

Das Senioren- Internet-Magazin

der Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz



4/2022



Ein Blick auf drei Jahre Projekt Digital-Botschafter*innen RLP

- WELCHE BEDEUTUNG HAT DIGITALE TEILHABE IM ALTER?
- KERNERGEBNISSE DER PROJEKTEVALUATION
- BRÜCKEN IN DIE DIGITALE WELT BAUEN



© Jonas Otte, artefont.de



TITELTHEMA

WELCHE BEDEUTUNG HAT DIGITALE TEILHABE IM ALTER?

Digitale Medien können dazu beitragen, Kommunikationsmöglichkeiten zu erhalten oder neue zu eröffnen und Alltagsprozesse, auch bei eingeschränkter Mobilität, über das Internet zu organisieren und zu vereinfachen. Damit wird die Teilhabe an digitalen Medien zur Teilhabe am sozialen, gesellschaftlichen und kulturellen Leben.

© Tatyana Soares - shutterstock.com

Mehr auf
Seite 10



Mehr auf
Seite 16

KERNERGEBNISSE DER PROJEKTEVALUATION

Rückblick auf drei Jahre Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“

© MASTD RLP



WIE DIGITAL-BOTSCHAFTER*INNEN MIT HAUSBESUCHEN BRÜCKEN IN DIE DIGITALE WELT BAUEN

Ein Leitziel des Projekts „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter RLP“ ist, Angebote für Ältere zu ermöglichen, die nicht mehr oder nur eingeschränkt mobil sind oder beispielsweise Angst haben, an Kursen oder Treffs teilzunehmen. Hausbesuche sollen einen sicheren und vertrauten Rahmen bieten, in dem die Digital-Botschafter*innen gezielt auf die Bedarfe, Fragen und Probleme der digitalen Neulinge eingehen können.

© Jonas Otte, artefont.de

Mehr auf
Seite 32



RUBRIKEN

WISSENSCHAFT UND PRAXIS

- 6 DIGITALE KOMPETENZ ALS GROßE CHANCE FÜR EIN SELBST-BESTIMMTES LEBEN IM ALTER
- 42 FRAUENPOWER IM EHRENAMT



DAS PROJEKTNETZWERK



KENNEN SIE SCHON?

- 40 STUDIEN ZUM THEMA "DIGITALISIERUNG & ÄLTERE MENSCHEN"

VORWORT

2

ÜBER DAS MAGAZIN

2

IMPRESSUM

48



Grußwort

Digitalisierung ist ein bedeutendes Thema für die ganze Gesellschaft. Aus vielen Lebensbereichen ist sie nicht mehr wegzudenken. Insbesondere im Alter kann sie dazu beitragen, soziale Teilhabe zu ermöglichen, Lebensqualität zu steigern und Selbstständigkeit zu erhalten. Doch die rasante Geschwindigkeit des digitalen Fortschritts stellt uns vor die Herausforderung dafür zu sorgen, dass alle mitgenommen werden und niemand abgehängt wird.

Nach wie vor gibt es einen hohen Anteil älterer Menschen, die wenig bis gar keine Erfahrung mit der digitalen Welt machen konnten. Viele zeigen ein großes Interesse, manche haben vielleicht schon die ersten Schritte gemacht, sind jedoch unsicher. Oft wissen sie nicht, wo sie anfangen sollen und an wen sie sich bei Fragen rund um Internet, Smartphone und Co. wenden können. Berührungsängste im Umgang mit der Technik und fehlende Unterstützungsangebote erschweren oder verhindern die ersten Schritte in die digitale Welt.

Hier setzt das Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ an. Es holt alle, die sich auf den Weg machen, da ab, wo sie stehen. Das Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung, die Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest und die Medienanstalt Rheinland-Pfalz möchten mit diesem Projekt digitale Teilhabe im Alter sowie Sicherheit und Souveränität im Umgang mit digitalen Medien ermöglichen.

Um den Inhalten und Aussagen der Evaluation in diesem Magazin eines vorwegzunehmen: Das Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ ist eine bundesweit einmalige Erfolgsgeschichte. Es zeigt, wie digitale Teilhabe im Alter gelingen kann. Wir möchten alle ermuntern einzusteigen und dabei zu sein. Die Digital-Botschafter*innen machen die Chancen der Digitalisierung im Alltag sichtbar. Sie sind geduldige Ansprechpartner*innen vor Ort und ermutigen Menschen, den Schritt in die digitale Welt zu wagen. Sie schaffen geschützte Erfahrungsräume, in denen digitale Medien entdeckt und erprobt werden können. Seit Ende 2018 wurden über 330 Digital-Botschafter*innen ausgebildet, die mit ihren vielseitigen Angeboten die digitale Kompetenz von Senior*innen überall in Rheinland-Pfalz stärken.

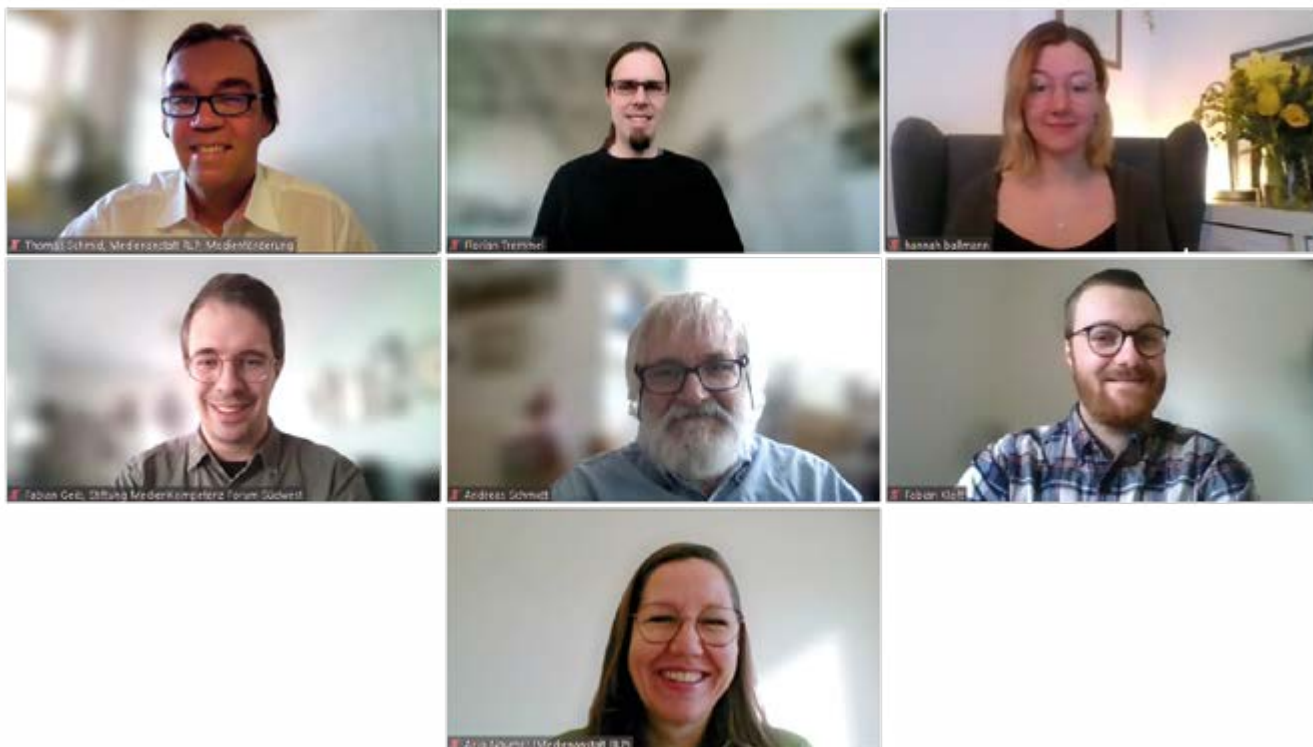
Unser herzlicher Dank gilt allen Digital-Botschafter*innen für dieses tolle Engagement und die aktive Mitgestaltung im Projekt.

Alexander Schweitzer (links)

Minister für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung Rheinland-Pfalz

Dr. Marc Jan Eumann (rechts)

Direktor der Medienanstalt Rheinland-Pfalz



Über dieses Magazin

Als Teil der Digitalisierungsstrategie des Landes Rheinland-Pfalz verfolgt das Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ seit 2018 das Ziel, die digitale Teilhabe älterer Menschen in Rheinland-Pfalz zu ermöglichen und zu stärken: Dabei sollen vor allem die erreicht werden, die wenig bis gar keine Erfahrung mit Internet, Smartphone und Co. machen konnten. Dies soll durch den Aufbau eines flächendeckenden Netzwerks von ehrenamtlich aktiven Multiplikator*innen sichergestellt werden. Die Digital-Botschafter*innen sollen durch eine Qualifizierung und dauerhafte Begleitung darin unterstützt werden, Ältere im Umgang mit der digitalen Alltagswelt in Angeboten vor Ort oder bei Bedarf zu Hause zu begleiten. Die Ehrenamtlichen sollen sich mit Anlaufstellen und Kooperationspartnern vor Ort vernetzen. Durch die gegenseitige Unterstützung werden fortlaufende Angebote eingerichtet und Ressourcen gebündelt.

Wir freuen uns, Ihnen mit dieser Ausgabe des Magazins Einblicke in die Erfahrungen der ersten drei Projektjahre geben zu können und möchten Ihnen die wichtigsten Ergebnisse aus der Begleitforschung vorstellen: Welche Ziele wurden erreicht, welche Herausforderungen ergaben sich für die Projektverantwortlichen und die Ehrenamtlichen bei der Umsetzung und welche Schlussfolgerungen lassen sich daraus für die Fortführung und Zukunft des Projekts ableiten? Neben der Beantwortung dieser Fragen soll das Magazin auch aufzeigen, wer die Digital-Botschafter*innen und ihre Zielgruppe sind, warum digitale Teilhabe wichtig ist, welche Chancen die Digitalisierung im Alter bietet und wie wichtig ein lernendes Projekt Netzwerk für das Gelingen des gesamten Vorhabens ist. Wir wünschen Ihnen viel Spaß mit dem Magazin und stehen Ihnen bei Rückfragen gerne zur Verfügung.

Ihr Digital-Botschafter-Projektteam

Das Projekt-Team



Thomas Schmid Medienanstalt Rheinland-Pfalz / Stiftung MKFS

Die Medienanstalt RLP und die Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (Stiftung MKFS) haben schon frühzeitig erkannt, dass die Förderung von Medienkompetenz nicht nur auf Kinder und Jugendliche beschränkt sein kann. Viele Einschränkungen, die das Alter mit sich bringt, kann die Digitalisierung abmildern. Die einschlägigen Studien zeigen aber, dass sich gerade ältere Menschen mit dieser Technik schwertun. Daher braucht es nicht immer neue Technik, sondern Bildungsangebote, die die Scheu vor dem Smartphone oder dem Tablet nehmen. An dieser Schnittstelle arbeite ich seit vielen Jahren in unterschiedlichen Projekten. Mit dem Projekt Digital-Botschafterinnen- und Botschafter haben wir nun einen Erfolg versprechenden Ansatz gefunden, der ältere Menschen mit ihren ganz eigenen Bedürfnissen erreicht.

Dr. Florian Tremmel Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Von regelmäßigen Hausbesuchen bei Menschen, die ihre vier Wände nicht verlassen können, bis hin zur Unterstützung bei der Nutzung von Videokonferenz-Software, um mit der Familie in Kontakt zu bleiben: Es fasziniert mich immer wieder aufs Neue, von der vielseitigen Arbeit der Digital-Botschafter*innen zu erfahren. Zugleich war es eine große Herausforderung, dem Projekt eine erwachsenbildnerische Ausrichtung zu geben und ein Konzept zu entwerfen, dass die Ehrenamtlichen passgenau in ihrer Tätigkeit unterstützt. Mir war es eine Freude als pädagogische Leitung zusammen mit dem Team mich dieser Aufgabe zu stellen und dabei zu helfen, Brücken in die digitale Welt zu bauen.



Fabian Geib Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest

Seit 2018 koordiniere ich das Projekt Digital-Botschafter. Ich kann mich gut an die ersten Veranstaltungen erinnern: Wir waren gespannt, wie die Resonanz sein würde. Als sich dann in kürzester Zeit über 80 Personen zur Digital-Botschafter-Ausbildung angemeldet haben, war das echt überwältigend und für uns die Bestätigung, dass wir mit dem Projekt einen wichtigen Bedarf decken. Am meisten Spaß machen mir die vielen Veranstaltungen, bei denen man immer wieder neue tolle Menschen kennenlernen darf, die dieses Projekt mit Leben füllen. Zu hören, dass Teilnehmende von Digital-Botschafter*innen mit teilweise über 90 Jahren noch den Umgang mit Internet, Smartphone und Co. erlernen können und möchten, motiviert ungemein.

Andreas Schmidt Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest

Das Projekt Digital-Botschafter lernte ich 2018 kennen. 2019 ließ ich mich zum Digital-Botschafter ausbilden und konnte mit Gleichgesinnten in der Verbandsgemeinde Gau-Algesheim diese ehrenamtliche Arbeit mit Senior*innen etablieren. Seit 2020 arbeite ich nun direkt im Projektteam mit. Schwerpunktmäßig koordiniere ich die Ausbildungen neuer Digital-Botschafter*innen und stehe insbesondere für technische Fragen den Ehrenamtlichen und Kolleg*innen zur Verfügung. Die Vielfalt der Aufgaben lässt nie Langeweile aufkommen, sodass ich mit großer Freude und viel Spaß daran arbeite, älteren Menschen digitale Teilhabe zu ermöglichen.





Fabian Kloft Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest

Ich bin seit 2020 Teil des Digital-Botschafter-Teams. Neben vielen weiteren Aufgaben produziere ich vor allem Videos und andere Materialien für die Projektwebseiten. Formate wie „Helga hilft“ oder „So gehts“ werden beispielsweise von mir betreut und produziert. Wenn sich Zuschauer*innen direkt bei uns melden, freut mich das immer sehr. Schließlich produzieren wir die Inhalte genau für diese Menschen. Zu sehen, dass die Videos als Lehr- und Lernmaterial genutzt werden, um Menschen den Einstieg in die digitale Welt zu erleichtern, ist immer ein tolles und sehr motivierendes Erlebnis.

Hannah Ballmann Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest

In meiner Arbeit als Content-Managerin erlebe ich immer wieder, wie vielfältig das Interesse an digitalen Themen bei älteren Menschen ist. Der Zugang zur digitalen Welt kennt dabei keine Altersbeschränkung. Senior*innen und Digital-Botschafter*innen, die unsere Internetseite „Silver Tipps – Mit Freude online!“ besuchen, haben die Möglichkeit, spannende und aktuelle Themen aus der digitalen Welt kennenzulernen – und das stets verständlich und alltagsnah erklärt. Silver Tipps entwickelt sich gemeinsam mit den Menschen, für die es gemacht ist – und das bereitet mir wiederum eine große Freude!



Anja Naumer Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Ich organisiere die Veranstaltungsformate Digitaler Stammtisch und Digitales Kaffeekränzchen, die wir als Medienanstalt Rheinland-Pfalz in Kooperation mit dem Digital-Kompass und dem Projekt Digital-Botschafter anbieten. Mit diesen Formaten halten wir ältere Menschen über den Umgang mit digitalen Medien auf dem Laufenden. Viele Digital-Botschafter*innen nutzen die moderierten Vorträge und Gesprächsrunden mit Expert*innen, um die Inhalte dann wiederum an ihre Teilnehmenden weiterzugeben. Es begeistert mich, dass sich so viele Menschen als Digital-Botschafter*innen engagieren und immer wieder kreative Wege finden, Senior*innen zu unterstützen.

An dieser Stelle möchte sich das gesamte Projektteam für die gute Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung bedanken. Dank der landesweiten Förderung konnte die digitale Teilhabe älterer Menschen vorangetrieben werden. Insbesondere Gabi Frank-Mantowski gebührt ein besonderes Dankeschön. Sie ist die Leiterin der Landesleitstelle „Gut leben im Alter“ und begleitet das Projekt auf Seiten des Ministeriums. An vielen Stellen setzt sie sich mit großem Engagement für das Projekt und die Ehrenamtlichen ein und berät das Projektteam mit Ihrer Expertise. Im regelmäßigen Austausch entstehen so immer wieder neue Impulse und Ideen, die das Projekt bereichern und weiterentwickeln.

*Herzlichen
Dank*



Digitale Kompetenz als große Chance für ein selbstbestimmtes Leben im Alter

von Christine Poulet

Elfriede S., 83 Jahre alt, ist meine Patentante – und Autodidaktin. Bis vor zwei Jahren kannte sie das Internet nur vom Hörensagen. Doch sie war neugierig. Als ehemalige Chemotechnikerin hatte sie keine Berührungsängste mit Technik im Allgemeinen. Ihre Nichte schenkte ihr ihr altes Smartphone, und die Seniorin startete durch. Immer öfter erreichten auch mich, die Autorin, Anrufe, die anfangen mit den Worten: „Hör mal, wie kann ich ...?“ Wenn es telefonisch nicht zu klären war, halfen besagte Nichte, die Nachbar*innen oder andere Bekannte.

Wilfried J., 81 Jahre alt, nutzt erst seit letztem Jahr das Internet. Noch ist er vorsichtig und traut sich noch nicht allzu viel zu. Unterstützung beim Entdecken der digitalen Welt erhält er durch eine Digital-Botschafterin. Als ich ihn für diesen Artikel interviewte, erzählte er mir sofort von seinen vielseitigen Interessen: Pflanzen, Reisen, Tiere, Gesundheit. Für den Mainzer ist auch die Fastnacht ein großes Thema. Wer sich für viele Themen interessiert, hat im Internet natürlich eine riesige Fundgrube an Wissen.

Die Autorin Christine Poulet ist Redakteurin beim SWR und beschäftigt sich hauptsächlich mit Themen rund um Medienkompetenz. Sie ist außerdem Mitglied im Beirat des Projekts Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz und unterstützt das Projekt an vielen Stellen.



© Monika Werneke

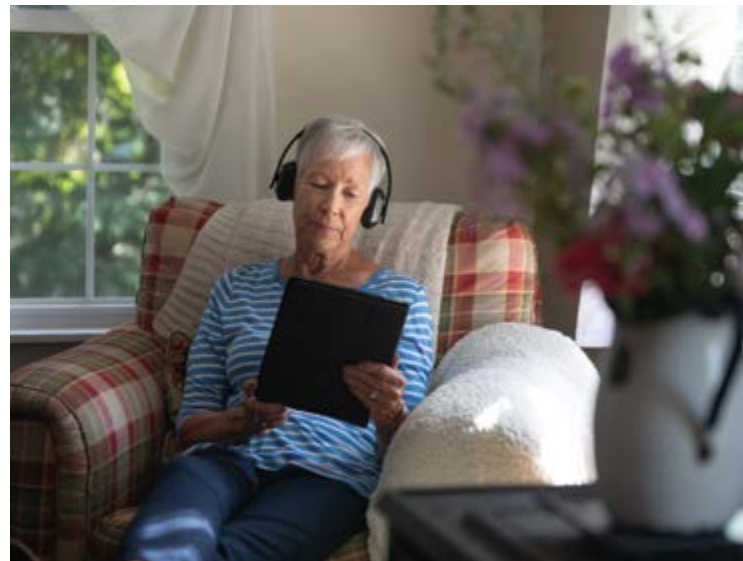
Christine Poulet

Die Internetnutzung – eine Altersfrage?

Für die meisten Menschen hat der Umgang mit Smartphone, PC und Laptop einen großen Reiz. Auch ältere Menschen nehmen gerne die Anstrengung auf sich, das Neue zu lernen und die Unsicherheiten zu besiegen. Neben der Nutzung eines stationären PCs ist die Nutzung von Laptop und Smartphone besonders interessant, da diese Geräte mobil sind. Im Garten beim Grillen die Familie per Video anzurufen, gemütlich im Sessel die Wetter-App zu studieren und im Kalender alle persönlichen Termine jederzeit parat zu haben: Die Möglichkeiten sind schier grenzenlos.

Doch es gilt viele Hürden zu überwinden: das richtige Gerät, der richtige Internetprovider und die passende Lösungsstrategie bei auftretenden Fragen und Problemen. Ältere Menschen haben dabei viele Vorteile. Sie können auf einen großen Erfahrungsschatz beim Lernen zurückgreifen, sind meist gut vernetzt oder haben Kinder und Enkel*innen, die ihnen helfen. Auch Nachbar*innen unterstützen oft, wenn etwas nicht funktioniert.

Wie sich Ältere zu Digitalthemen verhalten, war bisher noch wenig erforscht. Das ändert sich jetzt durch die neue SIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest. SIM steht für Senior*innen, Information, Medien und ist eine „Schwester“ der bekannten Jugendme-



dienststudie JIM. Es wurden deutschlandweit über 3.000 Personen ab 60 Jahre zu ihrem Medienumgang befragt. Die SIM-Studie gibt neue, interessante Einblicke in die digitale Welt von Menschen 60 plus und bestätigt, dass die generelle Beschäftigung mit dem Internet mit zunehmendem Alter abnimmt. Zugleich zeigt sich ab dem 75. Lebensjahr eine sehr deutliche Zunahme an Offliner*innen, die ab dem 85. Lebensjahr noch einmal besonders stark ausfällt. Der Ist-Zustand: Ab 60 Jahre sind 81 Prozent online, zwischen 80 und 84 Jahren sind 60 Prozent online, mit 85 Jahren und älter sind es noch 35 Prozent. Dabei haben Bildungshintergrund und Einkommen einen wesentlichen Einfluss auf die Nutzung des Internets. Frauen ab 60 Jahren sind mit 23 Prozent zudem deutlich häufiger Offlinerinnen als Männer mit 14 Prozent.

Mit Spaß in die digitale Welt

Zurück zu meinen Gesprächspartner*innen: Eines Tages erreichte mich ein Anruf per Facetime. Facetime ist das Videotelefonie-Angebot von Apple. Auch andere Instant Messenger wie Signal, Threema oder WhatsApp haben diese Funktion und funktionieren auch auf Android-Handys. Elfriede S. rief mich an, da sie das Kamerasymbol der App entdeckt hatte. Mehr oder weniger ein Zufallstreffer der technikbegabten Seniorin, der uns viel Freude bereitete und seitdem zu ihrer neuen Smartphone-Welt gehört. Wilfried J. möchte auch noch so viel lernen und verstehen. Seine nächsten Projekte: Fotos verschicken per WhatsApp und per Video an der Vereinssitzung teilnehmen. Doch wie soll er das bewältigen? Hier sind es zwei wesentliche Herausforderungen, vor denen er steht: Wen soll er fragen? Er kennt zwar genügend Menschen, die ihm das Internet erklären könnten, aber er

möchte niemandem zur Last fallen. Als älterer Mensch hat er zudem die Erfahrung gemacht, dass es nicht immer reicht, etwas einmal erklärt zu bekommen. Ein paar Tage später – und schon ist das Gelernte vergessen. Hier braucht es Lernstrategien, die für jede und jeden persönlich passen müssen. Für Wilfried J. kann die Begegnung mit dem Projekt Digital-Botschafterinnen und -Botschafter die Lösung werden. An dem ersten Treffen in einem Mainzer Seniorenzentrum hat er bereits teilgenommen. Hier trifft man sich und bekommt Antworten auf die persönlichen Fragen und Unklarheiten. Die Treffen finden regelmäßig statt und sind kostenlos. Dort kann er alles fragen und bekommt immer einen Tipp.

Das Internet als praktischer Alltagshelfer

Doch so erfolgreich und sicher viele Senior*innen sich inzwischen auf den verschiedenen Endgeräten bewegen – für viele ist der PC der erste

Das Online-Portal für die Generation 60+

<https://www.silver-tipps.de>
Mit Freude online!



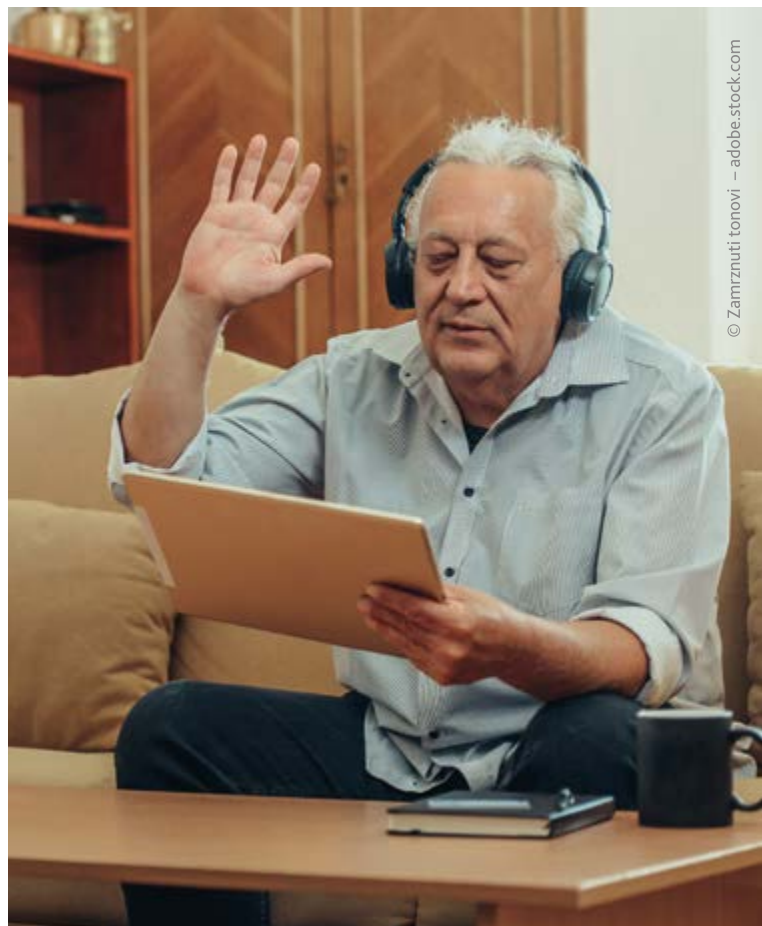
Schritt, denn auf einem Smartphone mit kleinem Bildschirm lassen sich Dinge schwerer erkennen. Auf dem Smartphone hingegen lockt die App-Nutzung. Diese variiert natürlich stark je nach den jeweiligen Bedürfnissen. Da gibt es die Service-Apps zum Thema Wetter oder öffentlicher Nahverkehr, die Mitmach-Apps etwa für die sozialen Netzwerke und die Unterhaltungs-Apps mit Zugang zu Mediatheken oder auch zu Spielen. Die richtigen Apps werden zu praktischen Alltagshelfern, die man bald schon nicht mehr missen möchte.

Elfriede S. hat mit ihrem Tablet eines ihrer größten Probleme lösen können: Sie bestellt seit einiger Zeit ihre Lebensmittel im Internet und muss nun nicht mehr an schlechten Tagen mit Rollator und Bus in den Nachbarort zum Supermarkt fahren. Ein riesiger Vorteil für sie. Onlineshopping und Onlinebanking sind in der Altersgruppe noch nicht alltäglich, obwohl gerade hier der Gewinn an Unabhängigkeit mit am größten ist.

Und auch Wilfried J. hat sich ein Stück Freiheit erobert. Er ist nun bei Facebook und damit ständig informiert, was gerade in seinem Umfeld passiert. Besonders schätzt er, dass er die Geburtstage seiner Bekannten im Blick hat und schnell und zuverlässig gratulieren kann. Bei der Nutzung sozialer Netzwerke liegt er damit ganz weit vorne. 26 Prozent der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren und 17 Prozent der Onliner*innen über 80 Jahre sind in sozialen Medien unterwegs. Die Nutzung von Facebook ist hier die am häufigsten in der SIM-Studie genannte.

Digital-Botschafter*innen teilen ihre eigenen Erfahrungen

Aus Elfriede S. und Wilfried J. könnten eines Tages Digital-Botschafter*innen werden und die von ihnen erworbenen Kompetenzen an Menschen ihrer Altersgruppe weitergeben. Das Lernen unter Gleichaltrigen ist nicht nur in der Schulzeit erfolgreich und sinnvoll, sondern auch im höheren Alter. Von Senior*in zu Senior*in ist die Kommunikation einfacher und beide verste-



hen sich deutlich leichter, da sie ein ähnliches Vokabular benutzen und auch eine ähnliche Sprech- und Verständnisgeschwindigkeit haben sowie vergleichbare kulturelle Prägungen.

Diesen Beitrag finden Sie auch online unter:
<https://www.silver-tipps.de/digitale-kompetenz>
Oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:





Welche Bedeutung hat digitale Teilhabe im Alter?

von Thomas Rathgeb / Dr. Florian Tremmel / Fabian Geib

Mit dem Smartphone unterwegs ein Bild in die Familiengruppe schicken, mal schnell in einer Suchmaschine etwas nachschauen oder jederzeit die aktuellsten Nachrichten in Onlineportalen lesen: Viele alltägliche Dinge und Routinen sind mittlerweile fest mit dem Internet und seinen Anwendungen verknüpft und aus dem Leben nicht mehr wegzudenken. Wie stark die Verknüpfung von Alltag und Internet ist, zeigen auch Studien wie die ARD/ZDF-Onlinestudie: Im Jahr 2021 nutzten 54 Millionen Menschen in Deutschland an einem durchschnittlichen Tag das Internet, 67 Millionen Menschen sind generell Onliner*innen. Vor allem in jüngere Altersgruppen bis zum 50. Lebensjahr ist nahezu jede und jeder täglich im Internet unterwegs.

Tägliche
Internetnutzung
54 Mio.



2021

Onliner*innen
67 Mio.

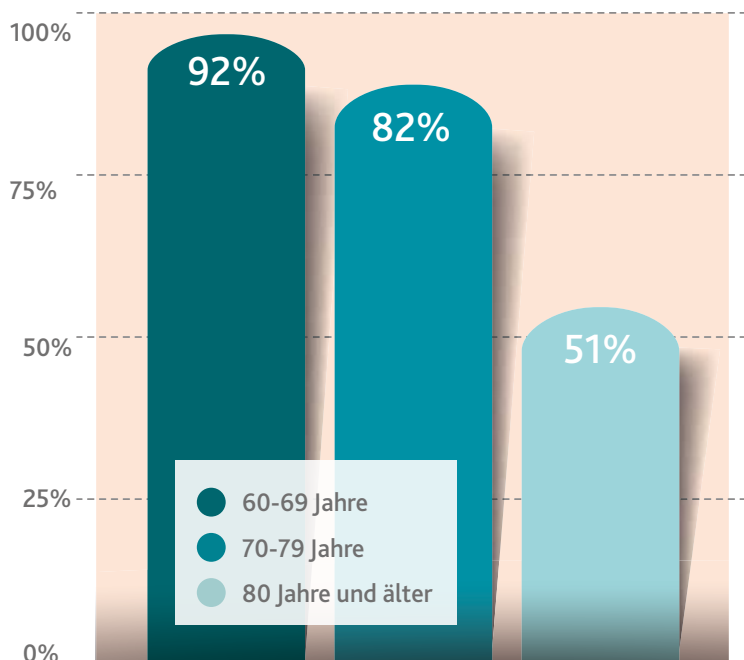
Menschen in Deutschland



Die Internetnutzung ab dem 60. Lebensjahr

Anders verhält es sich bei Personen ab 60 Jahren. Zwar sind auch in den höheren Lebensaltern seit Jahren immer mehr Menschen Online*rinnen, jedoch ist nach wie vor eine große Gruppe von älteren Menschen offline, das zeigen die Ergebnisse der SIM-Studie (Senior*innen, Information, Medien). Die repräsentative Basisuntersuchung des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest zum Medienumgang von Personen ab 60 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland wurde im Jahr 2022 erstmals veröffentlicht. In Deutschland zählt jede*r Fünfte ab 60 Jahren (19 Prozent) zu den sogenannten Offliner*innen, das heißt: Diese Personen nutzen das Internet aus verschiedenen Gründen nicht. Die Studie zeigt aber auch: Vor allem das Alter eines Menschen entscheidet darüber, ob und wie intensiv das Internet genutzt wird.

Online*rinnen ab 60 Jahren



Während 92 Prozent der 60- bis 69-jährigen Online*rinnen sind, sind es zwischen 70 und 79 Jahren noch 82 Prozent und ab 80 Jahren nur noch 51 Prozent. Damit ist jede zweite Person über 80 Jahren offline.

Digital-Botschafter*innen sind Vorbilder für digitale Teilhabe:

- 👍 Digital-Botschafter*innen ermutigen ihre Teilnehmenden, auch im Alter noch Neues zu entdecken und auszuprobieren: Sie zeigen, dass Lernen kein Alter kennt, und wissen um die Besonderheiten verschiedener Altersbilder. Knapp ein Viertel ihrer Teilnehmenden ist 75 oder älter.
- 👍 Das Durchschnittsalter der Digital-Botschafter*innen ist 69. Die meisten befinden sich somit in einer ähnlichen Lebenssituation und haben ein besonderes Verständnis für die Herausforderungen, die rasante Entwicklungen im digitalen Bereich mit sich bringen. Dieser Peer-to-Peer-Ansatz schafft eine vertrauensvolle und offene Lernatmosphäre auf Augenhöhe und ermutigt Teilnehmende, den Schritt in die digitale Welt zu wagen.

Auch das Geschlecht hat einen deutlichen Einfluss auf die Internetnutzung: Knapp jede vierte Frau (23 Prozent) über 60 Jahren ist offline, bei den Männern sind es 14 Prozent. Zusätzlich haben Bildung und Einkommen einen wesentlichen Einfluss auf die Nutzung des Internets. So ist jede vierte Person (27 Prozent) mit einem Haupt- oder Volksschulabschluss nicht im Internet unterwegs (mit Abitur oder Studium 7 Prozent, mit Abschluss einer weiterführenden Schule 12 Prozent). Ähnlich verhält es sich beim Haushaltsnettoeinkommen: 41 Prozent der Personen ab 60 Jahren mit einem niedrigen Einkommen (unter 1.000 Euro pro Monat) und 28 Prozent mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und 2.000 Euro sind Offliner*innen (2.000 Euro und mehr: 8 Prozent). Kumuliert man diese Faktoren, wird die Heterogenität deutlich: Von den älteren nicht-alleinlebenden Männern aus den alten Bundesländern und mit hohem Bildungs- und Einkommensstatus nutzen bereits 97 Prozent das Internet; von den älteren alleinlebenden Frauen aus den neuen Bundesländern und mit niedrigem Bildungs- und Einkommensstatus sind es nur 37 Prozent.

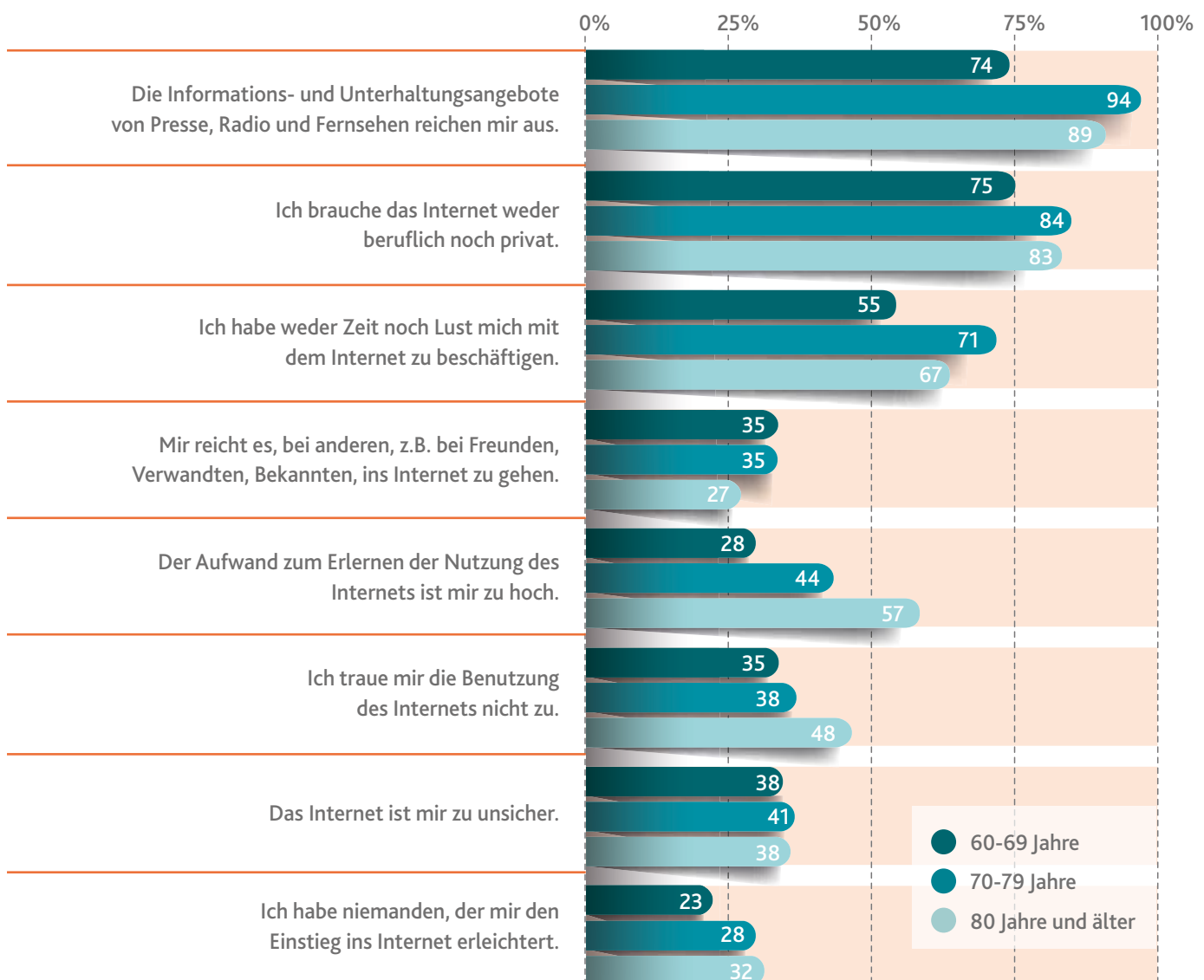
Warum wird das Internet nicht genutzt?

Aber warum wird das Internet nach wie vor von vielen älteren Menschen nicht genutzt? Die Antworten auf die Frage, warum Personen offline sind, sind vielfältig. Eine wichtige Rolle spielt der mangelnde Bedarf, sich mit der Onlinewelt auseinanderzusetzen. Mit 88 Prozent gab ein Großteil der Offliner*innen in der SIM-Studie an, dass ihnen die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und Fernsehen ausreichen. 81 Prozent brauchen das Internet weder beruflich noch

privat und sehen keinen Nutzen darin; 60 Prozent der befragten Offliner*innen haben weder Zeit noch Lust, sich mit dem Internet zu beschäftigen. Auch der Aufwand zum Erlernen digitaler Technologien und das Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten spielen eine wichtige Rolle. Die Studie zeigt zudem, dass oft Ängste und Sicherheitsbedenken bei Offliner*innen vorhanden sind und es auch an Unterstützer*innen mangelt, die den Einstieg ins Internet begleiten und Mut machen, sich im höheren Lebensalter noch mit digitalen Technologien zu beschäftigen.

Warum das Internet nicht genutzt wird

trifft eher zu/trifft voll und ganz zu



Quelle: SIM 2021, Basis N = 571, Teilgruppe: Personen, die das Internet nie nutzen / Angaben in Prozent



Warum ist der Zugang zum Internet so wichtig?

Die Ergebnisse der SIM-Studie verdeutlichen, dass ältere Menschen, die das Internet nicht nutzen, hierfür verschiedensten Gründe haben. Neben dem zentralen Grund, dass kein konkreter Nutzen in der Zuwendung zu digitalen Medien gesehen wird, bestehen oft Einstiegshürden, die überwunden werden müssen. Um diese zu überwinden, bedarf es Zeit, Lust und insbesondere soziale Unterstützungsressourcen. Die Lebenswelten älterer Menschen wandeln sich vor dem Hintergrund der Digitalisierung rasant. Erledigungen des Alltags, wie Bankgeschäfte oder Behördengänge, der Kontakt zur Familie und moderne Unterhaltungswelten bleiben von digitalen Technologien nicht unberührt. Diese Entwicklungen können zu teils gezwungenen und unfreiwilligen Veränderungen in routinierten Verhaltensweisen führen, da sonst der Zugang zum sozialen Miteinander, wichtigen Informationen und Kommunikations- sowie Unterhaltungsräumen fehlt.

Digitale Teilhabe ist soziale Teilhabe

Im Umkehrschluss tragen digitale Medien dazu bei, Kommunikationsmöglichkeiten zu erhalten oder neue zu eröffnen, den Alltag, auch bei eingeschränkter Mobilität, über das Internet zu organisieren, Kunst, Kultur und gesellschaftliches Leben ins Haus zu holen, ohne einen Fuß vor die Tür setzen zu müssen und viele Abläufe, etwa Behördengänge, zu vereinfachen. Damit wird die Teilhabe an digitalen Informations- und Kommunikationsprozessen zur Teilhabe am sozialen, gesellschaftlichen und kulturellen Leben. Digitale Teilhabe kann dann zur Erhaltung und Steigerung von Lebensqualität im Alter beitragen und eine selbstständige Lebensführung ermöglichen.

Der Schlüssel zur Onlinewelt ist digitale Kompetenz

Der Einstieg in die digitale Welt ist für viele ältere Menschen nicht einfach. Gerade den Personengruppen, die weder beruflich noch privat Kontakt

Digital-Botschafter*innen

ermöglichen einen niedrigschwelligen Zugang:

- 👍 schaffen in ganz Rheinland-Pfalz kostenlose Angebote für ältere Nonliner*innen und absolute Anfänger*innen.
- 👍 sind sowohl im ländlichen als auch im urbanen Raum aktiv.
- 👍 bieten sowohl Treffs vor Ort an als auch Besuchsangebote bei den Menschen zu Hause oder in Altenpflegeeinrichtungen. So können auch immobile Menschen auf die Unterstützung der Digital-Botschafter*innen zurückgreifen.
- 👍 holen die Menschen ab, die sich aus verschiedenen Gründen nicht trauen, formale Lernangebote wie Volkshochschulkurse zu besuchen. Sie ergänzen solche Angebote und bauen eine wichtige Brücke zu diesen.
- 👍 setzen kein festes Curriculum um und gehen auf das Lerntempo und die individuellen Bedürfnisse der Lernenden ein. Dabei achten sie stets auf den direkten Nutzen für deren Lebenswelt und Alltag.
- 👍 schaffen wichtige Treffpunkte für Menschen. Die informellen und geschützten Lernumgebungen bieten viel Platz für Austausch unter Gleichgesinnten.
- 👍 nehmen Berührungsängste und fördern das selbstständige Entdecken sowie den souveränen Umgang mit der digitalen Welt.
- 👍 sind dauerhafte Ansprechpartner*innen und begleiten den Lernprozess langfristig. Dabei bringen sie die nötige Geduld mit.
- 👍 können sich an über 50 Standorten in Rheinland-Pfalz Tablet-Koffer (Android und iOS) ausleihen, um älteren Menschen ohne eigene Geräte einen Zugang zur digitalen Welt zu ermöglichen.
- 👍 arbeiten mit Kooperationspartnern wie Freifunk zusammen, um in öffentlichen Einrichtungen WLAN einzurichten.



Digital-Botschafter*innen

machen Chancen und Risiken der Digitalisierung im Alltag sicht- und erlebbar.

Sie entdecken mit ihren Teilnehmenden, wie man...

- 👍 PC, Smartphone und Tablet bedienen kann (z.B. Gestensteuerung, Fotos machen etc.).
- 👍 über das Internet mit der Familie, mit Freund*innen oder Bekannten kommunizieren kann (z.B. Videotelefonie, Messenger etc.).
- 👍 die Alltagsorganisation erleichtern kann (z.B. ÖPNV-Apps, Onlinebanking, Onlineshopping, Ortungsdienste/Navigation).
- 👍 sich im Internet unterhalten lassen kann (z.B. Mediatheken, Onleihe, YouTube etc.).
- 👍 sich im Internet informieren kann (z.B. Suchmaschinen, Nachrichten, Online-Enzyklopädien etc.).
- 👍 sich vor Risiken und Betrugsmaschen im Internet schützen kann.

Die Digital-Botschafter*innen knüpfen dabei immer eng an der Lebenswelt der Senior*innen an, holen sie da ab, wo sie stehen, und ermutigen zu spielerischem Ausprobieren.

Digital-Botschafter*innen

werden in Netzwerken aktiv:

- 👍 71 Prozent der Ehrenamtlichen arbeiten bei ihren Angeboten in einem Netzwerk mit anderen Digital-Botschafter*innen oder Anlaufstellen vor Ort zusammen (siehe Seite 28). Ehrenamtliche und Netzwerkpartner beraten gemeinsam, wie man die digitale Teilhabe passgenau vor Ort vorantreiben kann und wie sich Ressourcen bündeln lassen.
- 👍 Digital-Botschafter*innen bringen Menschen in einer ähnlichen Lebenssituation und mit der gleichen Lernherausforderung zusammen. Das senkt die Hemmschwelle und sorgt für einen Zusammenhalt und sozialen Austausch über das Angebot hinaus.

zu digitalen Technologien hatten, fehlen oft Kompetenzen für einen souveränen Umgang. Damit ist nicht nur die Bedienung von Smartphones, Tablets oder anderen digitalen Gerätschaften gemeint. Es geht vielmehr darum, in einer komplexen digitalen Welt Orientierung zu erlangen, um souverän und selbstbestimmt handeln zu können. Und genau hierin liegt die Herausforderungen für Bildungsmaßnahmen und Projekte. Ältere Menschen auf ihrem Weg in die digitale Welt zu begleiten, erfordert unter anderem Handeln in sehr heterogenen Lebenswelten und vor dem Hintergrund verschiedenster Lebensbiografien. Hierfür bedarf es individualisierter Angebote, die die Bedürfnisse des einzelnen Menschen einbeziehen, Sorgen, Ängste und Nöte ernst nehmen und Mut machen, sich auch im höheren Lebensalter noch Kompetenzen im Umgang mit digitalen Technologien anzueignen.

Passgenaue Hilfe für den späten Einstieg in die digitale Welt

An diesem Punkt knüpfen Projekte wie „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ an. Sie stellen sich der Herausforderung, passgenaue Hilfen auf Augenhöhe und individueller Basis vor Ort anzubieten. Im Gegensatz zu strukturierten Kursangeboten gehen die Ehrenamtlichen kleinschrittig und individuell auf die Fragen, Wünsche und Ängste von Hilfesuchenden ein und leisten, teilweise in Eins-zu-eins-Situationen, wichtige Unterstützung für einen gelingenden Start in die digitale Welt.

Wichtig ist außerdem, dass nicht nur reine Anfänger*innen Hilfe und Rat erhalten. So zeigen die Ergebnisse der SIM-Studie, dass auf der einen Seite viele Menschen ab 60 Jahren das Internet nutzen, auf der anderen Seite aber der Grad der Digitalisierung höchst unterschiedlich ist und viele ältere Menschen, die den Schritt in die digitale Welt bereits gewagt haben und Onliner*innen sind, trotzdem vor großen Herausforderungen stehen. Diese unterschiedlichen Zielgruppen, unabhängig von der Dichotomie Off- und Onliner*innen, im Auge zu behalten und passende Angebote zu bieten, die sich an aktuellen Geräten und Diensten orientieren, wird eine Aufgabe für die Zukunft sein.



**„ Wir begleiten Menschen Schritt
für Schritt in die digitale Welt! “**

Diesen Beitrag finden Sie auch online unter:
<https://www.silver-tipps.de/digitale-teilhabe-im-alter/>
Oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:



Thomas Rathgeb ist Leiter der Abteilung Medienkompetenz, Jugendmedienschutz und Forschung an der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg Leiter des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest und gemeinsam mit Prof. Dr. Michael Doh, Studienleiter der SIM-Studie 2021.



© LFK

Thomas Rathgeb

Dr. Florian Tremmel arbeitet als Referent für Offene Kanäle und Medienkompetenz bei der Medienanstalt Rheinland-Pfalz. Zudem ist er Mitentwickler und Redaktionsmitglied in den Projekten „Silver Tipps – mit Freude online!“ und „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“. An der SIM-Studie beteiligte er sich als Autor.



© Theresa Bäsch

Dr. Florian Tremmel

Fabian Geib ist Referent für Medienkompetenz bei der Stiftung Medien-Kompetenz Forum Südwest. Aktuell ist er Teamleiter und Koordinator im Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ sowie Redaktionsleiter des Senioren-Internet-Magazins.



© Maresa Getto

Fabian Geib



Rückblick auf drei Jahre Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“:

Kernergebnisse der Projektevaluation

von Dr. Florian Tremmel / Fabian Geib

Wer sind die Digital-Botschafterinnen und -Botschafter?

Digital-Botschafter*innen sind ehrenamtlich Aktive, die auf vielfältige Art und Weise älteren Menschen in Rheinland-Pfalz digitale Teilhabe ermöglichen sollen. Doch wer sind die Digital-Botschafter*innen, wo werden sie aktiv und welche Voraussetzungen bringen sie mit, um Menschen über 60 Jahren den souveränen Umgang mit digitalen Medien zu ermöglichen?

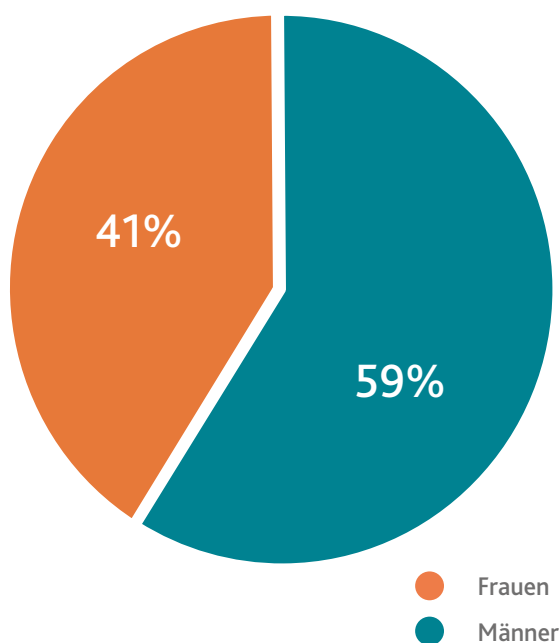
Der älteste Digital-Botschafter war zum Zeitpunkt der Befragung 85 Jahre alt und die jüngste Digital-Botschafterin war 17. Im Schnitt sind die Ehrenamtlichen 69 Jahre alt. Den Projektverantwortlichen war es wichtig, dass der Großteil der Ehrenamtlichen in einem ähnlichen Lebensalter wie die Zielgruppe ist. Die Digital-Botschafter*innen bringen dadurch ein besonderes Verständnis für mögliche Herausforderungen im Umgang mit digitalen Technologien mit, da sie sich, vor dem Hintergrund einer ähnlich Lebenssituation, selbst damit konfrontiert sehen.



© MASTD

Alter und Geschlecht der Digital-Botschafter*innen

Durchschnitt: 69 Jahre
Min. 17 Jahre | Max. 85 Jahre

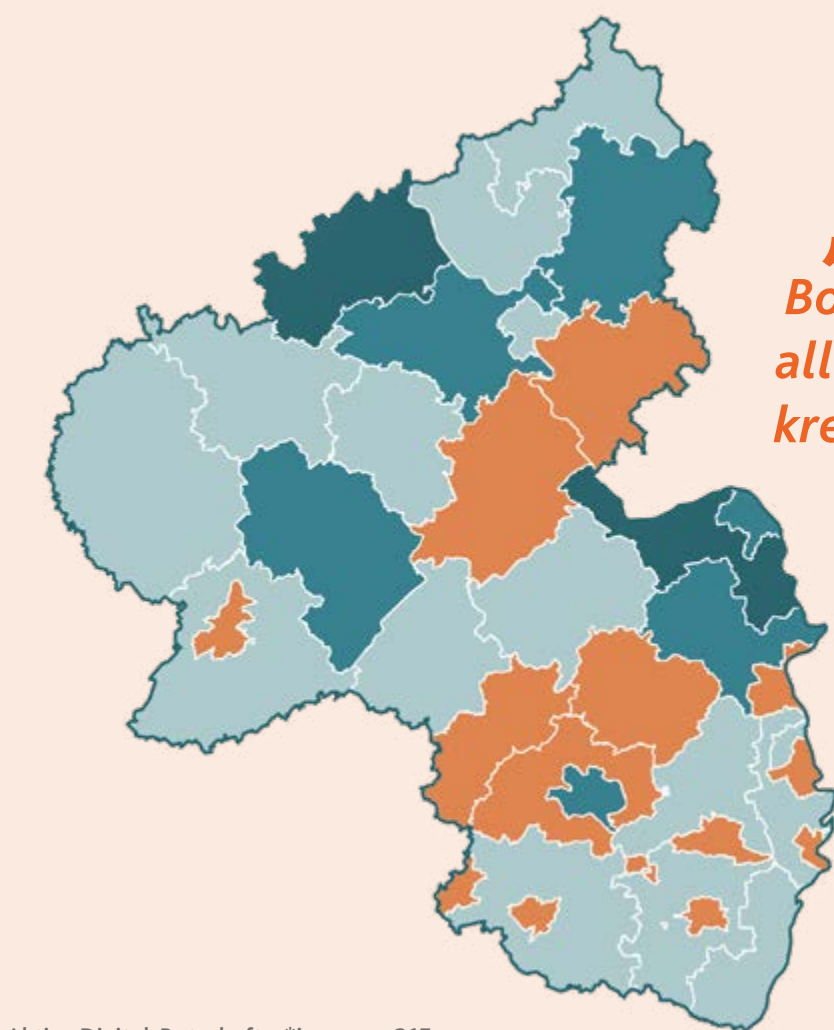


Anmeldebogen Digital-Botschafter*innen, n=294

Dass die Altersähnlichkeit eine bedeutende Rolle in der Vermittlung von Inhalten rund um digitale Themen hat, bestätigen auch Ergebnisse der FUTA-Studie der Universität Heidelberg aus dem Jahr 2015. Der Peer-to-Peer-Ansatz schafft eine vertrauensvolle, offene und angemessene Lernatmosphäre. Den Projektverantwortlichen war es außerdem wichtig, viele Frauen für das Ehrenamt zu gewinnen, da eine Studie aus dem Jahr 2017 zu Internet-Initiativen für Senior*innen in Rheinland-Pfalz¹ gezeigt hatte, dass nur 21 Prozent Frauen ehrenamtlich im Bereich Senior*innen und Internet tätig sind (mehr zum Thema Frauen im Digital-Botschafter-Ehrenamt auf Seite 42). Daher ist es erfreulich, dass das Verhältnis zwischen Männern und Frauen relativ ausgewogen ist: 41 Prozent der Digital-Botschafter*innen sind weiblich und 59 Prozent männlich.

¹ Preßmar/Hüsing/Geib (2017): Silver Surfer Fachtagung: https://www.zww.uni-mainz.de/files/2018/08/Praesentation_Dr._Florian_Pressmar.pdf (zuletzt abgerufen am 18.11.2021).

„Es gibt Digital-Botschafter*innen in allen Landkreisen und kreisfreien Städten.“



Aktive Digital-Botschafter*innen, n=315

Anzahl der Digital-Botschafter*innen:

- 0 - 4
- 5 - 14
- 15 - 19
- über 20

In welchen Regionen sind Digital-Botschafter*innen aktiv?

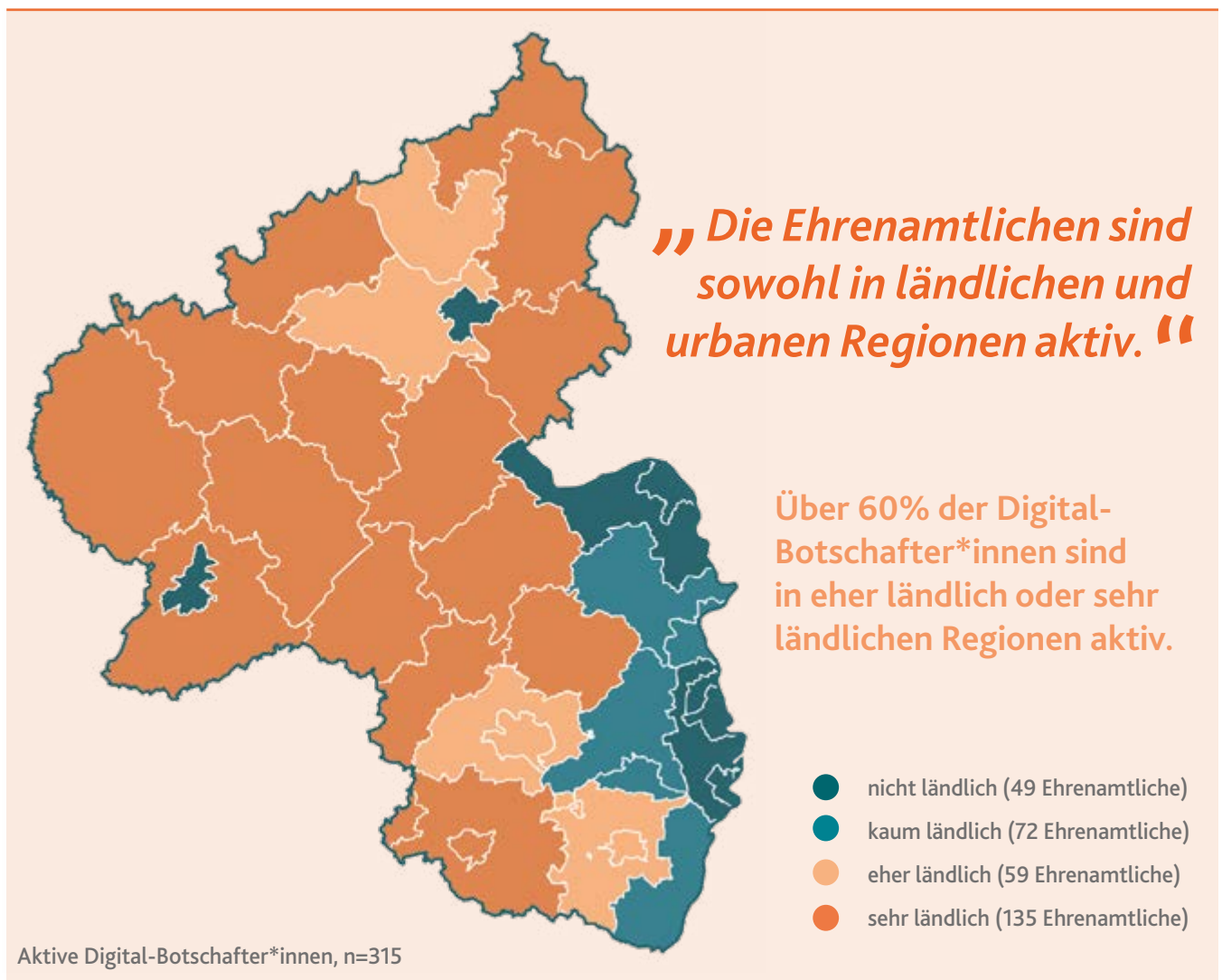
Ist es gelungen, ein flächendeckendes Netzwerk von Ehrenamtlichen in Rheinland-Pfalz aufzubauen? Das ursprüngliche Ziel, bis Ende 2023 300 Digital-Botschafter*innen auszubilden, wurde bereits Ende 2021 erreicht. Seit Projektbeginn wurden 336 Digital-Botschafter*innen ausgebildet, von denen aktuell (Ende 2021) 315 aktiv sind. Wie auf der Landkarte ersichtlich, gibt es inzwischen in allen Landkreisen und kreisfreien Städten in Rheinland-Pfalz Digital-Botschafter*innen. In den kommenden Jahren werden weitere Schulungen folgen, insbesondere in den Regionen, in denen aktuell noch wenige Ehrenamtliche aktiv sind. Die Nachfrage nach weiteren Ausbildungen ist landesweit

nach wie vor sehr hoch. Diesen Bedarf zu decken, stellt die Projektverantwortlichen vor eine große Herausforderung.

Digital-Botschafter*innen werden in der Regel nicht nur in einem Ort oder in einer Stadt aktiv, sie bieten häufig Angebote in einem weiteren Umfeld um ihren Wohnort an und nehmen damit teils lange Reisezeiten in Kauf.

Ein besonderes Augenmerk des Projekts lag darauf, Menschen in ländlichen Regionen zu erreichen. Der Thünen-Landatlas des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft² definiert Länd-

2 Thünen-Institut für Ländliche Räume: Thünen Landatlas <https://www.landatlas.de/> (zuletzt abgerufen am 25.11.2021).



lichkeit anhand folgender Indikatoren: geringe Einwohnerzahl im Umfeld, lockere Wohnbebauung, geringe Siedlungsdichte, ein hoher Anteil an land- und forstwirtschaftlicher Fläche sowie Randlage zu großen Zentren. Auf dieser Grundlage kann der Grad der Ländlichkeit von äußerst ländlich bis zu kaum ländlich und nicht ländlich bestimmt werden. Legt man diese Einteilung der landesweiten Verteilung der Ehrenamtlichen zugrunde, sind von den 315 aktiven Digital-Botschafter*innen mehr als 60 Prozent in äußerst oder eher ländlichen Region aktiv. Der Rest ist in kaum ländlichen oder nicht ländlichen Regionen tätig.

Info

Alle Personen, die sich für das Ehrenamt bewerben, füllen einen Anmeldebogen auf der Projekt-Website aus. Darin werden Daten zur Person, zur Mediennutzung im Alltag, zu Vorerfahrungen mit digitalen Medien, ehrenamtlichen Aktivitäten sowie zu Fortbildungswünschen erhoben. Die nachfolgende Auswertung erfolgte auf Basis von 294 Anmeldebögen, die bis Oktober 2021 erfasst wurden.

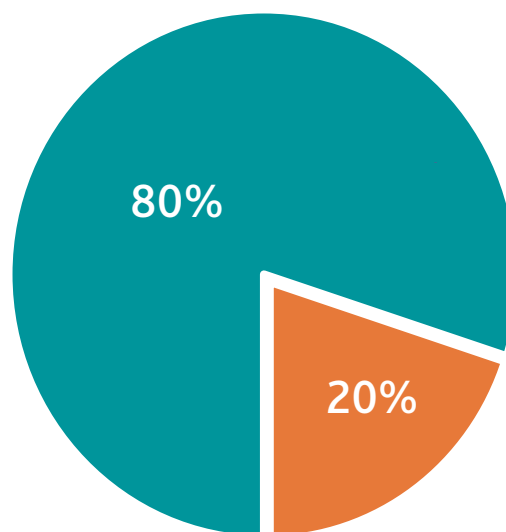


Welche digitalen Vorerfahrungen haben Digital-Botschafter*innen?

Egal ob mobile Endgeräte, PC oder Laptop: Digital-Botschafter*innen nutzen ein breites Repertoire digitaler Gerätschaften und Dienste, kennen sich in digitalen Themen gut aus und bringen somit die besten Voraussetzungen mit, um der Zielgruppe die Bedienung der Geräte beibringen zu können. Die Ehrenamtlichen haben zudem viel Vorerfahrung: 80 Prozent geben an, dass sie bereits viel Erfahrung mit digitalen Medien sammeln konnten, z.B. im Berufsleben. Einige waren sogar in der IT-Branche tätig.

Digital-Botschafter*innen nutzen ein breites Angebotsspektrum im Internet. Egal ob Kommunikation über Instant Messenger oder E-Mail, Informationssuche über Suchmaschinen, Onlinebanking, Onlineshopping, Unterhaltung über Mediatheken und Videoplattformen oder Alltagsorganisation wie Navigation und die Nutzung von ÖPNV-Apps: Die Ehrenamtlichen kennen sich in der digitalen Welt gut aus und können so älteren Menschen die Chancen und Risiken der Dienste im Alltag vermitteln. Da die Angebote niedrigschwellig sein sollen und vor allem Grundlagen geschaffen werden, müssen Digital-Botschafter*innen aber auch nicht in allen Bereichen Expert*innen sein. Ganz im Gegenteil: Das gemeinsame Entdecken mit den Teilnehmenden steht im Fokus, und viele berich-

Die Ehrenamtlichen bringen viel Vorerfahrung mit



Anmeldebogen Digital-Botschafter*innen, n=294

● Digitale Erfahrung
● Keine Erfahrung



Info

Im Frühjahr 2020 haben von den bis dahin 154 aktiven Digital-Botschafter*innen 108 einen standardisierten Feedbackbogen online ausgefüllt. Gefragt wurde unter anderem nach ihren Aktivitäten, nach Veranstaltungsanzahlen, Teilnehmende, Projekttechnik und Arbeitsmaterialien.

Digital-Botschafter*innen sind souverän in der digitalen Welt unterwegs



Anmeldebogen Digital-Botschafter*innen, n=294

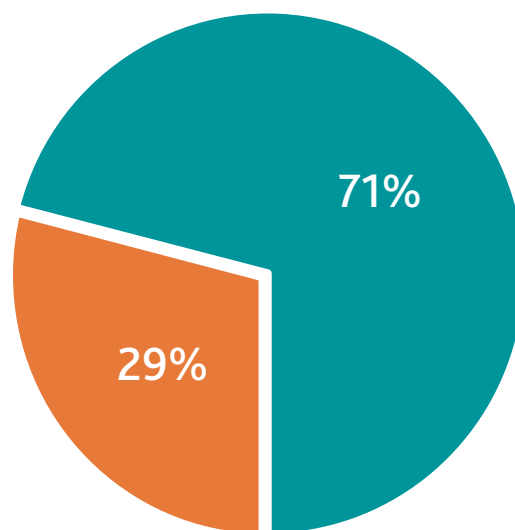
ten davon, dass es für die Lernatmosphäre sehr förderlich ist, wenn beide Seiten „digitale Nüsse knacken“ müssen.

Wie gut sind Digital-Botschafter*innen vor Ort vernetzt?

Die Vernetzung vor Ort ist ein zentrales Element im Projekt. Die Ehrenamtlichen sollen sich untereinander, mit Einrichtungen sowie Anlaufstellen in den Kommunen vernetzen, um Ressourcen vor Ort zu bündeln, Doppelstrukturen zu vermeiden und eine klare Struktur für Teilnehmende zu schaffen.

Die Ehrenamtlichen sind Teamplayer*innen: Drei von vier geben an (71 Prozent), dass sie mit anderen Digital-Botschafter*innen zusammenarbeiten. Auch die enge Arbeit mit Einrichtungen und Anlaufstellen in den Kommunen funktioniert an vielen Stellen bereits sehr gut, vor allem bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten für Angebote und bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen öffentliche Einrichtungen. Im Gegenzug treiben die Ehrenamtlichen die digitale Teilhabe in den Kommunen mit ihren kostenlosen Angeboten voran und sind wichtige Ansprechpartner*innen. Außerdem können die Digital-Botschafter*innen vom großen Netzwerk der Projektverantwortlichen profitieren (siehe Seite 28), zum Beispiel durch kostenlose Weiterbildungen der Medienanstalt RLP in Kooperation mit dem Digital-Kompass oder durch die

Die Ehrenamtlichen sind Teamplayer



- Ich arbeite mit anderen Digital-Botschafter*innen zusammen
- Ich arbeite alleine

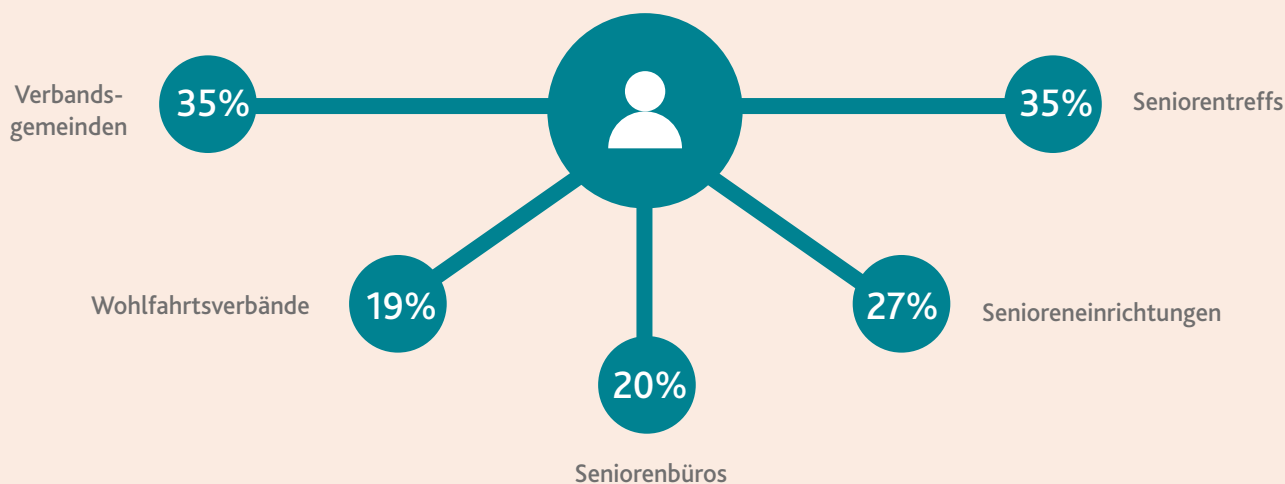
Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108



Info

Zwei Drittel der Digital-Botschafter*innen geben an, dass sie bereits ein Ehrenamt bekleiden. 23 Prozent dieser Gruppe waren bereits vor der Digital-Botschafter-Ausbildung im Bereich „Senior*innen und Internet“ zum Beispiel als PC-Internet-Trainer*in aktiv.

Kooperationen der Digital-Botschafter*innen vor Ort



Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108



© Joachim Wadle

Bereitstellung von Materialien durch Partner wie die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz.

Welche Angebote realisieren Digital-Botschafter*innen?

Digital-Botschafter*innen schaffen mit ihren Angeboten einerseits wichtige Treffs vor Ort, erreichen andererseits aber auch Menschen in ihrer Häuslichkeit. 68 Prozent der Ehrenamtlichen geben an, dass sie Smartphone-, Tablet- oder PC-Treffs anbieten. Damit ist diese Angebotsform die am häufigsten angebotene. Knapp die Hälfte (46

Prozent) bieten offene Sprechstunden an, und 55 Prozent besuchen Menschen zu Hause. 27 Prozent machen Angebote in Altenpflege- und Senior*inneneinrichtungen. Sie erreichen somit Menschen, die nicht mehr mobil sind oder aus verschiedenen Gründen keine Angebote außer Haus besuchen möchten (mehr zum Thema Hausbesuche auf Seite 32).

Digital-Botschafter*innen schaffen mit ihren Angeboten sowohl wichtige Komm- als auch Gehstrukturen und ermöglichen so möglichst vielen Interessierten den Zugang zu digitalen Medien. Viele der Ehrenamtlichen veranstalten nicht nur

Digital-Botschafter*innen schaffen Treffs und erreichen Menschen in ihrer Häuslichkeit

55%



Hausbesuche

68%



PC-/Smartphone-/
Tablet-Treff



46%



Sprechstunde

Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108

So bewerben Digital-Botschafter*innen ihre Angebote:



69%

Mund-zu-Mund-Propaganda



52%

Amtsblatt



40%

Zeitung



35%

Aushang

Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108

ein Format, sondern bieten, beispielsweise neben regelmäßigen Treffs, auf Anfrage auch Hausbesuche an.

Wie erfahren Interessierte von den Digital-Botschafter*innen?

69 Prozent der befragten Digital-Botschafter*innen geben an, dass ihre Angebote vor allem über Mund-zu-Mund-Propaganda weitergegeben werden. Klassische Printmedien wie Amtsblätter (52 Prozent), Zeitungen (40 Prozent) oder Aushänge (35 Prozent) spielen für die Bewerbung der Angebote zudem eine wichtige Rolle. Auch das regelmäßig erscheinende Senioren-Internet-Magazin ist ein gutes Mittel, um die Menschen vor Ort zu erreichen. Die Magazine sind sehr gut nachgefragt, sodass die erste Ausgabe mit einer Auflage von 5.000 Exemplaren bereits komplett vergriffen ist. Der Grund: Digital-Botschafter*innen sind sehr kreativ in der Zielgruppenansprache. Einige legen beispielsweise die Magazine in Wartezimmern von

Arztpraxen sowie Apotheken aus. In die Magazine legen sie eigene Kontakt- und Infozettel, um möglichst viele Menschen auf analoge Art und Weise zu erreichen.

Wer nutzt das Angebot der Digital-Botschafter*innen?

Zwei Drittel der Teilnehmenden der sind über 70 Jahre alt. Nach Angaben der Digital-Botschafter*innen haben 97 Prozent ihrer Teilnehmenden wenig bis gar keine Erfahrung mit digitalen Medien. Auch kämpfen 44 Prozent der Teilnehmenden mit Ängsten vor Bedienungsfehlern im Umgang mit digitalen Technologien. 30 Prozent haben Angst, dass ihr Lerntempo zu gering ist. Mit 66 Prozent werden die Angebote der Digital-Botschafter*innen überwiegend von Frauen genutzt. Damit erreicht das Projekt genau die Zielgruppe, die im Projektantrag beschrieben wurde: Offliner*innen sowie Anfänger*innen, die an der digitalen Welt teilhaben möchten. Zum Thema Offliner*innen erfahren Sie mehr auf Seite 10 ff..

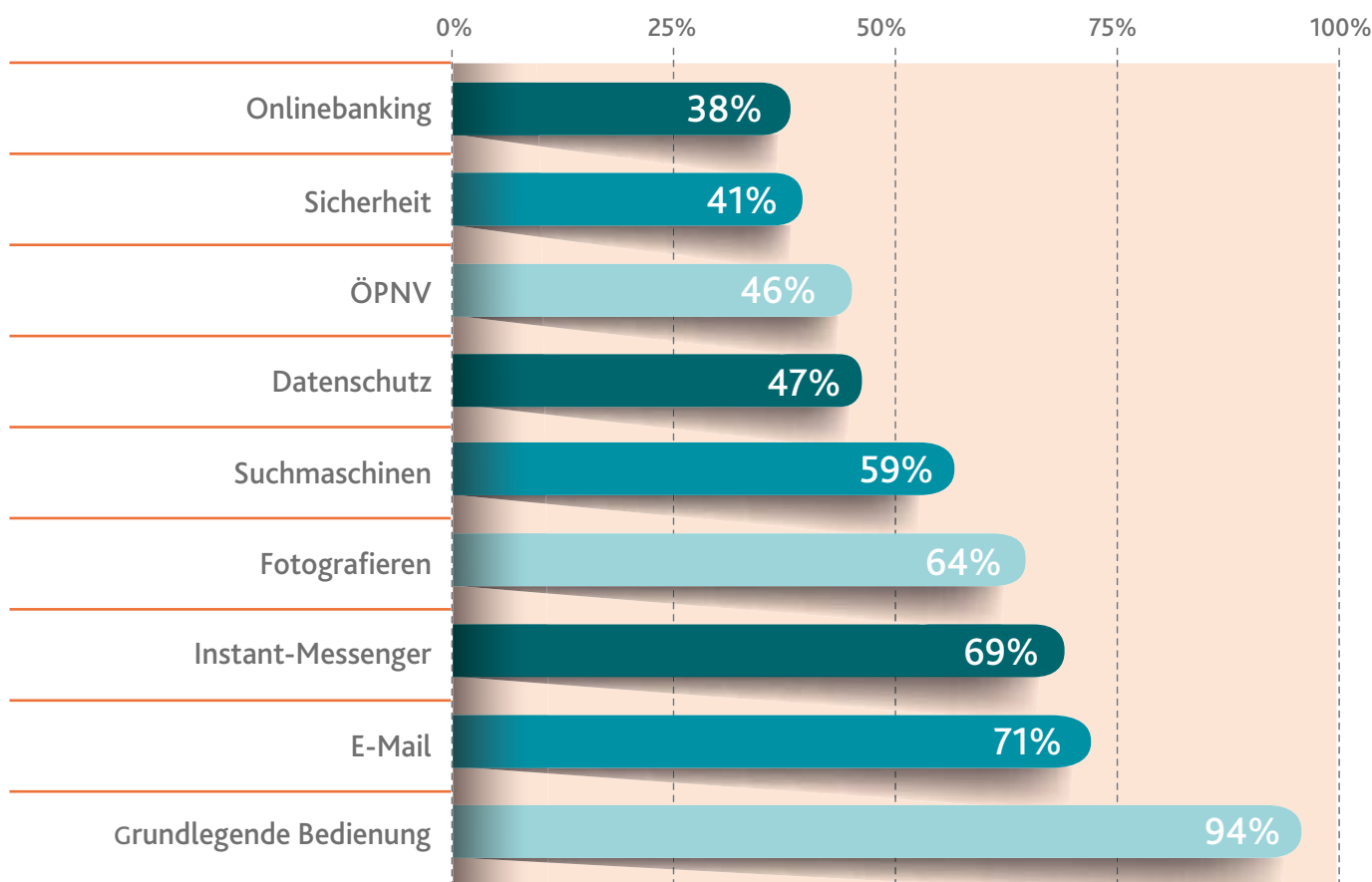
Wer nutzt das Angebot der Ehrenamtlichen?



- Zwei Drittel der Teilnehmenden sind 70 Jahre oder älter.
- Älteste Person: 98 Jahre
- 97 % haben wenig bis gar keine Erfahrung mit digitalen Medien
- Überwiegend Frauen (66 %)

Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108

Diese Themen bearbeiten Digital-Botschafter*innen mit ihren Teilnehmenden



Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=108

91 Prozent der Teilnehmenden kommen alleine zu den Angeboten. Als besondere Herausforderung geben die Digital-Botschafter*innen den Umgang mit den sehr unterschiedlichen Interessen und Kenntnisständen der Teilnehmenden an.

Welche Inhalte vermitteln die Digital-Botschafter*innen?

Bei vielen Angeboten der Ehrenamtlichen steht die grundlegende Bedienung im Fokus. Dies unterstreicht nochmals, dass Digital-Botschafter*innen vor allem Personen mit wenig oder gar keiner Erfahrung mit digitalen Medien erreichen und zunächst Grundlagen erarbeitet werden müssen. Neben der Bedienung interessieren sich die Teilnehmenden für Möglichkeiten der Kommunikation, Fotografieren und Filmen mit mobilen Endgeräten, Informationssuche und Unterhaltung im Internet, aber auch Alltagsorganisation wie ÖPNV-Apps und Onlinebanking. Dabei thematisieren die Ehrenamtlichen auch immer die Querschnittsthemen Datenschutz und Verbraucherschutz sowie Internetsicherheit.





© Fabian Geib

Digital-Botschafter*innen bieten fortlaufende Unterstützung

Die Ehrenamtlichen erreichen mit ihren Angeboten viele Menschen: im Schnitt 11 Teilnehmende pro Angebot. Die Unterschiede der erreichten Personen in Angeboten sind dabei groß, von einem einzelnen Teilnehmenden bei Hausbesuchen bis zu 40 Teilnehmenden in einem großen Treff. Im Zeitraum Anfang 2019 bis Ende 2020 haben die Digital-Botschafter*innen über 3.600 Angebote umgesetzt. Die Ehrenamtlichen geben an, dass 71 Prozent ihrer Teilnehmenden immer wieder zu den Angeboten kommen, und betonen, dass ihre Angebote vor allem ein Treffpunkt für Menschen sind (50 Prozent).

Welche Ziele wurden erreicht?

Wie beschrieben gestaltet sich die Zielgruppen-erreichung bereits äußerst erfolgreich: Vor allem Offliner*innen und Anfänger*innen und auch Menschen, die keine Angebote mehr außerhalb ihres Zuhauses besuchen können oder möchten, profitieren von den Angeboten der Ehrenamtlichen.

Natürlich hat die Corona-Pandemie auch das Angebot der Digital-Botschafter*innen in den letzten zwei Jahren stark beeinflusst, sonst hätten hier sicherlich sogar noch mehr Menschen erreicht werden können.



© Hannah Ballmann

Die Ansprache und Erreichung von Ehrenamtlichen funktionieren sehr gut. Dies zeigt sich vor allem daran, dass das landesweite Netzwerk der Digital-Botschafter*innen stetig wächst und die Nachfrage nach Schulungen weiterhin sehr groß ist. So konnten 336 Multiplikator*innen gewonnen werden, die in ländlichen und urbanen Regionen aktiv werden.

Die Digital-Botschafter*innen werden mit einem breiten Angebotsspektrum fortlaufend begleitet, beispielsweise durch Arbeits- und Service-Materialien zu diversen Themenschwerpunkten, Vorlagen fürs Ehrenamt sowie regelmäßigen Web-Seminaren und Fortbildungen.

Das Projekt Digital-Botschafter*innen hat damit auf vielfältige Art und Weise dazu beigetragen, digitale Teilhabe für ältere Menschen in Rheinland-Pfalz zu ermöglichen. Es bildet ein hoch flexibles Netzwerk, das auf die Bedürfnisse der Zielgruppen reagieren kann und sich fortlaufend selbst aktualisiert.

Vor welche Herausforderungen stehen die Ehrenamtlichen und das Projekt?

Zugleich steht das Projekt vor Herausforderungen: Die enge Zusammenarbeit zwischen Digital-Botschafter*innen und Anlaufstellen vor Ort hat sich als äußerst zielführend erwiesen, um ältere Menschen in den Kommunen zu erreichen, sie auf das

Angebot der Ehrenamtlichen aufmerksam zu machen und die Chancen der Digitalisierung in ihrem Alltag verdeutlichen zu können. In einem großen Flächenland wie Rheinland-Pfalz muss die kommunale Vernetzung daher in den kommenden Jahren noch stärker vorangetrieben werden, um nachhaltige Strukturen zu schaffen. Neben regionalen Netzwerktreffen wird von den Projektverantwortlichen ein Konzept für die kommunale Begleitung der Digital-Botschafter*innen erarbeitet. Dazu sollen regionale Fachkräfte ausgebildet werden, die die Ehrenamtlichen beispielsweise bei der Suche nach Räumlichkeiten unterstützen, Ansprechpartner*innen bei Problemen sind und einen regelmäßigen regionalen Erfahrungsaustausch unter den Digital-Botschafter*innen ermöglichen.

Nachhaltige Begleitung erfordert verlässliche Strukturen

Für die nachhaltige Begleitung des Netzwerks und die große Nachfrage nach Ausbildungen müssen verlässliche Strukturen geschaffen werden. Ohne eine fortlaufende Begleitung und eine landesweite Koordinationsstelle wird es schwierig, das Angebot der Digital-Botschafter*innen aufrecht zu erhalten. Erfreulich ist daher die Erwähnung des Projekts im Koalitionsvertrag der aktuellen Landesregierung, die die Digital-Botschafterinnen und -Botschafter dauerhaft in den Kommunen etablieren möchte.

Gleichzeitig dürfen die Ehrenamtlichen aber nicht überfordert werden, indem sie beispielsweise zu Ansprechpartner*innen für jegliche Art von digitalen Problemen und Herausforderungen in der Kommune werden. Hier muss klar definiert werden, welche Funktionen die sie vor Ort haben und welche nicht. Digital-Botschafter*in zu sein ist ein Ehrenamt, und deswegen müssen sie selbst abstecken können, wie viel Zeit sie einbringen und welche Themen sie bearbeiten können und welche nicht.

Die SIM-Studie, eine repräsentative Basisuntersuchung des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest zur Mediennutzung von Menschen über 60 Jahren in Deutschland, zeigt, dass die Grenzen zwischen Offliner*innen und Onliner*innen immer mehr verschwinden. Es geht nicht mehr nur darum, die Leute technisch gesehen ans Internet anzuschließen, sondern eine fortlaufende Begleitung in der Nutzung sicherzustellen. Die sich verändernden digitalen Herausforderungen bedingt durch die rasante Entwicklung im technischen Bereich machen auch nicht Halt vor den Generationen, die mit digitalen Medien bereits aufgewachsen sind. Daher ist es wichtig, lebenslanges Lernen in Form von niedrigschwelligen Angeboten sicherzustellen. Diese Erkenntnis hat auch für die Teilnehmenden in Angeboten der Digital-Botschafter*innen Relevanz: Viele möchten nicht alles, was die digitale Welt bietet, nutzen, sondern selbst entscheiden, was für ihren Alltag wichtig ist. Im Umkehrschluss bedeutet dies für die Arbeit der Ehrenamtlichen, dass kein Angebot wie das andere ist, sehr individuell vorgegangen wird und die Ehrenamtlichen über ein sehr spezielles Wissen verfügen müssen, um diesen Anforderungen gerecht zu werden. Zudem sind viele Themen, etwa Onlinebanking, Telemedizin oder Onlineshopping, sehr komplex und benötigen bereits sehr gute digitale Kompetenzen. Zugleich dürfen Teilnehmende nicht überfordert werden, sondern müssen Schritt für Schritt begleitet werden.

Diesen Beitrag finden Sie auch online unter:
<https://www.silver-tipps.de/projektrueckblick>
Oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:



© Theresa Bäsch

Dr. Florian Tremmel

Dr. Florian Tremmel arbeitet als Referent für Offene Kanäle und Medienkompetenz bei der Medienanstalt Rheinland-Pfalz. Zudem ist er Mitentwickler und Redaktionsmitglied in den Projekten „Silver Tipps – mit Freude online!“ und „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“.



© Maresa Cetto

Fabian Geib

Fabian Geib ist Referent für Medienkompetenz bei der Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest. Aktuell ist er Teamleiter und Koordinator im Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ sowie Redaktionsleiter des Senioren-Internet-Magazins.

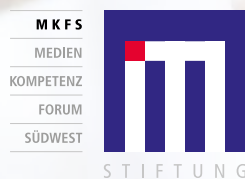


Das Projektnetzwerk

DIGITAL BOTSCHAFTERINNEN & BOTSCHAFTER RHEINLAND-PFALZ



Projektträger



gefördert von



Rheinland-Pfalz
MINISTERIUM FÜR ARBEIT,
SOZIALES, TRANSFORMATION
UND DIGITALISIERUNG

unterstützt von



**Medienanstalt
Rheinland-Pfalz**



Hinter dem Engagement der Digital-Botschafter*innen und den Projektverantwortlichen stehen viele Kooperationspartner, Institutionen, Gemeinden sowie soziale und öffentliche Einrichtungen, ohne die eine Umsetzung des Projekts überhaupt nicht möglich wäre. Seniorenzentren, Seniorenbüros, Generationenbeauftragte, Gemeindeschwestern^{plus}, Altenpflegeeinrichtungen, Kreis- und Volkshochschulen, Mehrgenerationenhäuser, Offene Kanäle, Begegnungszentren, Bibliotheken, Banken, Kommunen und viele mehr dienen als Anlaufstelle für die Ehrenamtlichen. Sie alle helfen bei der Suche nach Räumlichkeiten mit Internetzugang, bei der Öffentlichkeitsarbeit vor Ort, mit fachlicher Unterstützung, Fortbildungen und natürlich bei der Vermittlung zwischen Hilfesuchenden und Digital-Botschafter*innen. Sie beraten ge-

meinsam, wie man die digitale Teilhabe passgenau vor Ort vorantreiben kann und wie sich Ressourcen bündeln lassen. Das Projekt soll dabei keine Konkurrenz zu bereits bestehenden Bildungsangeboten sein, sondern diese sinnvoll ergänzen.

Erst das Zusammenwirken und die gegenseitige Unterstützung der vielen Partner im Projekt ermöglichen es, Teilhabe und Medienkompetenz von älteren Menschen zu stärken. Das Projekt arbeitet bei der Umsetzung mit vielen Partnern zusammen. Neben der guten engen Zusammenarbeit mit der Medienanstalt Rheinland-Pfalz und dem Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung (MASTD) gibt es viele Einrichtungen und Projekte, die sich regelmäßig einbringen.

In Kooperation mit dem Bundesprojekt **Digital-Kompass** werden beispielsweise die Digitalen Stammtische und Digitalen Kaffeekränzchen in Rheinland-Pfalz umgesetzt, die mit durchschnittlich 70 Teilnehmenden, insbesondere Digital-Botschafter*innen, sehr gut besucht sind.

Mit der **Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz** wurden diverse Web-Seminare für ältere Menschen zum Thema Verbraucherschutz angeboten. Auch bei dem Smart-Surfer-Konzept arbeiten die Digital-Botschafter*innen eng mit der Verbraucherzentrale und den Projektverantwortlichen zusammen.

Die **Offenen Kanäle** sind wichtige Anlaufstellen für Digital-Botschafter*innen. Dort können sie Technik wie Tablets und Konferenzsysteme für ihre Angebote ausleihen und die Räumlichkeiten für Angebote nutzen. Gemeinsam mit OK:TV Mainz sind seit Projektbeginn 36 Lehr- und Lernvideos entstanden, unter anderem das Erfolgsformat „Helga hilft“.

Mit **Freifunk Mainz e.V.** wurden zu Beginn der Pandemie in vielen Altenpflegeeinrichtungen in Rheinland-Pfalz Freifunk-Router eingerichtet, um den Bewohner*innen in den Einrichtungen Zugang zu WLAN zu ermöglichen.

Die **Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz** hat den Druck und Versand von bisher drei Digital-Botschafter-Magazinen ermöglicht. Sie unterstützt das Projekt außerdem mit Artikeln im Magazin und auf der Webseite Silver Tipps.

Das **Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz** veranstaltet jährlich die Silver-Surfer-Fachtagung in enger Kooperation mit der Stiftung MKFS und dem MASTD. Die Tagung ist ein wichtiges Netzwerktreffen für viele Digital-Botschafter*innen und andere Multiplikator*innen im Bereich Digitalisierung und ältere Menschen.

Mit der **Katholischen Hochschule Mainz** werden gemeinsam Seminare umgesetzt, und Studierende haben schon verschiedene Forschungsarbeiten in Kooperation mit dem Projekt umgesetzt.

Das **MASTD** und die **Medienganstalt RLP** haben im Jahr 2021 in einer Sonderaktion **Gemeindeschwester^{plus}** in Rheinland-Pfalz mit insgesamt 40 Tablet-Koffern ausgestattet. Das Projekt **Gemeindeschwester^{plus}** richtet sich an hochbetagte Menschen, die noch keine Pflege brauchen, sondern Unterstützung



und Beratung in ihrem aktuellen Lebensabschnitt. Die Tablet-Koffer sollen den Gemeindeschwestern helfen, digitale Teilhabe von Senior*innen in ihrem Verantwortungsbereich zu ermöglichen. Die Gemeindeschwestern vernetzen sich mit den Digital-Botschafter*innen und setzen vor Ort gemeinsam Angebote um.

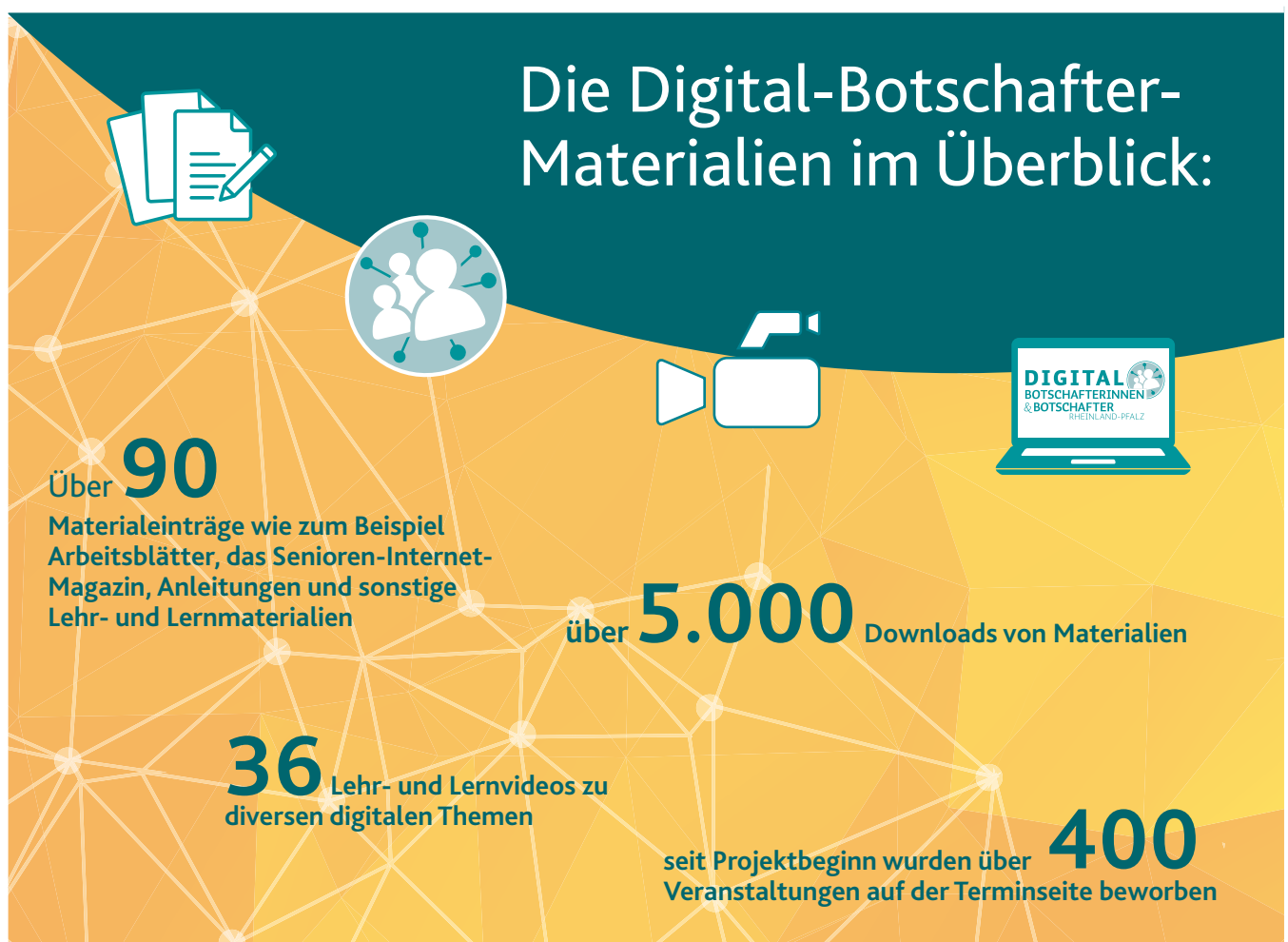
Das Projektteam pflegt einen engen Austausch mit anderen landesweiten Projekten und Initiativen wie den Lesebotschafter*innen, den Neuen Nachbarschaften oder den Sicherheitsberatern für Senioren.

Das Projekt vernetzt sich auch über Rheinland-Pfalz hinaus. So wird es ab dem Jahr 2022 auch Digital-Botschafter*innen in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens geben. In einer Train-the-Trainer-Schulung wurden Mitarbeitende des **Medienzentrums Ostbelgien** geschult, um das Konzept vor Ort umzusetzen.

Gemeinsam mit dem baden-württembergischen Projekt **gesundaltern@bw** wurden Videos und eine Aktionswoche zum Thema digitale Gesundheit erarbeitet.

Wir bedanken uns herzlich bei allen, die das Projekt in den letzten Jahren unterstützt haben und weiterhin unterstützen!

Alle Beteiligten, ob Ehrenamtliche, Einrichtungen, Kooperationspartner oder das Projektteam, haben eines gemeinsam: den Willen und das Engagement, zusammen anzupacken, etwas zu bewegen, damit ältere Menschen auf ihrem Weg in die digitale Welt unterstützt werden.





© Jonas Otte, artefont.de

Wie Digital-Botschafter*innen mit Hausbesuchen Brücken in die digitale Welt bauen

von Dr. Florian Tremmel und Fabian Geib

Ein Leitziel des Projekts „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter RLP“ ist, Angebote für Ältere zu ermöglichen, die nicht mehr oder nur eingeschränkt mobil sind oder beispielsweise Angst haben, an Kursen oder Treffs teilzunehmen. Hausbesuche sollen einen sicheren und vertrauten Rahmen bieten, in dem die Digital-Botschafter*innen gezielt auf die Bedarfe, Fragen und Probleme der digitalen Neulinge eingehen können.

Der Achte Altersbericht der Bundesregierung hebt hervor, wie wichtig die Fähigkeit ist, digitale Medien selektiv nach den eigenen Bedürfnissen nutzen zu können. Damit dies möglich ist, müssen allerdings für ältere Menschen, die Hemmnisse

haben, sich mit der digitalen Welt souverän auseinanderzusetzen, Angebote geschaffen werden, die an deren Lebenswelt anknüpfen, Ängste ernst nehmen und mögliche Berührungängste überwinden. Wie bedeutsam die Unterstützung durch An-

sprechpartner*innen vor Ort für die Entwicklung digitaler Souveränität ist, betont die Kommission des Achten Altersberichts: „Digitale Souveränität meint eine selbstbestimmte, informierte, sichere und verantwortungsvolle Aneignung und Nutzung digitaler Technologien.

Um digitale Souveränität insbesondere dort zu stärken, wo ältere Menschen wenig oder keine Erfahrung mit digitalen Technologien haben, sollten lebensweltorientierte Unterstützungsangebote sowohl elementares Bedienwissen als auch den Erwerb von Gestaltungs- und Orientierungswissen sicherstellen.“

Hausbesuche bieten geschützte Erfahrungsräume

Smartphone, Laptop und Tablet haben in den letzten 10 Jahren zu großen Veränderungen in deutschen Haushalten geführt: Gewohnte Informations- und Kommunikationswege wie Fernsehen und Radio werden durch eine Vielzahl an internetbasierten, digitalen Angeboten ergänzt und teilweise sogar abgelöst. Digitalisierung macht auch nicht Halt vor der Häuslichkeit älterer Menschen: Die SIM-Studie, eine Basisuntersuchung des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest zum Medienumgang älterer Menschen ab 60 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland, zeigt:

In 83 Prozent aller Haushalte ist ein Internetzugang vorhanden, 77 Prozent besitzen einen Computer/PC/Laptop, 72 Prozent ein Smartphone und 48 Prozent ein Tablet. Digitale Geräte eröffnen eine Vielzahl von Chancen, auch für die Lebens-

„ Diese offiziellen Termine, die trauen sie sich nicht mehr zu. Sie trauen sich nicht, weil sie zu unsicher sind. In größerer Runde haben sie Angst, sich zu blamieren, und dann fällt auf, dass sie nicht so schnell sind. “

Zitat einer Digital-Botschafterin

welt älterer Menschen, bringen gleichzeitig aber große Herausforderungen mit sich. Die komplexen Strukturen digitaler Geräte und ihre Bedienung sind nicht selbsterklärend, und die Orientierung in der digitalen Welt fällt vielen älteren Menschen schwer. Insbesondere Menschen, die sich nicht im Berufskontext mit digitalen Medien auseinandergesetzt haben, erleben oft einen hohen Aufwand zum Erlernen der Nutzung von Internet, Smartphone und Co. und trauen sich die eigenständige Benutzung nicht zu. Dies zeigen auch Ergebnisse der SIM-Studie: 41 Prozent der Offliner*innen über 60 Jahre stimmen voll und ganz oder eher der Aussage zu, dass sie sich die Benutzung des Internets nicht zutrauen, und für 47 Prozent ist das Erlernen des Umgangs mit dem Internet mit einem zu hohen Aufwand verbunden.

Info

Im Rahmen der Evaluation wurden quantitative und qualitative Daten erhoben und ausgewertet. Neben einem standardisierten Fragebogen wurden Leitfadenterviews mit sechs Digital-Botschafter*innen geführt, die ältere Menschen zu Hause besuchen.



Für ältere Menschen, die wenig bis gar keine Erfahrung mit digitalen Medien haben, aber sich potenziell der digitalen Welt zuwenden wollen, schaffen die Digital-Botschafter*innen einen persönlichen und geschützten Erfahrungsraum, um auf individuelle Fragenstellung einzugehen und Probleme zu lösen. 67 Prozent der Digital-Botschafter*innen, die Hausbesuche machen, geben dies als Hauptgrund für Hausbesuche an. Die Ehrenamtlichen sprechen gezielt Menschen an, die aus verschiede-

nen Gründen nicht an Angeboten außerhalb ihres Zuhauses teilnehmen können oder möchten, weil sie zum Beispiel in ihrer Mobilität eingeschränkt sind (31 Prozent), Angst vor formalen Bildungsangeboten haben (27 Prozent) oder in ländlichen Regionen wohnen, die nicht gut vom ÖPNV erschlossen sind (13 Prozent). Die Kommission des Achten Altersberichts der Bundesregierung betont die Notwendigkeit, „dass alle Menschen auf dem Weg in die Digitalisierung mitgenommen werden und ihnen die Möglichkeit gegeben wird, an den Chancen der Digitalisierung zu partizipieren“.

Mit Hausbesuchen bieten viele der Digital-Botschafter*innen passgenaue individuelle Unterstützungsangebote an und ergänzen bestehende formale Strukturen, wie beispielsweise Volkshochschulkurse und Angebote von Universitäten.

Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der im Rahmen der Evaluation befragten Digital-Botschafter*innen bieten Hausbesuche an. In der Auswertung der Leitfadeninterviews zeigte sich, dass sowohl Alleinstehende als auch sich in einer Partnerschaft befindende Personen das Angebot der Ehrenamtlichen nutzen. Oft fehlen Ansprechpartner*innen wie Familie, Freund*innen oder Bekannte vor Ort, die bei Fragen zur Nutzung von Internet, Smartphone und Co. zurate gezogen werden können. Doch auch wenn Ansprechpartner*innen in der Nähe vorhanden sind, bringen diese oftmals nicht die nötige Geduld mit, sind zu schnell im Erklären oder setzen bestimmte Kompetenzen voraus, berichten die interviewten Digital-Botschafter*innen.

„Die Enkelkinder haben die Geduld nicht. Die meinen, das müsste man alles können. Viele nehmen sich da nicht die nötige Zeit und sind nicht geduldig. Man lässt sich ja auch lieber von Unbeteiligten/Dritten, also nicht Familienangehörigen, etwas erklären.“

Zitat einer Digital-Botschafterin



© djoronimo – Adobe-Stock.com

Digital-Botschafter*innen füllen diese Lücke und sind fortlaufend Ansprechpartner*innen vor Ort. Es gibt den Hilfesuchenden Sicherheit, wenn sie wissen, an wen sie bei Fragen rund um Smartphone, Internet und Co. wenden können.

Hausbesuche sind sehr zeitintensiv: In der Regel verbringen die Ehrenamtlichen zwischen einer und eineinhalb Stunden bei Personen zu Hause. 24 Prozent der Befragten geben sogar an, dass sie zwei Stunden oder mehr bei Personen zu Hause verbringen.

Fakten zum Thema Hausbesuche

55%

der Ehrenamtlichen
bieten Hausbesuche an

Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen,
n=108



Lebenssituation der Senior*innen:

sowohl alleinstehend als auch verheiratet
oder sich in einer Partnerschaft befindend,
fehlende Ansprechpartner*innen (Familie,
Freund*innen und Bekannte, sonstige
professionelle Unterstützung) in
der Nähe, fehlende Geduld von
Ansprechpartner*innen

Hausbesuche sind sehr zeitintensiv:

In der Regel verbringen die
Ehrenamtlichen zwischen einer
und eineinhalb Stunden bei
Personen zu Hause. 24 Prozent
der Befragten geben sogar an,
dass sie zwei Stunden oder
mehr bei Personen zu
Hause verbringen.

Feedbackbogen Digital-Botschafter*innen, n=59



Wie laufen Hausbesuche ab?

Die Angebote der Digital-Botschafter*innen werden in der Regel über Anzeigen in Amtsblättern oder Zeitungen bekannt gemacht oder über Mund-zu-Mund-Propaganda weitergegeben. Die interviewten Ehrenamtlichen berichten zudem davon, dass sie viele der Hilfesuchenden bereits vorher aus anderen Kontexten zumindest flüchtig kannten. In einem ersten Telefonat verschaffen sich die Ehrenamtlichen einen Überblick: Sie erfragen die technische Ausstattung vor Ort, die Vorkenntnisse der Hilfesuchenden und den Grund der Kontaktaufnahme. In den Interviews berichten die Digital-Botschafter*innen, dass es wichtig ist, die Lernmotivation zu erfragen. Denn besonders positive Lernerfolge lassen sich dann erzielen, wenn sich die Hilfesuchenden von sich aus mit digitalen

„In Kursen wird oft der Stoff durchgezogen, egal ob die Leute das verstehen oder nicht. Die Leute haben dann Probleme mitzukommen.“

Zitat eines Digital-Botschafters

Medien auseinandersetzen möchten. Werden sie von Freund*innen oder der Familie gedrängt, sich mit der Thematik zu beschäftigen, und sind große Widerstände vorhanden, berichten Digital-Botschafter*innen, dass eine fortlaufende Begleitung schwierig und nicht zielführend ist.

Welche Herausforderungen gibt es bei Hausbesuchen?

Hausbesuche bieten eine vertrauensvolle Umgebung und eine gute Möglichkeit, auf individuelle Bedürfnisse der Lernenden einzugehen, da Lerntempo und individuelle Lernziele optimal aufeinander abgestimmt werden können. „Ich erkläre das langsam, auch fünfmal, und es ist wichtig, nie zu sagen: Das habe ich dir doch schon das letzte Mal gesagt. Man muss sehr feinfühlig auf die Menschen eingehen und auf ihre Bedürfnisse, die sie oft selbst noch gar nicht kennen“, berichtet ein Digital-Botschafter. Im Vergleich zu formalen Bil-

„Viele Bekannte aus der Umgebung sprechen mich persönlich an, um Unterstützung zu erhalten. Der persönliche Kontakt ist für die Leute wichtig.“

Zitat eines Digital-Botschafters

dingsangeboten bieten Hausbesuche die Möglichkeit, die Menschen da abzuholen, wo sie stehen, und Gelerntes teils auch mehrfach zu wiederholen, um Wissensbestände aufzufrischen und zu reaktivieren. Bei Hausbesuchen ergeben sich zugleich aber auch Herausforderungen auf der Ebene der Teilnehmenden und Digital-Botschafter*innen sowie durch die Gegebenheiten vor Ort.

Teilnehmende und Digital-Botschafter*innen:

Die individuellen Interessen und Motivationen der Teilnehmenden verlangen viel Flexibilität, Problemlösefähigkeit und digitale Kompetenzen von den Ehrenamtlichen. Jede Person möchte ihr Problem gelöst bekommen und stellt teils sehr spezifische Fragen: „Die individuellen Fragen können sehr herausfordernd sein, und bis man da selbst immer eine Lösung fin-



© Jonas Otte, artefont.de



det, das ist nicht so leicht. Ich muss aber auch aufpassen, dass ich mich selbst nicht übernehme. Die Leute haben viele spezifische Fragen zu Themen. Ich muss viel recherchieren und nachschauen und die Themen entsprechend vorbereiten", erklärt ein Digital-Botschafter. Solche Situationen können bei Teilnehmenden aber auch dazu beitragen, Berührungängste zu verlieren, wenn sie merken, dass die Ehrenamtlichen auch nicht immer alles auf Anhieb können: „Wenn die Betroffenen, die etwas lernen möchten, merken, die, die da kommen, sind ja auch keine Götter, die alles wissen, und selbst suchen und nachschauen müssen. Dann sind sie direkt offener.“ Die Digital-Botschafter*innen betonen, wie wichtig es ist, stets auf Augenhöhe zu kommunizieren und Berührungängste ernst zu nehmen.

Die Ehrenamtlichen müssen einen sehr guten Überblick über den Lernfortschritt haben und komplexe Zusammenhänge in kleine Lerneinheiten unterteilen können, die die Teilnehmenden nicht überfordern. Hierbei ist besonders wichtig, kleine Lernerfolge sichtbar zu machen und positiv zu verstärken: „Man muss sehr viel Zeit aufwenden, denn es bringt nichts, wenn man nur Tipp-Tipp macht und nicht erklärt, warum man es macht.“ Die Ehrenamtlichen brauchen also viel Geduld, eine gute

Methodenkenntnis und insbesondere viel Empathie, um aufgeschlossen auf Personen zugehen zu können: „Man braucht die soziale Kompetenz, um das Gegenüber in seiner Situation zu erfassen.“

Die zentrierte Lernsituation kann ein hohes Anspruchsdenken hervorrufen. Teilnehmende haben den Anspruch an Digital-Botschafter*innen, Helfer*innen in allen Situationen zu sein, und wünschen sich nicht selten, dass jedes Tippen auf dem Gerät begleitet wird. Daher müssen die Digital-Botschafter*innen darauf achten, sich nicht zu sehr vereinnahmen zu lassen, und dürfen ihr Ziel nicht aus den Augen verlieren, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten: „Wir machen keinen Kurs mit einem Ziel, bei dem ein Endergebnis erwartet wird. Unser Ziel ist, die Menschen auf dem Weg in die digitale Welt zu begleiten, und zwar so, dass sie vielleicht kleine Schritte weiterkommen, dass sie in ihrem persönlichen Umfeld damit selbstständig umgehen können und dass sie Hintergrundwissen haben.“

Das hohe Anspruchsdenken kann bei den Digital-Botschafter*innen auch zu Grenzüberschreitungen führen. Sie müssen daher ihre Grenzen kennen, sie klar abstecken und gegenüber den Hilfesuchenden kommunizieren, welche Unterstützung sie als Digital-Botschafter*innen anbieten und welche nicht: „Ich richte Ihnen nichts ein, wo es um sehr sensible Daten geht, weil wenn das nachher nicht richtig bedient wird, will ich nicht, dass das auf mich zurückfällt. Da braucht es dann zum Beispiel die zusätzliche Unterstützung durch die Familie“, erzählt eine Digital-Botschafterin im Interview.

Die Gegebenheiten vor Ort:

Die Ehrenamtlichen wissen im Vorfeld der Hausbesuche oftmals nicht, auf welche Gegebenheiten sie bei den Personen vor Ort treffen. Nicht alles kann vorab in einem Telefongespräch mit den Hilfesuchenden geklärt werden, auch weil viele gar nicht ihre Probleme und technische Ausstattung beschreiben können, zum Beispiel aufgrund fehlender Fachbegriffe und Kenntnisse. Diese Ungewissheit, wie die Situation im Zuhause der Personen sein wird, verlangt eine große Flexibilität und Sponta-

neität von den Ehrenamtlichen. Vor allem die technischen Gegebenheiten stellen die Digital-Botschafter*innen vor große Herausforderungen. Viele der Hilfesuchenden haben zwar einen Internetanschluss, wissen das aber gar nicht und haben dementsprechend auch keinen WLAN-Router, um ihre Geräte zu verbinden. Hier müssen die Digital-Botschafter*innen kreativ werden und richten dann beispielsweise einen Hotspot über ihre mobilen Daten ein. Oftmals kennen die Hilfesuchenden auch nicht die Zugangsdaten zu den Geräten oder Benutzerkonten und haben veraltete oder von Angehörigen abgelegte Geräte, die keine Updates mehr erhalten und auf denen bestimmte Anwendungen gar nicht mehr funktionieren. Das kann sowohl für die Ehrenamtlichen als auch für ihre Teilnehmenden frustrierend sein: „Teilweise haben die Menschen sehr alte Geräte, bei denen ich gar nicht direkt weiß, wie alles eingestellt wird. Viele haben mehrere oder sehr alte Verträge. Wenn dann irgendjemand gut meinent das Handy eingerichtet hat, aber der Nutzer kennt nicht die Zugangsdaten, dann steht man da erst mal auf dem Schlauch.“ Auch die Vielzahl an Betriebssystemen und Systemoberflächen erfordert ein Einarbeiten und hohe Bedienkompetenz seitens der Digital-Botschafter*innen. Insbesondere bei Smartphones und Tablets unterscheidet sich je nach Hersteller die Bedienoberfläche und Menüführung stark.

Je nach Lebenssituation der Personen sind bei einem Hausbesuch auch die Partner*innen anwesend, die entweder ebenfalls den Umgang mit digitalen Medien erlernen möchten oder neugierig sind, was die Digital-Botschafter*innen ihren Partner*innen

„Der eine Herr sagte: ‚Ich bin bedrängt worden von allen Verwandten, ich soll das jetzt mal lernen.‘ Da frage ich lieber die Betroffenen, was möchten Sie denn wirklich ernsthaft mit dem Gerät machen?“

Zitat einer Digital-Botschafterin

beibringen. Fast alle interviewten Ehrenamtlichen berichten dabei von Situationen, in denen es Konflikte zwischen Partner*innen gab, beispielsweise aufgrund von Ungeduld oder unterschiedlichen Kenntnisständen: „Wenn Sie Paare betreuen und die sitzen so nebeneinander und der eine ist nicht so fit wie der andere, dann kann es passieren, dass plötzlich der eine das Handy aus der Hand des anderen nimmt, darauf rumtippt und sagt: ‚Das geht doch so!‘ Da muss man hin und wieder einschreiten und sagen: „Lassen Sie es Ihre Partner*in doch alleine machen.“ Solche Situationen müssen Digital-Botschafter*innen gut moderieren und gegebenenfalls einschreiten.

Es wurde bereits betont, dass die Ehrenamtlichen wichtige Ansprechpartner*innen vor Ort sind. In den Interviews wurde deutlich, dass die Begegnungen dabei weit über den Austausch digitaler Themen hinausgehen: „Mir ist der private Austausch mit den Menschen wichtig. Ich behandle zwar immer ein technisches Thema, aber es gibt auch



© Maresa Getto

immer genug Raum, um über Privates zu quatschen.“ Nicht selten treffen die Ehrenamtlichen dabei auf Personen, die sozial stark isoliert sind und nur noch wenig bis gar keine Kontakte im Umkreis haben. Dementsprechend ist der Wunsch nach Austausch bei den Personen sehr groß. Die Herausforderung: Den Digital-Botschafter*innen muss ein Spagat zwischen digitalen Themen und allgemeinem Austausch gelingen, sodass es nicht in ein Extrem umschlägt. Damit leisten die Ehrenamtlichen, insbesondere bei Hausbesuchen, weit mehr als nur Unterstützung bei digitaler Teilhabe. Hier müssen die Digital-Botschafter*innen ihre individuellen Grenzen setzen.

Mit Hausbesuchen werden neue Zielgruppen erschlossen

Digital-Botschafter*innen erreichen Personen in ihrer Häuslichkeit und tragen so maßgeblich zur Erreichung des Projektziels bei, digitale Teilhabe für Menschen über 65 Jahre zu ermöglichen. Viele der Hilfesuchenden können oder möchten aus verschiedenen Gründen keine Angebote mehr außerhalb ihres Zuhauses besuchen. Die Ehrenamtlichen schließen mit diesem niedrigschwelligen und individuellen Ansatz regionale Angebotslücken und ergänzen vorhandene Angebote wie Volkshochschulkurse oder universitäre Angebot für ältere Menschen.

Digital-Botschafter*innen können gezielt auf persönliche Fragestellungen und Probleme eingehen, die Teilnehmende in strukturierten Kursangeboten unter Umständen nicht ausreichend beantwortet bekommen. Vor allem die Geduld und das ange-

messene Lerntempo geben den Lernenden Sicherheit und ermutigen sie dazu, Schritt für Schritt mehr zu lernen und die Chancen digitaler Medien im Alltag zu nutzen.



© Theresa Bäsch

Dr. Florian Tremmel

Dr. Florian Tremmel arbeitet als Referent für Offene Kanäle und Medienkompetenz bei der Medienanstalt Rheinland-Pfalz. Zudem ist er Mitentwickler und Redaktionsmitglied in den Projekten „Silver Tipps – mit Freude online!“ und „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“.



© Maresa Getto

Fabian Geib

Fabian Geib ist Referent für Medienkompetenz bei der Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest. Aktuell ist er Teamleiter und Koordinator im Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ sowie Redaktionsleiter des Senioren-Internet-Magazins.

Diesen Beitrag finden Sie auch online unter:
<https://www.silver-tipps.de/digital-botschafter-hausbesuche/>

Oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:



Studien zum Thema Digitalisierung & Ältere Menschen

Studie Senior*innen, Information, Medien (SIM 2021)

Mit der SIM-Studie untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), eine Kooperation der Medienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, erstmals die Mediennutzung von Personen ab 60 Jahren in einer spezifischen Studie. Die Untersuchung erfolgt zusammen mit der Arbeitsgruppe Gerontologie der Universität Heidelberg (IfG) und der Katholischen Hochschule (KH) Freiburg. Die SIM-Studie bildet als repräsentative Querschnittsuntersuchung den aktuellen Medienumgang von Personen ab 60 Jahren in Deutschland ab und ergänzt diese Daten um die Perspektive der Altersforschung. Befragt wurden über 3.000 Bundesbürger*innen. Als Basisstudie steht die SIM in der Tradition der Studienreihen KIM (Kindheit, Internet, Medien) und JIM (Jugend, Information, Medien), die seit über zwanzig Jahren ein aktuelles Bild zur Mediennutzung bieten. Die Basisstudie beinhaltet unter anderem Daten zu Medienausstattung, Internetnutzung, Einstellungen und der Wahrnehmung des eigenen Alterns.

Die Studie kann über diesen Link oder durch Scannen des QR-Codes heruntergeladen werden:

<https://www.mpfs.de/studien/sim-studie/2021>



Der D21-Digital-Index 2021/2022

Der D21-Digital-Index ist eine große Gesellschaftsstudie der Initiative D21, wird durchgeführt von Kantar und gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Der D21-Digital-Index liefert ein umfassendes jährliches Lagebild zum Digitalisierungsgrad der Gesellschaft in Deutschland. Befragt wurden über 16.000 Bundesbürger*innen ab 14 Jahren inklusive der Offliner*innen. Neben der

Untersuchung des Digitalisierungsgrades bietet die diesjährige Studie zwei Neuerungen: ein Schwerpunkt zum Thema digitale Nachhaltigkeit und die Betrachtung der Ergebnisse nach einzelnen Generationen, anstatt nach dem reinen Alter zu gehen.

Die Ergebnisse der Studie finden Sie über diesen Link oder durch Scannen des QR-Codes:

<https://initiated21.de/d21-digital-index>



Befragung zur digitalen Mediennutzung älterer Menschen im Land Bremen

Im Rahmen des Netzwerks Digitalambulanzen in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Landesamt Bremen und dem Institut für Informationsmanagement Bremen wurde eine schriftliche Befragung zur Nutzung digitaler Medien älterer Menschen im Land Bremen durchgeführt. Ziel dieser Umfrage war es insbesondere, den derzeitigen Stand der Nutzung von Internet und digitalen Endgeräten in der angesprochenen Zielgruppe zu erfragen. Die Ergebnisse wurden im Februar 2022 veröffentlicht. Die Umfrage enthält zahlreiche Erkenntnisse und Empfehlungen, die für Kommunen in ganz Deutschland interessant sind.

Die Ergebnisse der Umfrage finden Sie über den folgenden Link oder durch Scannen des QR-Codes:
<https://www.digitalambulanzen.bremen.de/das-netzwerk/presentationen-und-berichte/internetnutzung-aelterer-menschen-21295>



HELGA HILFT!

Mutig. Authentisch. Lustig.

Kurze Lernvideos für den digitalen Alltag.



Alle Folgen finden Sie hier:
<https://www.silver-tipps.de/category/helga-hilft/>

Das Format ist eine Kooperation zwischen der Digital-Botschafterin Helga Handke, dem Projektteam und OK:TV Mainz.

Bis jetzt wurden **10** Folgen von Helga Hilft produziert.

Die Videos wurden insgesamt über **70.000** Mal aufgerufen.

Das Format wurde **2019** mit dem Goldenen Internetpreis ausgezeichnet.

Weitere Folgen befinden sich bereits in Planung.





Frauenpower im Ehrenamt

von Anja Thimel

„Jeder, jede kann Digital-Botschafterin oder Digital-Botschafter werden. [...] Man muss Lust haben im Umgang mit digitalen Medien und vor allen Dingen muss man Lust dazu haben, dies anderen älteren Menschen zu vermitteln. Von daher rufe ich auf, sich zu bewerben, und insbesondere, dass sich Frauen als Digital-Botschafterinnen bei uns melden“, so Sabine Bätzing-Lichtenthäler, die ehemalige rheinland-pfälzische Sozialministerin, im Imagefilm zum Digital-Botschafter-Projektstart 2018. Offenbar sind viele Frauen dem Aufruf der ehemaligen Ministerin gefolgt, denn 41 Prozent der Digital-Botschafter*innen, sind weiblich. Damit ist das Ziel einer geschlechterausgewogenen Beteiligung im Projekt zwar noch nicht erreicht, aber in greifbare Nähe gerückt.

Anja Thimel ist als akademische Mitarbeiterin im Projekt „DiBiWohn“ (Digitale Bildungsprozesse für ältere Menschen in seniorenspezifischen Wohnformen) für die Stiftung Medien-Kompetenz Forum Südwest tätig. Sie hat Erziehungswissenschaft mit dem Schwerpunkt Lebenslanges Lernen und Medienbildung an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz studiert und 2020 ihre Masterarbeit über Digital-Botschafterinnen geschrieben.



© privat

Anja Thimel

Wer engagiert sich im digitalen Ehrenamt?

Den Projektverantwortlichen war es ein besonderes Anliegen, Frauen für das Ehrenamt zu gewinnen, da eine Studie aus dem Jahr 2017 zu Internet-Initiativen für Senior*innen in Rheinland-Pfalz¹ gezeigt hatte, dass nur 21 Prozent Frauen ehrenamtlich im Bereich Senior*innen und Internet tätig sind. Im baden-württembergischen Projekt FUTA² betrug der Frauenanteil 35 Prozent, im europäischen Projekt Seniors@DigiWorld³ 38 Prozent. So viel zur Statistik. Doch wer verbirgt sich hinter den Zahlen? Was sind das für Frauen, die sich als Digital-Botschafterinnen in diesem technischen und männlich dominierten Ehrenamt engagieren?

Laut der Bundesagentur für Arbeit⁴ liegt der Frauenanteil in den sogenannten MINT-Berufen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) noch heute bei nur 16 Prozent. Insgesamt ist zwar die Zahl der erwerbstätigen Frauen in den

letzten Jahrzehnten stark gestiegen, doch noch immer sind sie vor allem in den schlechter bezahlten klassischen Frauendomänen Gesundheit, Erziehung und Dienstleistung tätig, und das häufig in Teilzeit. Auch im Ehrenamt konzentrieren sich die Frauen auf Kirche, Kinder und den gesundheitlichen und sozialen Bereich. Ein Ehrenamt im technischen Bereich ist für Frauen eher untypisch. Bei allen gesellschaftlichen Bestrebungen zur Gleichstellung bestehen Männer- und Frauendomänen weiter, und in den Köpfen halten sich Vorstellungen von typisch männlichen und weiblichen Eigenschaften. Mädchen und Frauen schätzen nach wie vor ihre digitalen Kompetenzen geringer ein als Jungen und Männer. Dabei sind die Unterschiede gesellschaftlich konstruiert, weil historisch bedingte Einstellungen fortwirken und Frauen noch immer den weitaus größten Teil der Familienarbeit leisten.

-
- 1 Preßmar/Hüsing/Geib (2017): Silver Surfer Fachtagung: https://www.zww.uni-mainz.de/files/2018/08/Praesentation_Dr._Florian_Pressmar.pdf (zuletzt abgerufen am 18.11.2021).
 - 2 Doh, Michael et al. (2016): Projekt FUTA – Förderliche und hinderliche Faktoren im Umgang mit neuen Informations- und Kommunikationstechnologien im Alter. Heidelberg. Verfügbar unter https://www.psychologie.uni-heidelberg.de/mediendaten/ae/apa/futa-ergebnisbericht_2015.pdf (uni-heidelberg.de) (zuletzt abgerufen am 17.11.2021).
 - 3 seniors@digital word (2017): Connect Seniors to the Digital World. Senior citizens' and multipliers' training needs study – Report on Findings (01). Verfügbar unter <https://www.digitale-chancen.de/assets/includes/sendtext.cfm?aus=11&key=1485&pkey=2&dltype=2> (zuletzt abgerufen am 17.11.2021).
 - 4 Bundesagentur für Arbeit (2021): Berufe auf einen Blick: MINT, Nürnberg. Verfügbar unter: <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Angebote/Berufe-auf-einen-Blick-MINT/Berufe-auf-einen-Blick-MINT-Nav.html> (zuletzt abgerufen am 17.11.2021).



© Natalie Tilmann

Ich selbst bin 1964 geboren und habe als Mädchen und junge Frau schon von den gesellschaftlichen Entwicklungen, ausgelöst durch die Studentenbewegung der späten 1960er, die Emanzipationsbewegung der 1970er-Jahre und die Bemühungen der Bildungspolitik um Chancengleichheit von Jungen und Mädchen profitieren können. Umso größer ist mein Respekt vor den Digital-Botschafterinnen, die in den 1950er-Jahren oder früher geboren und noch viel mehr als ich nach alten Rollenmustern erzogen und sozialisiert worden sind. Was bewegt sie, sich entgegen den gesellschaftlichen Zuschreibungen im technischen Bereich zu engagieren? Um darüber mehr herauszufinden, habe ich 2020 für meine Masterarbeit in der Fachrichtung „Lebenslanges Lernen und Medienbildung“ vier Digital-Botschafterinnen nach ihren biografischen Zugängen zu den digitalen Medien, nach ihren Einstellungen, Erfahrungen und ihrer Selbsteinschätzung befragt.

Mutig und offen für Neues sein

Eins vorweg: Die von mir befragten Digital-Botschafterinnen sind so verschieden wie die Menschen, die sie auf ihrem Weg in die digitale Welt begleiten. Eine sachlich-distanziert, eine quirlig-lebensfroh, eine selbstsicher-gelassen und eine still-zurückhaltend. Was sie gemeinsam haben: Sie suchen nach einer sinnstiftenden Tätigkeit im Ruhestand und sind offen für Neues. Damit bestätigen sie eine wissenschaftliche Untersuchung zur Technikakzeptanz⁵, die von allen Persönlichkeitsmerkmalen nur die „Offenheit gegenüber Neuem“ als Voraussetzung für die Akzeptanz technischer Entwicklungen eindeutig bestätigt hat. Zwei der Befragten haben früh einen Berufsweg in der Informationstechnologie eingeschlagen und müssen zu ihrer Anfangszeit in den 1970er-Jahren wahre Exotinnen gewesen sein. Die beiden anderen haben nach der Familienpause eine Computer-

5 Vgl. Claßen, Katrin (2013): Zur Psychologie von Technikakzeptanz im höheren Lebensalter: Die Rolle von Technikgenerationen. Universitätsbibliothek Heidelberg, S. 102.

fortbildung zur Wiedereingliederung in den Beruf absolviert. Damit haben alle vier die Computertechnik als zentral für ihre beruflichen Werdegänge erlebt. Sie alle bildeten sich stetig weiter, stellten sich den Herausforderungen des lebenslangen Lernens und förderten damit ihre Karrieren. Bemerkenswert ist, dass sie die entsprechenden Angebote nicht nur für sich wahrgenommen haben, sondern heute selbst aktiv im Ehrenamt solche Angebote gestalten. Die befragten Frauen leben in wohlhabenden Verhältnissen, zwei von ihnen in Partnerschaften, und sind nicht zu stark in die Familienarbeit (Kümmern um Enkelkinder und Eltern) eingebunden – Bedingungen, die einer Entfaltung im Ehrenamt sicher zugutekommen.

Den ersten Kontakt zu Computern haben drei der vier Frauen stressfrei erlebt, so berichten sie. Die digitalen Medien sehen sie heute alle in erster Linie pragmatisch, genießen aber auch die Möglichkeiten zur Unterhaltung oder zum kreativen Gestalten. Alle nutzen Instant Messenger. Facebook stehen sie kritisch gegenüber und möchten sich dort nicht selbst präsentieren. Eine der Frauen, die politisch aktiv ist, liebt und nutzt Twitter zum Austausch. Für alle sind die digitalen Medien unabdingbar, um am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Sie bewerten sie als hilfreich für die Lebensbewältigung und die Kompensation von (altersbedingten) Defiziten. Das ist ihre Motivation,



© Digital-Botschafter*innen Herxheim



© Digital-Botschafter*innen Gernersheim

die digitalen Medien älteren Menschen näherzubringen. Dafür suchen sie diese zu Hause oder in Senioreneinrichtungen auf, gestalten Treffs oder Informationsveranstaltungen – je nach Typ allein oder im Team. Ihr Medium sind in erster Linie die mobilen Endgeräte: Smartphones und Tablets.

Nicht die Technik sondern den Menschen in den Mittelpunkt stellen

Die Digital-Botschafterinnen gehen nicht dogmatisch vor, sondern erspüren die Bedürfnisse der Menschen und möchten Ängste nehmen, so beschreiben sie ihre Arbeit. Darin – im Emotionalen und Sozialen – sehen sie auch ihre wichtigsten Kompetenzen. Bei ihren männlichen Kollegen sehen sie die sozialen und emotionalen Kompetenzen weniger stark ausgeprägt, diese setzen häufig zu viel Vorkenntnisse voraus. Sie gäben sich dominanter, selbstsicherer und technisch versierter, ohne dass dies notwendigerweise begründet sei. Die beiden IT-Fachfrauen schreiben sich eine hohe informationstechnische Kompetenz zu, die beiden anderen dagegen halten sich für technisch nicht sehr begabt, haben aber – und das ist entscheidend – keine Angst vor den Geräten. Zwei der Digital-Botschafterinnen verfügen über ausgeprägte Organisations- und Führungskompetenzen zu verfügen, eine ist allein im Ehrenamt unterwegs und eine fühlt sich wohl im Team. Alle vier befragten Digital-Botschafterinnen haben trotz unterschiedlicher Voraussetzungen eine große Selbstwirksamkeitserwartung. Sie vertrauen nicht nur in ihre eigene Kompetenz, mit den digitalen Medien um-

zugehen, sondern auch in ihre Fähigkeiten zur Vermittlung digitaler Kompetenzen an andere.

Digital-Botschafterinnen sind Rollenvorbilder

69 Prozent der Digital-Botschafter*innen geben an, dass bei ihren Angeboten nur Frauen (4 Prozent) oder überwiegend Frauen (65 Prozent) teilnehmen. Könnte das an dem hohen Anteil von Frauen im Digital-Botschafter-Ehrenamt liegen? In den Silver-Surfer- oder den FUTA-Kursen waren im Vergleich etwa ebenso viele Frauen wie Männer vertreten. Die Diskrepanz zwischen der Bereitschaft, als Multiplikatorin tätig zu sein, und der zur Teilnahme an einer Weiterbildung oder zur Annahme eines Digital-Botschafter-Angebots liegt also nicht am Interesse an den digitalen Medien, sondern im Selbstvertrauen, das eigene digitale Wissen weiterzugeben. Frauen könnten gut erklären, wie die Dinge zusammenhängen, berichtet eine Digital-

Botschafterin im Imagefilm zum Projektstart. Digital-Botschafterinnen können nicht nur gut erklären, sondern sie dienen auch als Rollenvorbild und ermutigen, indem sie selbst den kompetenten und entspannten Umgang mit den digitalen Medien vorleben, andere Frauen: nicht nur ältere Einsteigerinnen in die digitale Welt, sondern auch jüngere Frauen zum Beschreiten neuer Wege und zum Ergreifen (informations-)technischer Berufe.

Diesen Beitrag finden Sie auch online unter:
<https://www.silver-tipps.de/frauenpower-im-digital-botschafter-ehrenamt/>

Oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:



Gefällt Ihnen das Magazin?

Dann lesen Sie doch auch unsere anderen Ausgaben:

Alle Magazine finden Sie auf der Digital-Botschafter-Website:
www.digital-botschafter.rlp.de



© Ruslan Huzau – shutterstock.com



- ... richtet sich an Silver Surfer, also ältere, aktive Internetnutzer*innen.*
- ... ist werbefrei! Alle Inhalte sind von Expert*innen recherchiert und wissenschaftlich fundiert.*
- ... legt besonderen Wert auf die Verständlichkeit aller Inhalte und arbeitet praxisnah.*
- ... richtet einen besonderen Blick auf Verbraucher- und Datenschutz.*
- ... beleuchtet regelmäßig neue Themengebiete rund um Smartphone, PC und Internet.*

www.silver-tipps.de
Mit Freude online!

Impressum

Titel:

Das Senioren-Internet-Magazin,
Ausgabe 04/2022
Ein Blick auf drei Jahre Digital-Botschafterinnen
und -Botschafter Rheinland-Pfalz

Herausgeber:

Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest
(MKFS)
c/o Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Turmstraße 10
67059 Ludwigshafen
Tel.: 0621/5202-271
Fax: 0621/5202-279
E-Mail: info@mkfs.de
Die Stiftung wird getragen von der Medienanstalt
RLP, der Landesanstalt für
Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und
dem Südwestrundfunk (SWR).

Redaktion:

Thomas Schmid – Projektleiter und V.i.S.d.P.
Dr. Florian Tremmel
Fabian Geib
Fabian Kloft

Kuratorium der Stiftung:

Dr. Marc Jan Eumann, Direktor, Medienanstalt RLP
Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident, LFK
Prof. Dr. Kai Gniffke, Intendant, SWR

Vorstand der Stiftung:

Christine Poulet, SWR (Vors.)
Thomas Schmid – Medienanstalt RLP
Thomas Rathgeb, LFK

Autoren:

Fabian Geib | Fabian Kloft | Christine Poulet |
Thomas Rathgeb | Anja Thimel |
Dr. Florian Tremmel

Lektorat und Korrektorat:

Jeanine Wein

Bildnachweise:

Die Bildnachweise befinden sich an den einzelnen
Bildern im Magazin.

Gestaltung:

artefont – Tanja Labs

Druck:

PRINZ-DRUCK Print Media GmbH & Co KG,
Idar-Oberstein

Auflage:

1.000 Stück

Die Onlineversion des Magazins finden Sie auf der
Digital-Botschafter-Website.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung bedarf der vorherigen Zustimmung der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verwendung dieses Werkes durch Dritte darf nicht zu absatzfördernden Zwecken geschehen. Die auszugsweise Wiedergabe für wissenschaftliche und schulische Zwecke ist mit Quellenangabe gestattet. Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Autorinnen und Autoren ausgeschlossen wird. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

ISBN:



9 783982 018676

Und weiter geht's ...

... das Projekt wurde verlängert!



Ein herzliches Dankeschön an die Digital-Botschafter*innen, die dieses Projekt möglich machen. Wir freuen uns, dass wir diesen Weg weiter mit Ihnen gehen können!



© Monkey Business Images – Shutterstock.com, Open Street Map und Mitwirkende, CC-BY-SA

NEUGIERIG GEWORDEN?

Auf diesen Internetseiten geht es weiter!



© Silver-Tipps.de

www.silver-tipps.de

Wie erstellen Sie ein sicheres Passwort?
Was sollten Sie beim Online-Banking beachten?
Oder welche Gesundheitstipps aus dem Internet sind sinnvoll? Auf diese und viele weitere Fragen gibt Ihnen das Serviceportal „Silver Tipps – mit Freude online!“ fundiert, verständlich und werbefrei Antworten.



DIGITAL
BOTSCHAFTERINNEN
& BOTSCHAFTER
RHEINLAND-PFALZ

www.digital-botschafter.rlp.de

Die zentrale Anlaufstelle für Digital-Botschafterinnen und -Botschafter und die, die es werden möchten: Veranstaltungen in der Umgebung suchen, sich mit anderen Ehrenamtlichen vernetzen und geeignete Materialien für die eigene Tätigkeit als Digital-Botschafter*in finden.