**“-Initiativen **angesprochen**, wo sie die größte Personengruppe darstellen.
- Die meisten Maßnahmen/Initiativen zielen auf **Unterstützung bei der ersten Nutzung**, Wissensvermittlung durch Schulungen und **einfachere Zugangsmöglichkeiten** z.B. in Bibliotheken, Senioren- und Wohnheimen.
- **Kostenloser Internet-Zugang oder kostenlose Geräte-Bereitstellung** für Senior/innen (in ihren Haushalten/Zimmern) wurde kaum eingesetzt.
- Innovative Ansätze in anderen Ländern sind z.B. spezifische Maßnahmen für die größte Offliner-Gruppe, den Frauen über 65 Jahre (www.pcfrauen.de), nationale Aktionstage oder -wochen für Senior/innen (www.simbioza.eu/en/2013), (www.vtkl.fi/fin/seniorsurf), Aufbau und Nutzung von landesweiten Schulungszentren für Einführungen (www.ukonlinecentres.com), Senior/innen schulen Senior/innen (www.entersenior.fi) und eine Telefon-Helpline für Senior/innen (www.necseniors.net.au).
- **Fundierte Datengrundlagen fehlen meist**, die Ergebnisse und Erfahrungen der Projekte sind selten dokumentiert oder evaluiert.

Die Erhebung der Maßnahmen in anderen Ländern basiert auf bestehenden Kontakten, Recherchen und Rückmeldungen auf ein Mailing an europäische Partner des Insafe-Netzwerkes, das über 25 Länder umfasst. Erhebungszeitraum war Dezember 2013 und Jänner 2014.

6.1 Exemplarische Angebote und Projekte in Europa

Deutschland

In Deutschland gibt es zahlreiche Initiativen und Maßnahmen für Senior/innen. Die meisten sind regional begrenzt, eine koordinierte bundesweite Initiative für Senior/innen gibt es derzeit nicht. Eine Übersicht zahlreicher Projekte bietet die Stiftung Digitale Chancen unter www.digitale-chancen.de/content/projects/index.cfm/secid.14

Im Folgenden sind einige exemplarische bzw. innovative Maßnahmen dargestellt:

Projektname: Senior-Internet-Initiativen in Baden-Württemberg

Beschreibung und Aktivitäten: Der Verein bietet Kurse und Veranstaltungen zu Internet-Themen, wie z.B. Senior-Internet-Helfer als Technik-Botschafter – Social Media und mobiles Internet vermittelt von Älteren für Ältere.

www.netzwerk-sii-bw.de

Projektname: Senioren ins Netz (55+)

Beschreibung und Aktivitäten: Senioren ins Netz wurde im Jahr 2000 in der Stadt Jülich gegründet und bietet Schulungen und Veranstaltungen zur Computer- und Internetnutzung. Weiters werden PC-Sprechstunden, kreative Projekte wie ein Kochbuch schreiben und gestalten, Surftreffs und ehrenamtlicher PC-Heim-Service angeboten.

www.juelich.de/seniorensnetz

Projektname: Tablet-PCs für Seniorinnen und Senioren

Beschreibung und Aktivitäten: Seit dem Frühjahr 2012 führt das Mobilfunkunternehmen E-Plus gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen das Projekt Tablet-PCs für Seniorinnen und Senioren durch. E-Plus und die Stiftung Digitale Chancen setzen sich mit dem Projekt dafür ein, Berührungängste mit der neuen Technologie abzubauen. E-Plus stellt hierzu Seniorinnen und Senioren aus verschiedenen Städten Deutschlands kostenfrei für zwölf Monate Tablet-PCs mit einer Internetflatrate zur Verfügung. Die Stiftung Digitale Chancen betreut das Projekt und evaluiert begleitend, wie Tablets älteren Menschen den Einstieg in die Internetnutzung und den Anschluss an die digitale Gesellschaft erleichtern. An insgesamt acht Standorten wurde die erste Phase des Projekts „BASE Tabs für Seniorinnen und Senioren“ in Seniorenwohneinrichtungen und Seniorencomputerclubs erfolgreich durchgeführt

www.digitale-chancen.de/tabletpcs

Projektname: Internetcafé für Senior/innen

Beschreibung und Aktivitäten: In einem ersten Schritt werden über Schulungen rudimentäre Computerkenntnisse (Word, Excel,...) vermittelt, danach die Bedienung von Suchmaschinen, Onlineshops, Internetbanking und Skype. Wichtiges Ziel ist der langsame Abbau von Berührungängsten. Es gibt in Deutschland viele lokale oder regionale Internetcafé-Projekte für Senior/innen von verschiedenen Organisationen.

<http://i4s.de>

Projektname: Computer- und Internetknowhow für Frauen ab 65

Beschreibung und Aktivitäten: Der Verein Frauen und neue Medien e.V. bietet seit 1998 Kurse von Frauen für Frauen an, die mit dem Computer im Beruf, Alltag oder in der Schule umgehen wollen. In kleinen Gruppen mit maximal acht Teilnehmerinnen lehren EDV-Dozent/innen den Umgang mit den neuen Medien. Das Projekt bietet neben Anfängerkursen auch Fortgeschrittenenkurse an. Es werden Vorträge gehalten und Workshops durchgeführt. Gezielt für ältere Teilnehmerinnen bietet das Projekt passende Kurse mit verlangsamtem Lerntempo an, sowohl in einzelnen Terminen als auch mehrteiligen Kursen. Weiterhin gibt es Kurse zur Verwendung von Digitalkameras und Bildbearbeitung und Interessenten erhalten Tipps für den Kauf eigener Laptops oder PCs. Arbeitsmaterialien werden in großer Schrift zur Verfügung gestellt.

www.pcfrauen.de

Projektname: Silver Surfer Rheinland-Pfalz

Beschreibung und Aktivitäten: Unter dem Motto „Sicher Online im Alter“ werden Schulungen für Senior/innen in Kooperation mit Volkshochschulen im Bundesland Rheinland-Pfalz angeboten, wobei ein Schwerpunkt auf der sicheren Internet-Nutzung liegt.

www.silversurfer-rlp.de

Finnland

Projektname: SeniorSurf Day

Beschreibung und Aktivitäten: Landesweiter Aktionstag für Senior/innen in Bibliotheken in ganz Finnland mit einem jährlichen Themenschwerpunkt. Erstmals 2013 veranstaltet.

www.vtkl.fi/fin/seniorsurf

Projektname: Enter Senior

Beschreibung und Aktivitäten: Die Vereinigung von älteren Menschen, die sich für moderne Informationstechnologien und das Internet engagieren, organisiert Einführungen und Hilfe für Senior/innen, die das Internet nutzen wollen durch ehrenamtliche Mitarbeiter/innen.

www.entersenior.fi

Großbritannien

Projektname: Go On UK

Beschreibung und Aktivitäten: Go On UK ist eine Initiative von Unternehmen, um die Basiskenntnisse der rund 21% Offliner in Großbritannien im Bereich Computer- und Internet-Nutzung durch ein breites Spektrum von Maßnahmen zu erhöhen. Die Initiative umfasst auch Senior/innen als größte Gruppe der Nicht-Nutzer/innen. Maßnahmen umfassen dabei Schulungen, Roadshows, Events in ganz Großbritannien an rund 6.000 Schulungsorten („UK Online Centres“) und Schwerpunktsetzungen in verschiedenen Landesteilen. Ein Schwerpunkt der Verwaltung sind spezielle Aktivitäten, um Offliner an Online-Dienste (E-Government) heranzuführen. Weiters unterstützen sogenannte „Digital Champions“ Offliner beim Einstieg ins Internet.

www.go-on.co.uk

www.ukonlinecentres.com

Projektname: AgeUK

Beschreibung und Aktivitäten: AgeUK ist ebenfalls eine nationale Kampagne, um ältere Menschen zu motivieren, das Internet zu nutzen und Grundkenntnisse zu vermitteln. Genutzt werden dabei auch die rund 6.000 Schulungsorte, die über die „UK Online Centres“ vernetzt sind.

www.ageuk.org.uk/work-and-learning/technology-and-internet

Projektname: Helping People get Online

Beschreibung und Aktivitäten: Das Projekt ist eine Initiative von der British Telecom und bietet in ganz Großbritannien kostenlose Kurzurse zum Einstieg ins Internet an.

www.btplc.com/Betterfuture/ConnectedSociety/Creatingpossibilities/Helpingpeoplegetonline/index.htm

Italien

Projektname: Eldy's intergenerational projects

Beschreibung und Aktivitäten: Rund 10.000 Schüler/innen haben auf freiwilliger Basis rund 10.000 Senior/innen im Umgang mit Computer und Internet (v.a. E-Mail, Surfen, Videotelefonieren) unterrichtet. Als Hilfsmittel wurde dabei die Lernsoftware *Eldy* eingesetzt. Finanziert wurde das Projekt durch das Sozialministerium, andere Behörden und Unternehmen.

www.eldy.eu/progetti/eldys-intergenerational-projects

Lettland

Projektname: Conect, Latvia!

Beschreibung und Aktivitäten: *Conect, Latvia!* ist eine nationale Initiative des lettischen Telekomunternehmens Lattelecom und bietet Menschen über 50 Jahren Internetkurse, die unter anderem von EDV-Lehrer/innen unterrichtet werden. 2012 nahmen rund 6.000 Menschen an diesen Kursen teil.

http://en.wikipedia.org/wiki/Lattelecom#Connect.2C_Latvia.21

Norwegen

Projektname: Seniornett

Beschreibung und Aktivitäten: *Seniornett* ist eine 1997 gegründete NGO, um Senior/innen über 55 an moderne Informationstechnologien heranzuführen.

Derzeit umfasst Seniornett rund 130 regionale Clubs mit rund 7.000 Mitgliedern. Neben Kursen, werden auch Schulungsmaterialien bereitgestellt. Meist werden Seniorenzentren und Vereinssitze als Schulungsorte und Treffpunkte genutzt.

www.seniornett.no

Schweden

Projektname: Digidel

Beschreibung und Aktivitäten: Digidel ist eine nationale Initiative von NGOs, Unternehmen und der öffentlichen Hand, um Offliner mit einem Schwerpunkt auf älteren Menschen, an

das Internet heranzuführen. Geboten werden Kurse, Hilfestellungen und Inspiration zur Nutzung des Internet.

www.digidel.se/eng

Projektname: Seniornet

Beschreibung und Aktivitäten: Seniornet organisiert Computer/Internet-Kurse in Kooperation mit Büchereien und Bibliotheken in ganz Schweden.

www.seniornet.se

Schweiz

Projektname: Seniorweb

Beschreibung und Aktivitäten: Seniorweb ist das schweizerische E-Inclusion Netzwerk und hat verschiedene Projekte für und mit Senior/innen umgesetzt, wie z.B. das Projekt Sorglos PC.

www.seniorweb.ch

www.einclusion.ch/de/e-inclusion-ch/massnahmen-und-projekte.html

Slowenien

Projektname: Simbioza

Beschreibung und Aktivitäten: Kostenlose Computerkurse in ganz Slowenien im Rahmen einer Aktionswoche. Jüngere Menschen schulen dabei die ältere Generation im Umgang mit Computern und mobilen Geräten. Ehrenschutz durch führende slowenische Politiker bzw. die slowenische Regierung.

www.simbioza.eu/en/2013

EU-PROJEKTE

Von Seiten der EU bzw. der EU-Kommission gibt es ebenfalls Initiativen für Senior/innen. Einerseits über die digitale Agenda mit dem Schwerpunkt „Policies for Ageing well with ICT“
<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/policies-ageing-well-ict>

Weiters über das „Connecting Europe Facility“ Programm, das Maßnahmen und Investitionen im Technologiebereich vorgibt. Ziele sind u.a. schnelle Breitbandnetze und europaweit digitale Dienste zu unterstützen.

<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connecting-europe-facility>

Darüber hinaus gibt es auch EU-geförderte Projekte (meist Pilotprojekte) im Themenbereich Internet und Senior/innen z.B.:

Projektname: Europäische Senioren Online Akademie (ESOA)

Beschreibung und Aktivitäten: Die ESOA bietet Kurse im Computer/Internetbereich an. Neben Vorort-Seminaren zu verschiedenen gesellschaftspolitischen Themen werden auch Onlinekurse angeboten. Somit lernen Senior/innen gleichzeitig auch den Umgang mit dem Computer, selbst wenn sie sich mit einem ganz anderen Thema beschäftigten. Auch hier wird auf intergeneracionales Lernen/Lehren gesetzt.

Ein Programm des Projektes heißt „Geschichte(n) in Europa erzählen“: strukturiertes, didaktisch angeleitetes Erzählen, Interviews, autobiographische Zeugnisse und Tagebücher sollen Leben und Geschichte(n) in Europa thematisieren und in einem Erzählarchiv bewahrt werden.

www.europa-senioren.eu/UEber-uns.100.0.html

Projektname: Peer Dare to be wise! Digital peer learning for adults 50+

Beschreibung und Aktivitäten: Landkarte von 50plus-Plattformen in EU27 (<http://peer-learning-50plus.eu/fiftyplusplatform/list>) sowie Erstellung des Leitfadens: „In zehn Schritten zu aktiverer Beteiligung von Älteren auf sozialen Plattformen – Leitlinien für Betreiber/innen von 50plus-Plattformen und Seniorenuniversitäten“.

http://peer-learning-50plus.eu/object/publication/92/attach/PEER_D5_Guidelines_DE.pdf

<http://peer-learning-50plus.eu>

Projektname: Teddybear-Projekt

Beschreibung und Aktivitäten: Das Projekt wurde im Rahmen einer Grundtvig Lernpartnerschaft durchgeführt und ist ein Projekt zu intergenerationalem Lernen. Durchgeführt von Partnern in England, Italien und Finnland. Senior/innen (50+) gehen in Volkshochschulen, um dort Geschichten aus ihrem Leben zu erzählen. Die Kinder hören zu und

dürfen Fragen stellen. Danach erklären die Kinder den Senior/innen das Internet und zeigen ihnen Spiele.

http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/grundtvig/success-stories_en.pdf

Projektname: TAO – Third Age Online Project

Beschreibung und Aktivitäten: Das Ziel von TAO ist es Methoden und Strategien zu entwickeln, um Senior/innen die Nutzung des Internet und vor allem von Online-Communities leichter zu ermöglichen.

www.thirdageonline.eu/project-tao-2

Projektname: CARER+

Beschreibung und Aktivitäten: Die Projektpartnerschaft wird von IFEF: Institute for Vocational Training of Household Employers in France geleitet und umfasst vierzehn Organisationen aus acht EU-Mitgliedsstaaten. Ziel des CARER+ Projekts ist es, im Pflegebereich tätige Personen innerhalb der EU mit der notwendigen digitalen Kompetenz auszustatten, die es ihnen ermöglicht ältere Menschen bei der Nutzung von IT- und AAL-Technologien zu unterstützen sowie mehr und vielfältigere Chancen für EU-weite Mobilität, Employability sowie ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu erhalten.

Österreichischer Projektpartner ist die 3s Unternehmensberatung GmbH (<http://3s.co.at>).

<http://carerplus.eu>

Projektname: Ubiquitous Information for Seniors Life (UISEL)

Beschreibung und Aktivitäten: Grenzenlose Informationen für Senior/innen. Ziel ist es, den Inhalt und die Qualität der Weiterbildung für Erwachsenen- und Senior/innen-Bildner/innen zu verbessern, insbesondere hinsichtlich des Nutzens mobiler Technologien und damit die Unabhängigkeit und individuelle Handlungsfähigkeit älterer Menschen durch die Nutzung mobiler Technologien zu stärken. Folgende Module sind geplant: E-Government, E-Banking, E-Health, E-Interaktion, E-Information und E-Medien. Österreichischer Projektpartner ist das Institut für Soziologie der Universität Wien.

<http://uisel.eu/de>

6.2 Exemplarische Angebote und Projekte international

Australien

Projektname: Broadband for Seniors

Beschreibung und Aktivitäten: Finanziert durch die australische Regierung gibt es im ganzen Land Computerlernzentren (in Bibliotheken, Seniorenheimen, Gemeindezentren) für Senior/innen (50+), in denen kostenlose Computer- und Internet-Trainings angeboten werden. Die Schulungen werden von Freiwilligen, die eine eigene Schulung erhalten haben, durchgeführt. Die Trainings wurden speziell für Senior/innen entwickelt. Außerdem gibt es Onlinekurse, die die Senior/innen begleitend und weiterführend absolvieren können. Monatlich werden Kursinhalte und -termine veröffentlicht und das Neueste aus der Computer- und Internetwelt senior/innengerecht aufbereitet. Zusätzlich gibt es noch eine Telefon-Helpline für Teilnehmer/innen und freiwillige Trainer/innen.

www.necseniors.net.au

Neuseeland

Projektname : SeniorNet

Beschreibung und Aktivitäten: SeniorNet ist ein kommunales Schulungsnetzwerk, das Menschen über 50 dazu ermutigen möchte, neue Technologien in ihren Alltag zu integrieren. SeniorNet hat in ganz Neuseeland Schulungszentren, die alle eine umfassende Auswahl an Kursen (bis zu 20 Themen von Computerverwendung, soziale Netzwerke bis Online-Banking) anbieten.

www.seniornet.co.nz

USA

Projektname: EveryOneOn

Beschreibung und Aktivitäten: EveryOneOn ist die nationale Offliner-Initiative der USA (US-Regierung in Kooperation mit Privatwirtschaft) mit einem Schwerpunkt auf lokal angebotenen Internetschulungen und Informationen zu den Nutzungsmöglichkeiten des Internet. Das Projekt spricht auch Senior/innen als größte Offliner-Gruppe an. Themenschwerpunkte sind Internet-Einstieg, Internet-Nutzung, sichere Internet-Nutzung und Arbeitsplatzsuche über Internet.

www.everyoneon.org

Projektname: Cyber-Seniors

Beschreibung und Aktivitäten: Cyber-Seniors – The Film. Die herzerwärmende, humorvolle Dokumentation begleitet die abenteuerliche Reise einer bunten Senior/innen-Gruppe durch die neue Welt des Internets. Begleitet werden die Senior/Innen dabei von Jugendlichen, was zeigt, wie einfach der Generationen-Gap überbrückt werden kann. „Cyber-Seniors“ beweist, dass niemand zu alt ist, um „online zu gehen“.

cyberseniorsdocumentary.com

7. Maßnahmen zur Förderung von E-Inclusion bei Senior/innen

Dieses Kapitel führt zahlreiche Empfehlungen für Initiativen an, die einen Beitrag leisten können, Senior/innen den Einstieg in die Welt des Internet zu erleichtern. Diese Maßnahmen können von der öffentlichen Hand, aber auch von Unternehmen, Interessensvertretungen, NPOs etc. initiiert und umgesetzt werden. Die Kooperation zwischen den Sektoren ist dabei ein entscheidender Erfolgsfaktor.

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 1. Entwicklung und Durchführung regionaler Initiativen stärker fördern |
| Ziele: | <ul style="list-style-type: none"> • die zahlreichen bestehenden regionalen Initiativen fördern, die ältere Menschen bei der Teilhabe an der digitalen Welt unterstützen und • den Start von neuen Initiativen motivieren und ermöglichen. |
| Wirkungsmechanismus: | Schon derzeit gibt es vielfältige, kleinteilig organisierte und oft wenig beachtete Projekte in diesem Bereich. Diese wichtigen Aktivitäten werden gestärkt durch Anerkennung, öffentliche Aufmerksamkeit und kleine Förderungen. |
| Maßnahmen: | <p>Mögliche Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auslobung eines Preises als Anerkennung für besonders engagierte und verdienstvolle Personen aus der Praxis; • Kleinförderungen für Projekte; • institutionalisierte Vernetzung (unter Einbindung von Akteuren aus verwandten Bereichen, die wertvolle Erfahrungen einbringen können, wie z.B. Ehrenamt, Gesundheitsförderung, Weiterbildung, Bildung im Altern). <p>Dabei wird auf konkrete Erfahrungen des Sozialministeriums aus den letzten Jahren im Bereich Freiwilligenarbeit zurückgegriffen.</p> |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit mit Regionalentwicklungsinitiativen und Stakeholdern wie Gemeindebund etc., die über Erfahrung in der lokalen Ausrichtung von Initiativen verfügen; • unbürokratische Abwicklung für die Betroffenen; • Bei Förderungen: zumindest mittelfristige Planungssicherheit bei Initiativen schaffen, die schon bewiesen haben, dass sie erfolgreich Projekte umsetzen können; • Vernetzung immer auch mit Weiterbildung koppeln (erleichtert in der Praxis oft die Bereitschaft der Arbeitgeberseite für die Teilnahme an derartigen Veranstaltungen). |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 2. Maßnahmen der Qualitätssicherung bzw. -Entwicklung |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Qualität der Bildungsangebote |
| Wirkungsmechanismus: | Durch Professionalisierungsmaßnahmen wie Weiterbildung und die Entwicklung eines Praktiker/innen-Netzwerks werden die Qualität der Angebote gesteigert und Qualitätsstandards etabliert. |
| Maßnahmen: | <p>Entwicklung von Qualitätskriterien für Bildungsangebote. Entwicklung und Umsetzung eines kompakten Lehrgangs für Erwachsenenbildner/innen, Trainer/innen, Coaches etc. zum Thema „digitale Medien und Senior/innen“.</p> <p>Der Lehrgang wird von einer Online-Community von Interessent/innen und Absolvent/innen begleitet mit den Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungsaustausch • „Matching“ von Anbietern und Trainer/innen |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Ausreichende Maßnahmen zur Sicherstellung eines guten Rufs des Lehrgangs (z.B. Kooperation mit etablierten Anbietern, Ausstellung eines Zertifikats etc.) • Vermeidung von Konkurrenz-Situationen • Konkreter Mehrwert der Teilnehmer/innen • Zertifizierung |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 3. Unternehmerische Initiativen für die Zielgruppe Senior/innen fördern |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen, die die Anforderungen von älteren Menschen besonders ernst nehmen bzw. innovative Leistungen anbieten, auszeichnen |
| Wirkungsmechanismus: | <p>Es ist anzunehmen, dass die Sicherstellung von E-Inclusion-Angeboten immer auch eine Aufgabe der öffentlichen Hand bleiben wird. Es kann aber auch ein wirkungsvoller Ansatz sein, unternehmerische Initiative gezielt zu fördern, um Waren und Dienstleistungen für ältere Menschen zu entwickeln.</p> <p>Durch die Erzeugung von (öffentlicher) Aufmerksamkeit für mögliche Geschäftsmodelle setzen sich Unternehmen und Gründer/innen mit der Entwicklung geeigneter Produkte auseinander.</p> <p>Es wird ein Beitrag geleistet, etwaige Vorurteile, dass ältere Zielgruppen ökonomisch zu wenig relevant sind, zu relativieren. Ein Nebeneffekt kann die Ermutigung von Senior/innen sein, als Konsument/innen selbst zielgruppengerechte Leistungen einzufordern</p> |

| | |
|-------------------------|---|
| Maßnahmen: | <ul style="list-style-type: none"> • Beauftragung einer Studie, die die ökonomische Relevanz der Zielgruppe Senior/innen aufzeigt. Viele Marketingaktivitäten schließen ältere Menschen aufgrund ihrer angeblichen fehlenden ökonomischen Relevanz a priori aus. • An Unternehmen, die den Anforderungen und Bedürfnissen von älteren Menschen in besonders glaubwürdiger und innovativer Weise entgegen kommen, werden Auszeichnungen vergeben. Eine Unterteilung des Preises in „reguläre Produkte“ bzw. „Corporate Social Responsibility (CSR)-Aktivitäten“ ist denkbar. • Es wird ein finanziell dotierter Sonderpreis ausgelobt, für Businesspläne von geplanten oder gerade neu gegründeten Unternehmen (Start-ups) in diesem Bereich. • Aufzeigen von Best-Practice-Beispielen mit für die Zielgruppe Senior/innen besonders sinnvollen Kooperationen zwischen Unternehmen und Bildungseinrichtungen (z.B. bei der Ausstattung mit Hard- und Software) |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Mediale Verbreitung |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 4. Öffentlichkeitsarbeit, Medienkampagnen |
| Ziele: | <ul style="list-style-type: none"> • bei älteren Menschen das Interesse an digitalen Medien wecken; • Mut für einen Einstieg machen; • über erste Schritte informieren (unter welcher Telefonnummer erhalte ich weitere Informationen etc.). |
| Wirkungsmechanismus: | Ältere Menschen direkt ansprechen und Stakeholder dahingehend beeinflussen, dass Senior/innen eine wichtige Zielgruppe sind. |
| Maßnahmen: | <ul style="list-style-type: none"> • Medienkampagnen, Medienkooperationen; • österreichweiter Aktionstag „Mein erster Tag im Netz“, internationale Beispiele (www.simbioza.eu/en/2013), (www.vtkl.fi/fin/seniorsurf) • Integration in einen ORF-Themenschwerpunkt zum Thema „Alternde Gesellschaft“, Inklusion etc. • ... <p>Mögliche Partner: Internetoffensive, ISPA, Kompetenzzentrum Internetgesellschaft, Internetserviceprovider, Telekom-Anbieter, BildungstV – ein Service der Education Group, futurezone.at, etc.</p> |

| | |
|-------------------------|--|
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Es werden ältere Menschen gezeigt, wie sie selbst mit Freude und Kompetenz mit digitalen Medien umgehen (ohne auf fremde Hilfe angewiesen zu sein); kein problematisierender Zugang, um „erlernte Hilflosigkeit“ zu vermeiden. |
|-------------------------|--|

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 5. Niederschwellige Zugangsmöglichkeiten schaffen |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • erste Berührungspunkte mit dem Internet erleichtern |
| Wirkungsmechanismus: | Internet-Zugang wird dort bereitgestellt, wo Senior/innen gut zu erreichen sind. Ein erstes, begleitetes, unverbindliches Ausprobieren steht im Mittelpunkt. |
| Maßnahmen | <ul style="list-style-type: none"> • Zurverfügungstellung von Hard- und Software mit Support z. B. in Senior/innen-Wohnheimen, Shopping-Center, Bibliotheken, Parks etc. Internationale Beispiele: <i>www.seniornett.no, www.necseniors.net.au;</i> • Zurverfügungstellung eines Leitfadens für Verkauf & Support sowie eines Weiterbildungsangebotes für das Verkaufs- und Servicehotline-Personals z.B. halbjährliche Schulungen; • Bereitstellen oder öffnen von bestehenden Schulungsräumlichkeiten als Internet-Zugangsorte für Senior/innen. Internationale Beispiele: <i>www.ukonlinecentres.com, www.seniornet.co.nz.</i> |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • gut ausgebildeter Support |

| | |
|-----------------------------|---|
| Bezeichnung: | 6. Entwicklung zielgruppengerechter Inhalte fördern |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit von zielgruppengerecht aufbereiteten Inhalten für Senior/innen |
| Wirkungsmechanismus: | Viele verfügbare Anleitungen und Erklärhilfen gehen nicht auf die besonderen Anforderungen der Zielgruppe Senior/innen ein. Durch geeignete Angebote sollen Möglichkeiten der Hilfe zur Selbsthilfe erweitert werden. |
| Maßnahmen: | Förderung der Entwicklung von Inhalten, wie z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Schritt-für-Schritt-Anleitungen • Erklär-Videos • Infografiken • Broschüren |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • geeigneter Mittelweg zwischen konkreten Anleitungen und produktunabhängigen Informationen |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 7. Telefon-Hilfe |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • rasche, kompetente und individuelle Auskunft für Senior/innen rund um den Einstieg ins Internet |
| Wirkungsmechanismus: | Nichtnutzer/innen und Neueinsteiger können das Internet noch nicht als Informationsquelle nutzen. Die Telefonhotline ist eine für die Zielgruppe geeignete Alternative. |
| Kurzkonzept: | <p>Die Betreiber der Hotline geben Auskunft über Fragestellungen wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie komme ich zu einem Internetzugang? - Welche Art des Internetzugangs ist für mich am geeignetsten? - Wo kann ich mich darüber informieren? - Wo kann ich ein Endgerät kaufen? - Wer hilft mir bei der Installation weiter? - Welche Bildungsangebote gibt es? <p>Konkreter Produktsupport wird nicht angeboten. Die Aufgabe der Hotline ist eine erste Unterstützung bei der Problemlösung bzw. vermittelt an die geeigneten Stellen.</p> <p>In einem ersten Ausbauschnitt kann die Hotline nur an ausgewählten Tagen zu bestimmten Stunden betrieben werden. Bei der Bewerbung der Hotline ist auf die Anforderungen der Zielgruppe besondere Rücksicht zu nehmen.</p> <p>Internationales Beispiel: www.necseniors.net.au</p> |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Ausgebildete Berater/innen mit Kompetenzen im Umgang mit der Zielgruppe und in der Telefonberatung sowie mit Technikaffinität |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 8. Weiterbildungsdatenbank „Einstieg ins Netz“ |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Aktuellen österreichweiten Überblick über Weiterbildungsangebote rund um den Einstieg ins Internet anbieten |
| Wirkungsmechanismus: | <p>Senior/innen und Offliner generell haben oft die Frage, wo es Kurse und sonstige Weiterbildungsangebote für sie gibt.</p> <p>Die Datenbank soll v.a. auch Multiplikator/innen (z.B. Bildungsberatung) zugutekommen.</p> |
| Maßnahmen: | Erstellung und regelmäßige Wartung einer Datenbank mit Weiterbildungsangeboten für Offliner |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Der Betreiber der Datenbank, die natürlich auch online verfügbar ist, gibt Interessent/innen auch telefonisch |

| | |
|--|---|
| | <p>Auskünfte über relevante Angebote</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Wartung • Bewerbung der Datenbank v.a. bei der Bildungsberatung |
|--|---|

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 9. Einrichtung von Gerätetest-Stellen |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Älteren Menschen das unverbindliche Ausprobieren von Geräten wie Tablets, Smartphones etc. zu ermöglichen |
| Wirkungsmechanismus: | Zielgruppe kann damit besser einschätzen, ob das Gerät für sie sinnvoll ist. In der Regel steigt die Attraktivität eines Geräts, sobald es einmal in der Praxis ausprobiert wurde. |
| Maßnahmen: | Entwicklung einer Gerätetest-Stelle (z.B. in Kooperation mit Büchereien). Internationales Beispiel: www.digitale-chancen.de/tabletpcs |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Breite Streuung, auch in ländlichen Bereichen • Kompetente Ansprechpartner vor Ort |

| | |
|-----------------------------|---|
| Bezeichnung: | 10. Urkunde für „Digital Champions“ bereitstellen |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Einzelpersonen, die anderen beim Einstieg ins Internet helfen, Anerkennung zuteil kommen lassen. |
| Wirkungsmechanismus: | Gemeinden etc. unterstützen bei der Auszeichnung von Personen, die sich bei der Unterstützung von Neueinsteiger/innen ins Internet verdient gemacht haben. Die Verleihung kann dann z.B. in der Gemeindezeitung veröffentlicht werden und ist eine große Anerkennung für die Betroffenen. |
| Maßnahmen: | Eine zentrale Stelle, z.B. im Auftrag des BMASK, stellt für Gemeinden und alle Interessierten kostenlose Urkunden zur Verfügung, die personalisiert werden können. |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Bewerbung des Angebots |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 11. „CEO-Koalition“ initiieren |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Große Unternehmen bieten Unterstützung für „Noch Nicht-Nutzer“ (Offliner) |
| Wirkungsmechanismus: | Private Mittel werden für E-Inclusion-Maßnahmen genützt. Bewusstseinsbildung für die Zielgruppe Senior/innen in den Unternehmen. |
| Maßnahmen: | <ul style="list-style-type: none"> • Senior/innen können Testgeräte ausprobieren • Unternehmen kooperieren mit relevanten Bildungseinrichtungen und -initiativen |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Pensionisten-Initiative („Peer-Education“): Kompetente Pensionisten der beteiligten Unternehmen bieten Coaching etc. für ältere Menschen zu digitalen Medien an. Ein Teil der Kosten (Vermittlungsplattform, Honorare) wird von den Unternehmen getragen, eine Teil von der Zielgruppe. Die Unternehmen nutzen diese Initiative als CSR- und HR-Maßnahme. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Hochrangige politische Vertreter unterstützen die Initiative |

| | |
|-----------------------------|---|
| Bezeichnung: | 12. Zuschussleistung zum Internetentgelt |
| Ziele: | <ul style="list-style-type: none"> • Anwendbarkeit des Zuschusses zum Fernsprechentgelt auf Internetzugang |
| Wirkungsmechanismus: | Sozial schwache Personen, bei denen die Kostenfrage eine Einstiegshürde sein kann, werden unterstützt. |
| Kurzkonzept: | <p>Ausweitung des bestehenden Systems des Zuschusses zum Fernsprechentgelt auf Internet.</p> <p>Nach Auskunft der GIS, entgegen tlw. anders lautenden Informationen, gibt es das derzeit nicht.</p> |
| Erfolgsfaktoren: | <ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung der Ausweitung |

| | |
|-----------------------------|--|
| Bezeichnung: | 13. Entwicklungsorientierte Studien zur Wirksamkeit von Maßnahmen durchführen |
| Ziel: | <ul style="list-style-type: none"> • Fundierte Datengrundlagen schaffen, welche Art von Maßnahmen zielführend sind |
| Wirkungsmechanismus: | Objektive Entscheidungsgrundlage für Fördermaßnahmen |
| Kurzkonzept: | Es geht weniger um die Beurteilung von einzelnen Institutionen, sondern um die Art der Maßnahmen. Dies ist bei der Auswahl der zu evaluierenden Initiative zu berücksichtigen. |
| Erfolgsfaktoren: | Durchführung durch Expert/innen, die mit dem Thema Senior/innen und Internet vertraut sind |

8. Literaturverzeichnis

A1 Seniorenstudie zu Internet, Handy & Co, 2014: Oma und Opa sind internetfit.

Online am 05.06.2014 unter

www.a1.net/newsroom/2014/03/oma-und-opa-sind-internet-fit

Amann, Anton (2014): Der BundesseniorenInnenplan im Lichte gesamtheitlicher Altersforschung – Zum Postulat vernetzter Erkenntnisse. BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/4/7/6/CH2229/CMS1218014040042/bundessenioreninnenplanvernetzung.pdf

Arbeitsgruppe Weiter Bildung im Alter (2007): Weiter Bildung im Alter. Position und Perspektiven.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/weiter_bildung_im_alter.positionen_und_perspektiven.pdf

Bundeskanzleramt (2013): Arbeitsprogramm der österreichischen Bundesregierung 2013 – 2018. Erfolgreich. Österreich.

Online am 05.06.2014 unter

www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=53264

BMASK (2013): Altern und Zukunft. Bundesplan für Seniorinnen und Senioren.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at//cms/site/attachments/4/7/6/CH2229/CMS1218014040042/bundesseniorenplan_kompl.pdf

BMASK (2014): Bundesplan für Seniorinnen und Senioren. Querverbindungen „Bildung und lebensbegleitendes Lernen“

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/bildung_im_alter_-_querverbindungen_seniorenplan.pdf

BMUKK, BMWF, BMASK, BMWFJ (2011): LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/strategie_III2020.pdf

Bortz, Jürgen, Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4., überarb. Aufl., Springer Verlag, Heidelberg.

Busemann, Karin (2013): Wer nutzt was im Social Web? In: Media Perspektiven 7-8/2013.

Online am 05.06.2014 unter

www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Busemann.pdf

Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2012): Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys. In: Media Perspektiven 7–8/2012.

Online am 05.06.2014 unter

www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf

Frick, Uwe (2009): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 2.Aufl., Rowohlt Verlag, Hamburg.

Erharter, Doro et al (2014): Smartphones, Tablets, App für Seniorinnen und Senioren, Wien. Online am 05.06.2014 unter

www.mobiseniora.at/sites/default/files/files/TabletsSmartphonesApps-SeniorInnen.pdf

Gehrke, Barbara (Hrsg.) (2008): Expertise. Ältere Menschen und Neue Medien, ecmc, Düsseldorf.

Online am 05.06.2014 unter

www.ecmc.de/teedrei/uploads/media/expertise_deutsch.pdf

Haring, Solveig (2012): Bildungsbedürfnisse älterer Frauen (60+) in Österreich; BMASK; Wien. Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/bildungsbeduerfnisse_aelterer_frauen_in_oe.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 1: Didaktik-Leitfaden für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/didaktikleitfaden_altern_bmaskweb.pdf

Haring, Solveig, Bacher, Herta (2013): Teil 2: Methodenhandbuch für die Bildungsarbeit mit älter werdenden Frauen und Männern; BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/methodenhandbuchaltern_bmaskweb.pdf

Kolland, Franz (2007): Lernbedürfnisse und Lernarrangements von älteren Menschen; BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/8/5/7/CH2233/CMS1218112881779/kolland.lernbeduerfnisse_im_alter%5B1%5D.pdf

Kolland, Franz, Ahmadi, Pegah Hauenschild, Barbara (2009): Bildung, aktives Altern und soziale Teilhabe. Zusammenfassung Studie; BMASK, Wien.

Online am 10.06.2014 unter

www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studie_bildung_aktives_altern_und_soziale_teilhabe_zusammenfassung.pdf

Kolland, Franz; Wanka, Anna, Nentwich, Kathrin (2012): Good Practice in der Seniorenbildung; Studie; BMASK; Wien.

Online am 10.06.2014

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/good_practice_projekte_2012_.pdf

Kölzer, Brigitte (1995): Senioren als Zielgruppe. Kundenorientierung im Handel. Wiesbaden.

Krieb, Christine; Reidl, Andreas (1999): Senioren-Marketing. So erreichen Sie die Zielgruppe der Zukunft. Wien: Ueberreuter Wirtschaft.

Meinungsraum.at (2011): Online-Shopping. Auftragsstudie im Rahmen des E-Commerce-Gütezeichens; Wien.

Mayer-Hentschel, Hanne; Meyer-Hentschel, Gundolf (2004): Seniorenmarketing.

Gnerationsgerechte Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen; BusinessVillage; Göttingen.

ÖIAT (2010): Internet-Senior/innenkurse – Leitfaden für Trainer/innen; BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.saferinternet.at/fuer-seniorinnen

ÖIAT (2012): Von 80 auf 100 Prozent: Internet für alle ÖsterreicherInnen; Studie; Hutchison 3G, Wien.

ÖIAT (2014): Smartphones, Tablets & Co: Studie zur Praxis senior/innengerechter

Produktgestaltung; Studie; BMASK; Wien.

Online am 25.11.2014 unter

www.saferinternet.at/senioren-digitale-welt

Simon, Gertrud, Gerdenitsch, Claudia (2013): Studie geragogisches Grundwissen.

Zusammenfassung; BMASK; Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/factsheet_geragogisches_grundwissen.pdf

Simon, Gertrud; Gerdenitsch, Claudia (2012): Geragogisches Grundwissen. Untersuchung zur Qualitätssicherung für Bildung in der nachberuflichen Lebensphase. Endbericht; BMASK, Wien.

Online am 05.06.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/studiegeragogik.pdf

Statistik Austria: Internetnutzerinnen und Internetnutzer 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/073636.html

Statistik Austria: Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/053945.html

Statistik Austria: Online-Shopper 2003 bis 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/053947.html

Statistik Austria: Online-Shopper, die folgende Waren oder Dienstleistungen für private Zwecke über Internet bestellt haben 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022211.html

Statistik Austria: Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen. Erste Ergebnisse der PIAAC–Erhebung 2011/12

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/piaac/index.html

Statistik Austria: Personen mit E-Government-Nutzung für private Zwecke 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022209.html

Statistik Austria: Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke 2013

Online am 05.06.2014 unter

www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/024571.html

ARD Langzeitstudie Massenmedien: Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung, nach eigenen Angaben der Nutzer, in Minuten/Tag

Online am 05.06.2014 unter

www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=422

Van Eimeren , Birgit/Frees, Beate (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte In: Media Perspektiven 7-8/2012.

Online am 05.06.2014 unter

www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Eimeren_Frees_01.pdf

Van Eimeren, Brigit (2013): „Always on“ – Smartphone, Tablet & Co. Als neue Taktgeber im Netz. In: Media Perspektive 7-8/2013.

Online am 05.06.2014 unter

www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Eimeren.pdf

Waxenegger, Andrea namens der Projektgruppe Lernen im späteren Lebensalter (Hg.)

(2011): Lernen und Bildung im späteren Lebensalter. Leitlinien und Prioritäten 2020. ©

Projektgruppe Lernen im späteren Lebensalter, 2011; für die Artikel: bei den Autoren/innen.

Online am 20.12.2014 unter

www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/lernen_bildung_alter_2020%5b1%5d.pdf

9. Anhang

9.1 Fokusgruppe

Eine Fokusgruppe wurde am 10. März 2014 am *A1 Internet für Alle*-Campus in 1020 Wien durchgeführt. Dauer 1 ½ Stunden, 7 Teilnehmer/innen (2 Männer, 5 Frauen) zwischen 60 und 80 Jahren.

Leitfaden für die Fokusgruppe

NUTZUNG

Wie nutzen Sie Computer, Internet, Smartphone oder Tablet?

Was sind für Sie die wichtigsten Gründe für eine Nutzung von digitalen Medien?

Warum glauben Sie nutzen andere Computer oder Smartphone nicht?

(KAUF)BERATUNG, SUPPORT-SERVICES

Von wem bekommen Sie Unterstützung, wenn Sie Ihr neues Gerät kaufen möchten?

Von wem erwarten Sie sich Unterstützung? Institutionen, Betreiber, Familie... wer kann das sein?

Von wem erwarten Sie es sich, bekommen es aber nicht? (Kinder, Shop, ...)

Woran erkennt man eine gute Unterstützung? Was sind wichtige Eigenschaften von Personen, die Sie unterstützen? (Geduld, ...)

- Spezielle Beratung zu den Vorteilen und Möglichkeiten
- Testgeräte zum Ausprobieren oder vor Ort im Shop
- Unterschiedliche Tarife der Netzbetreiber kennenlernen
- Hilfestellung bei der Inbetriebnahme, Einrichtung des Zugangs

KOSTEN, VERFÜGBARKEIT

Im Vergleich zu Ausgaben für Miete oder Essen, wie viel sind Sie bereit auszugeben?

Ist ein Zugang zum Internet, Breitband-Internet vorhanden? Würden Sie sich mehr kostenlose Zugänge wünschen?

Ist Ihnen ein Tablet oder ein Smartphone zu teuer?

Wie könnten Seniorenhandys, Tablets ausschauen, machen diese überhaupt Sinn?

SCHULUNGSANGEBOTE, BERATUNG, UNTERSTÜTZUNG

Warum haben Sie sich für einen A1-Kurs entschieden? Woran erkennt man einen guten Kurs?

Wie oft und zu welchen Themen wünschen Sie sich Schulungen?

Würden Sie ein Schulungsangebot in Anspruch nehmen, auch wenn es kostenpflichtig wäre?

Was haben Sie schon gemacht, um Ihr Wissen zu vergrößern? Wie kommen Sie zu Informationen?

Wie sind Sie auf das Schulungsangebot von A1 gestoßen?

Nutzen Sie auch andere Kurse? Haben Sie schon andere Kurse zum Thema Internet gemacht?

Welche Angebote würden Sie sich wünschen oder können Sie sich vorstellen, um den Einstieg ins Internet zu erleichtern?

Welche Art von Unterstützung wünschen Sie sich? Wie muss so ein Angebot aussehen, damit Sie am besten profitieren können?

Hätten Sie Interesse an angeleiteten Übungen, die Sie zu Hause durchführen können?

INHALTE, THEMEN, ANWENDUNGEN

Welche Inhalte sind Ihnen am wichtigsten, bei einer Schulung oder einem Beratungsangebot?

Wonach suchen Sie?

Wo liegen die größten Unsicherheiten? Wo wünschen Sie sich mehr Information?

Welche Anwendungen nutzen Sie?

Wie sehr ist Ihnen das Thema Sicherheit ein Anliegen? Was sind Ihre größten Bedenken?

Ist Ihnen das Thema Datenschutz ein Anliegen?

Welche Anwendungen oder Themen sind Ihnen wichtig? Welche Anwendungen würden Sie sich wünschen?

Besteht Interesse nach speziellen Online-Angeboten für Senior/innen?

Welche Anwendungen im Bereich E-Government nutzen Sie?

9.2 Expert/innen-Interviews

Im Zeitraum vom 10. April bis 03. Juli 2014 wurden folgende Interviews mit Expert/innen geführt.

• 10. April 2014

Luise Buchegger, Third Age Coach und LIMA®-Senior/innen-Trainerin

Weiterbildungsreferentin „Neue Medien“ der LIMA®-Senior/innen-Trainer/innen Katholisches Bildungswerk Wien, Ausbilderin beim Third Age Coach-Lehrgang VHS Alsergrund, Senior/innen-Einzelcoaching Gründungsmitglied und stellvertretende Vorsitzende des Vereins Third Age Coach Austria, Mitglied der EURAG - Europäische Arbeitsgemeinschaft „Bund für die ältere Generation Europas, Spezialangebot „Maus zu Haus“.

25. April 2014

Mag.^a Daniela Weinholtz (Verein für Medienarbeit und Generationen): Gründerin und Medienpädagogin

Geschäftsführerin des Vereins für Medienarbeit und Generationen (MuG). Zuvor im Team des Kinderbüros der Universität Wien als Mediencoach am A1 Internet für Alle Campus tätig. Umsetzung von Projekten im Bereich Medienarbeit und Integration. Begleitung und Unterstützung der Generation 50+ im Bereich digitale Medien, Konzipierung und Umsetzung von

medienpädagogischen Workshops für Kinder, Jugendliche und Senior/innen. Im Rahmen des Projekts „*qualitätszeit*“ Ausbildung von Jugendlichen als Mediencoaches.

- **28. April 2014**

Doris Urbanke (VHS Alsergrund): **Programm-Managerin und Bildungsberatung**

Seit mehr als 20 Jahren als Erwachsenenbildnerin tätig. Derzeit an der VHS Alsergrund als Programm-Managerin für die Kursplanung z.B. Third Age Coach-Lehrgang, Campus Digital, EDV-Kurse für Senior/innen etc.; Bildungsberatung zu den Kursangeboten bzw. Zusammenstellung von maßgeschneiderten Kursen, Workshops und Seminaren.

- **29. April 2014**

Ute Paulweber, MAS (Katholisches Bildungswerk Graz-Seckau): **Erwachsenenbildnerin**

Geschäftsführerin des Katholischen Bildungswerks Steiermark und Qualitätsbeauftragte in der Katholischen Aktion der Diözese Graz-Seckau.

- **29. April 2014**

Mag.^a Grete Dorner (Bildungsnetzwerk Steiermark): **Erwachsenenbildnerin und Bildungskordinatorin**

Geschäftsführerin des Bildungsnetzwerkes Steiermark. Koordination in der Abwicklung der Initiative Erwachsenenbildung in der Steiermark betreffend Ausbildung von Trainer/innen und der inhaltlichen Unterstützung, Abstimmung und Koordination für/mit Bildungseinrichtungen.

- **30. April 2014**

Mag. Dr. Marcus Ludescher, (Karl-Franzens-Universität Graz): **Sozialwissenschaftler und Erwachsenenbildner**

Akademischer Koordinator für Weiterbildung und Lifelong Learning und Programmleiter „Vita activa“ am Zentrum für Weiterbildung, Universität Graz. Arbeitsschwerpunkte: Wissenschaftliche Allgemeinbildung, Lernen Älterer und intergenerationelles Lernen, Entwicklung, Pilotierung und Koordination von neuen Bildungsangeboten für nicht-traditionale Lernende und Ältere, „Universität des dritten Lebensalters“ als Organisationsmodell.

- **02. Mai 2014**

Ing. Harald Reinisch (4everyoung): **Techniker, Sozialarbeiter und EDV-Trainer**

Bedürfnisorientierte Computer- und Internetschulungen sowie Inter“Nett“Café für Senioren, Mobile Schulungseinrichtung, insbesondere für infrastrukturell unterversorgte ländliche Gebiete, Senioren-Trainer am A1 Internet für Alle Campus, Klagenfurt.

- **05. Mai 2014**

ADir MAS MBA Gottfried Stöbich (Amt der Tiroler Landesregierung) **Leitung Fachbereich Senior/innen**

Experte an der Schnittstelle Senior/innen-, Bevölkerungs- und Freiwilligenpolitik.

- **05. Mai 2014**

Beate Wegerer (Büchereien Wien): **Bibliothekar**

seit 2008 zuständig für die zielgruppenspezifischen Angebote und die interkulturelle Bibliotheksarbeit bei den Büchereien Wien. Leitung der Workshop-Reihe „SeniorInnen aktiv – problemloser Umgang mit dem Computer“ Wien in Kooperation mit den Volkshochschulen Wien.

- **08. Mai 2014**

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Claudia Gerdenitsch (Institut für Erziehungs- und Bildungswissenschaft, Karl-Franzens-Universität Graz): **Wissenschaftlerin**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich Allgemeine Pädagogik; Leitung des Projekts: Koordinationsstelle Gerontologie; Lehrt und forscht im Bereich Geragogik und Sozialgerontologie: Bildung und lebenslanges Lernen; Altersensible Pädagogik; Wissenschaftlicher Beirat im Berufsverband der österreichischen Geragoginnen und Geragogen (geragogik.at); Österreichische Plattform für Interdisziplinäre Altersfragen; ÖPIA-Atlas zur Altersforschung, Trägerin des Nachwuchspreis der Internationalen Herbart-Gesellschaft 2013.

- **08. Mai 2014**

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Solveig Haring (Institut für Erziehungs- und Bildungswissenschaft, Karl-Franzens-Universität Graz): **Wissenschaftlerin und Erwachsenenbildnerin**

Als selbstständige Wissenschaftlerin forscht sie zum Thema Älterwerden und Lernen im Alter. Sie unterrichtet als Lektorin in Graz und weiteren österreichischen Unis. Sie ist Erwachsenenbildnerin im Bereich Neue Medien und Älterwerden, und als Videographin zum Thema Neue Medien – Altern – Gender tätig. Die Videoprojekte sind nachzusehen unter solways.mur.at und videography.mur.at.

- **08. Mai 2014**

Dr. Klingenberg Heinrich (Land Steiermark, Abt.8-Wissenschaft und Gesundheit):

Wissenschaftlicher Oberrat

Arbeitet an der Vernetzung von Gesundheit, Pflege, Wissenschaft und Erwachsenenbildung.

- **09. Mai 2014**

Dorothea Sauer (akzente): **Bildungskoordinatorin und Gender Mainstreaming Expertin**

Geschäftsführerin akzente – Zentrum für Gleichstellung und regionale Zusammenarbeit, Geschäftsführerin von Arcade – Art of Change and Development und Obfrau von FELIN – Female leaders Initiative.

- **12. Mai 2014**

Dipl.-Phys. Kerstin Zimmermann (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT)):

Betreuung des Ambient Assisted Living Joint Programme (AAL JP): europäisches Forschungs-

und Entwicklungs (F&E) Programm für innovative Produkte und Dienstleistungen für ältere Menschen. Durch Informations- und Kommunikationstechnologien soll die Lebensqualität älterer Menschen gesteigert werden, indem ihre Sicherheit und ihr Wohlbefinden gewährleistet und ihnen somit ein möglichst langes und selbständiges Leben in den eigenen vier Wänden ermöglicht wird.

- **19. Mai 2014**

Mag. Martin Oberbauer (Wiener Hilfswerk, Ehrenamtsbörse): **Psychologe und Freiwilligen-Manager**

Freiwilligen-Koordinator am Wiener Hilfswerk, Leiter der Ehrenamtsbörse, Wien; Mitglied der Wiener Plattform für Freiwilligenkoordinatoren/innen; Lehrgangsführer „Freiwilligen-Koordination“

- **22. Mai 2014**

Erwin Zwölfer (IBM): **Seniorentainer und EDV-Experte**

Als ehemaliger IBM Mitarbeiter im Rahmen der IBM Ehrenamtsinitiative „On Demand Community“ als EDV-Trainer und Coach in den Nachbarschaftszentren des Wiener Hilfswerks aktiv. „Computerkurs 50+ mit Erwin Zwölfer: Windows-Grundlagen, Internet, Fotobearbeitung“

- **30. Mai 2014**

Dominik Wang (Wiener Volkshochschulen GmbH): **Programm-Manager und Fachreferent Wirtschaft und EDV/IT**

Fachreferent Wirtschaft und EDV/IT an der Wiener Volkshochschulen GmbH. Zuständig für die Weiterentwicklung und Koordination in Wien. Kooperationspartner der Workshop-Reihe „SeniorInnen aktiv – problemloser Umgang mit dem Computer“ an fünf Standorten der Büchereien Wien.

- **03. Juni 2014**

Mag.^a Petra Gallaun (Telekom Austria Group & A1): **Medienfachfrau**

Leitung Corporate Sustainability A1 & Telekom Austria Group und des A1 Internet für Alle Campus. Ausbau und Weiterentwicklung der Standorte Wien, Klagenfurt, Salzburg, On Tour.

- **04. Juni 2014**

Mag. Dr. Armin Berger (Amt der Tiroler Landesregierung) **Projektleiter „Netzwerk Computera Tirol**

- **03. Juli 2014**

DI Kurt Majcen (Joanneum Research): **Forscher**

Mitarbeiter der Forschungsgruppe DIGITAL Intelligente Informationssysteme am Joanneum Research. Projekte: Learning4Generations Intergenerationelles Lernen zwischen Schülern und Senioren rund um die Themen Computer, Internet und Neue Medien(www.l4g.at).

SeniorenImNetz.at: eine Lern- und Netzwerkplattform für die Generation 60+ (www.seniorenimnetz.at). Projekt ALICE: Elderly People – New Media... Contradiction of Chance? Senioren, Interaktion und Medien? (www.alice-project.eu).

- **04. August 2014**

Min.Rätin Dr.ⁱⁿ Elisabeth Hechl (Sozialministerium): Stellvertretende **Abteilungsleiterin** Grundsatzangelegenheiten der SeniorInnen-, Bevölkerungs- und Freiwilligenpolitik mit Schwerpunkt Aktives Altern und Lebenslanges Lernen.

Leitfragen für die Expert/innen-Interviews

ALLGEMEIN

Was sind ganz praktische Learnings, Erfahrungen, Expertise aus Ihren Senior/innen-Projekten?

Was können andere Organisationen von Ihren Erfahrungen lernen, übernehmen?

Was braucht es, um Senior/innen beim Einstieg in das Internet zu unterstützen?

ZIELGRUPPE der Älteren

Wie kann die heterogene Personengruppe in der nachberuflichen Lebensphase, anders als über das Alter, angesprochen werden?

Wie kann sie weiter segmentiert werden?

Wie können Personen motiviert werden, also speziell völlige Neulinge, sich mit dem Thema „Digitale Medien“ zu beschäftigen, anzufreunden?

Wie kann es gelingen, gerade auch Bildungsferne zu begeistern, Ängste zu nehmen?

Was ist das Besondere an der Zielgruppe? Unterschiede Land/Stadt? Genderaspekt? Bildungsferne?

Ist die Zielgruppe für den Handel attraktiv? Welches Image hat die Zielgruppe?

Weiterbildung und Ehrenamt? Was braucht Ehrenamt?

NUTZUNG

Was sind die Themen und Anwendungen?

Was sind die größten Hürden und Ängste?

Ist das Thema Sicherheit und IKT bei der Zielgruppe präsent?

Was sind die Hürden, Herausforderungen bei der Nutzung digitaler Medien?

Was sind die wichtigsten Themen und Anwendungen bei einem Schulungs- oder Beratungsangebot? Bzw. wo liegen die größten Unsicherheiten? Welche Bereiche werden noch wenig angenommen z.B. E-Government wie ELGA, FinanzOnline?

FORMATE/DIDAKTIK

Welche Faktoren machen Unterstützungsangebote attraktiv?

Welche Formate werden aus Ihrer Erfahrung als besonders hilfreich wahrgenommen?

Was ist das besondere bei der Bildung in der nachberuflichen Lebensphase, welche Methoden, Formate haben sich bewährt?

Was unterscheidet Bildung in der nachberuflichen Lebensphase von der Bildung für die berufliche Weiterqualifizierung?

Welche Qualität brauchen Kursleiter? Wie lassen sich Haltungen und Altersbilder reflektieren?

Intergenerationelles Lernen Für und Wider? Spezielle Frauenkurse?

Was kann Geragogik dazu leisten?

Konnex zur Freiwilligenarbeit?

[POLITISCHE] ERFORDERNISSE

Aufgrund der demographischen Entwicklung, was müsste getan werden?

Was sind die größten Herausforderungen?

Was soll gefördert werden? Was soll bereitgestellt werden? Welches Grundangebot müsste es geben?

Was bräuchte es, um einen Schritt nach vorne zu machen, im Bereich Ältere und Digitale Medien?

Was wären erste Maßnahmen, vorausgesetzt, die Mittel, Ressourcen wären vorhanden?

Was kann das Ministerium tun?