

„Herbsthelfer“
Bremer Verbund für Seniorendienstleistungen

Abschlussbericht

Herausgeber

ifib consult GmbH

Am Fallturm 1

28359 Bremen

Geschäftsführer: Björn Eric Stolpmann, Prof. Dr. Andreas Breiter

Gerichtsstand: Amtsgericht Bremen, HRB 26806 HB

Telefon: ++49(0)421 218-56590

Telefax: ++49(0)421 218-56599

E-Mail: info@ifib-consult.de

www.ifib-consult.de

Im Auftrag des Senators für Finanzen der Freien Hansestadt Bremen

Autoren/Verantwortliches Projektteam

Prof. Dr. Herbert Kubicek

unter Mitarbeit von:

Niels Winkler

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung.....	4
1.1	Die Vorgeschichte	4
1.2	Überblick.....	7
2	Die 6 Projekte der ersten Phase	9
2.1	POSTPERSÖNLICH.....	9
2.2	Bargeldservice der Sparkasse Bremen	12
2.3	Mediendienst der Stadtbibliothek Bremen	13
2.4	Ummeldeservice des Stadtamts Bremen	16
2.5	Formularservice des Bürgertelefons Bremen.....	16
2.6	Lotsenprojekt Phase I.....	17
2.6.1	Kampagne 1	20
2.6.2	Kampagne 2	25
2.6.3	Konsequenzen.....	28
2.6.4	Schlussfolgerungen für die zweite Projekthälfte.....	30
3	Projekte der zweiten Phase.....	32
3.1	Lotsenprojekt II	32
3.1.1	Planung	32
3.1.2	Eigene Werbemaßnahmen	33
3.1.3	Gemeinsame Flyer	37
3.1.4	Gemeinsame Homepage.....	42
3.1.5	Umfrage bei Nachbarschaftshelfer*innen	48
3.1.6	Zusammenfassende Bewertung der DLZ.....	52
3.2	Aufsuchende Digitalassistent durch DLZ.....	53
3.3	Aufsuchende Digitalassistent durch die Ambulanten Versorgungsbrücken	60
3.4	Neue Formate für stationäre Smartphone- und Tablet-Kurse	62
3.5	Auf dem Weg zu einem "Netzwerk Digitalambulanzen".....	69
3.6	Älter werden in Bremerhaven – digital und interaktiv	76
3.6.1	Testgegenstand und Methode	79
4	Schlussfolgerungen und Empfehlungen	85
5	Anhang	88
A.1	Tätigkeitsbericht Projekt "Herbsthelfer"	88
A.2	Fragebogen für Ehrenamtliche	94
A.3	Zehn Grundsätze für eine responsive Förderung digitaler Kompetenzen älterer Menschen.....	96

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Teilnehmende öffentliche, private und gemeinnützige Träger ...	6
Abbildung 2: Internetauftritt Herbsthelfer	6
Abbildung 3: Weitere Kooperationspartner	7
Abbildung 4: Internetauftritt "POSTPERSÖNLICH"	10
Abbildung 5: Bargelddienst im Internet	13
Abbildung 6: Angebote der Stadtbibliothek Bremen im Internet.....	14
Abbildung 7: Stadtplan und Einzugsgebiete der Zustellstützpunkte	19
Abbildung 8: Postkarte für das Projekt "Herbsthelfer" (Kampagne 1)	21
Abbildung 9: Postkarte für das Projekt "Herbsthelfer" (Kampagne 2)	26
Abbildung 10: Flyer der Ehrenamtlichen Nachbarschaftshilfe	38
Abbildung 11: Internetauftritt der Bremer Dienstleistungszentren	43
Abbildung 12: Ergebnisbericht der Befragung von Ehrenamtlichen.....	50
Abbildung 13: Teilnehmende im Projekt aufsuchende Digitalassistent*innen	54
Abbildung 14: Assistent*innen im Projekt aufsuchende Digitalassistent*innen.....	55
Abbildung 15: Verschiedene Stufen der Digitalassistent*innen	58
Abbildung 16: Vorschlag für zwei Folgeprojekte	60
Abbildung 17: Digitalassistent*innen der ambulanten Versorgungsbrücken	61
Abbildung 18: Lernerfolge und verbliebene Schwierigkeiten.....	62
Abbildung 19: Ankündigung des Probeangebots.....	64
Abbildung 20: Ausgabe und Einrichtung der Leih-Tablets.....	66
Abbildung 21: Häufigkeit verbliebener Schwierigkeiten	67
Abbildung 22: Räumliche Responsivität	70
Abbildung 23: Internetkurse und Sprechstunden in Bremen	74
Abbildung 26: Von der gedruckten Broschüre zum digitalen Angebot.....	76
Abbildung 27: Mit Nutzer*innen erarbeitete Startseite für das Seniorenportal auf www.bremerhaven.de	78

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erwünschte Dienstleistungen	5
Tabelle 2: Übersicht der Zeiträume für die Pilotierung von Kampagne 1.....	19
Tabelle 3: Übersicht der Zeiträume für die Pilotierung von Kampagne 2.....	19
Tabelle 4: Übersicht der Zustellstützpunkte und der Zuständigkeit.....	20
Tabelle 5: Soll-Ist-Vergleich Gewinnung Ehrenamtlicher	22
Tabelle 6: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ Walle)	23
Tabelle 7: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (Caritas Neustadt)	23
Tabelle 8: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ Mitte)	24
Tabelle 9: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ der DGSD).....	24
Tabelle 10: Zielgrößen für Beratungstermine.....	26
Tabelle 11: Soll-Ist-Vergleich Beratungstermine	26
Tabelle 12: Wege der Kundenmeldungen (AWO)	27
Tabelle 13: Wege der Kundenmeldungen (Caritas).....	27
Tabelle 14: Wege der Kundenmeldungen (DRK)	27
Tabelle 15: Vermutete Gründe für die geringe Resonanz	29
Tabelle 16: Gewinnung von Ehrenamtlichen in Phase zwei	33
Tabelle 17: Art der Kontaktaufnahme	34
Tabelle 18: Ergebnisse der Gewinnung Ehrenamtlicher	35
Tabelle 19: Wege der Gewinnung Ehrenamtlicher.....	35
Tabelle 20: Ergebnisse der umfassenderen Kampagne der PGSD	36
Tabelle 21: Umfang der Befragung und Rücklauf.....	49
Tabelle 22: Rücklauf pro Organisation	49
Tabelle 23: Beantwortung der Frage 12	51
Tabelle 24: Beantwortung der Frage 13	52
Tabelle 25: Beantwortung der Frage 14	52
Tabelle 26: Lernerfolge und verbliebene Schwierigkeiten	55
Tabelle 27: Aussagen zur Fortsetzung der Tablet-Nutzung	56
Tabelle 28: Gewünschte Lerninhalte.....	66
Tabelle 29: Umsetzung der 10 Grundsätze	68

1 Einführung

1.1 Die Vorgeschichte

Im Jahr 2016 wurde in der Freien Hansestadt Bremen mit dem Programm „Zukunftsorientierte Verwaltung“ (ZOV) ein Masterplan entwickelt, der die begonnene Modernisierung der Bremer Verwaltung fortsetzen und weiterentwickeln soll. Das Programm hat sich u. a. zum Ziel gesetzt, Strategien zu entwickeln, wie bestimmte Bevölkerungsgruppen noch besser erreicht werden können und welche Dienste seitens der Verwaltung neu angeboten oder ausgeweitet werden sollten. Dabei wird angenommen, dass eine gute Verwaltung auch in den verschiedenen Sozialräumen der Stadt präsent sein und auch neue Wege der Kooperation mit anderen öffentlichen und mit privaten Partnern einschlagen sollte. Eine Frage war, wie speziell der Service für ältere Menschen in Bremen verbessert und ausgebaut werden kann. Die Ausgangslage war, dass ältere unterstützungsbedürftige Mitbürger*innen, die noch mobil sind, in der Regel selbstständig Unterstützungs- und Hilfsangebote nutzen und andere als Pflegebedürftige durch private und staatliche Träger betreut werden. Für Personen, die weder zur einen noch zur anderen Gruppe gehören, besteht häufig eine mangelnde Unterstützungsstruktur, was die Gefahr eines Abrutschens in die Pflegebedürftigkeit erhöht.

In einer Skizze mit dem Titel „Mobiler Service für ältere Menschen und Menschen mit Mobilitätsbeschränkungen im Stadtteil - Projekt der Freien Hansestadt Bremen in Kooperation mit der Deutschen Post (DP) und anderen Trägern“ hat Staatsrat Henning Lühr beim Senator für Finanzen im Dezember 2016 diese Problemlage aufgegriffen. Zwar gibt es haupt- und ehrenamtliche aufsuchende Altenarbeit und Nachbarschaftshilfe (NBH), für die (älteren) Menschen, die nicht mehr mobil genug sind, um sich alleine umfassend zu versorgen, andererseits aber auch noch kein Pflegefall sind. Diese Unterstützung erfolgt aber nicht in ausreichendem Umfang, u.a. weil es an Mitteln und Ehrenamtlichen fehlt. Vielen Bedürftigen sind diese Leistungen zudem auch nicht bekannt.

Bei der Suche nach geeigneter Unterstützung ist er, der unter anderem die Verträge über die gesamten Postleistungen für die Freie Hansestadt Bremen mit der Deutschen Post (DP) verhandelt, auf die Idee gekommen, ob nicht deren Zusteller*innen, die jeden Tag in den Quartieren unterwegs sind, hilfreiche Funktionen übernehmen können. Damit würden diese nicht nur ein längeres Verweilen älterer Menschen in der eigenen Wohnung ermöglichen und Kosten der Heimunterbringung für eine gewisse Zeit vermeiden helfen, sondern angesichts des sinkenden Briefaufkommens durch zusätzliche Dienstleistungen zukünftig auch zu ihrer eigenen Beschäftigungssicherung beitragen.

Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen des Programms ZOV Anfang 2017 ein Projekt mit dem Ziel initiiert, die Unterstützungsbedarfe für ältere Menschen zu ermitteln und Angebote zu verbessern. Dabei standen zunächst die Fragen im Mittelpunkt, welche Bedarfe ältere Menschen haben und welche Angebote es bereits gibt. ifib consult ist diesen Fragestellungen in einer Machbarkeitsstudie nachgegangen. Auf Basis von Experteninterviews und einer Befragung älterer Menschen

wurde ermittelt, wo es zusätzliche Unterstützungsbedarfe in den verschiedenen Quartieren gibt. Dabei wurde in Kooperation mit der DP auch untersucht, welche Rolle deren Briefzusteller*innen bei der Erbringung und/oder Vermittlung von Dienstleistungen für ältere Menschen übernehmen könnten. Die Annahme war dabei, dass die Zusteller*innen der DP tagtäglich flächendeckend in der Stadt unterwegs sind, Zugang zu allen Haushalten haben und viele ihrer Kund*innen auch mehr oder weniger gut kennen. Die Studie zeigte, dass die vorhandenen Serviceangebote der Stadt, aber auch der Wohlfahrtsverbände, nur von einem geringen Teil der älteren Menschen genutzt werden. So nutzen nur drei bis sechs Prozent der Einwohner*innen über 60 Jahre die Angebote des Dienstleistungszentrums in ihrem Stadtteil. Neben der Tatsache, dass viele ältere Menschen nicht auf Unterstützungsangebote angewiesen sind, ist diese geringe Zahl auch auf mangelnde Bekanntheit der vorhandenen Angebote bei den Zielgruppen zurückzuführen.

Hinsichtlich der Rolle der Briefzusteller*innen ergab die Studie, dass diese eher Vermittler von Dienstleistungen sein können und nur in Ausnahmen Erbringer. Die Möglichkeiten beschränken sich auf einen Kontakt an der Haustür mit einem persönlichen Gespräch, gegebenenfalls im Zusammenhang mit der Übergabe von Informationsmaterialien. Die Befragungen haben zu der folgenden Rangliste geeigneter Dienstleistungen für Senior*innen geführt, die eine erste Machbarkeitsabschätzung bestanden haben:

Platz	Dienstleistungen
1	71 % der Expert*innen wünschten sich von den Zusteller*innen, was zum Kerngeschäft der Post passt: Briefmarken an der Türe verkaufen, frankierte Briefe und Pakete mitnehmen.
2	46 % der Expert*innen befürworteten eine zielgruppenspezifische Information durch die Zusteller*innen : Diese übergeben und erläutern Informationsmaterial zu ausgewählten relevanten Angeboten, konkretisiert für Informationen über Angebote der Dienstleistungszentren im jeweiligen Stadtteil.
3	Behördeninformationen/Formulare (42 % der Expert*innen und 39 % der Bewohner*innen) begrüßten einen allgemeinen Formulardienst per Telefon (115) und Postversand sowie einen aufsuchenden Ummelde- und Ausweisverlängerungsdienst durch Mitarbeiter des Bürger Service Center in Wohnheimen für ältere Menschen.
4	Kurzkontakt („POSTPERSÖNLICH“) : Zusteller*innen klingeln mehrmals in der Woche und erkundigen sich, ob alles in Ordnung ist. Falls nicht wird ein Hausnotrufdienst verständigt (29 % der Experten).
5	Bibliotheksdienst : Zusteller*innen nehmen Bestellungen von Bewohner*innen eines Wohnheims für Bücher und andere Medien entgegen, liefern diese aus und nehmen sie später wieder mit (25 % der Experten, 7 % der Bewohner).
6	Bargeldservice : Kund*innen der Sparkasse bestellen telefonisch einen bestimmten Bargeldbetrag, der als versicherter Wertbrief von Zusteller*innen persönlich übergeben wird (21 % der Experten, 15 % der Bewohner).

Tabelle 1: Erwünschte Dienstleistungen

Auf Basis dieser Studienergebnisse wurden Kontakte zu Erbringern dieser Dienstleistungen aufgenommen und Kooperationsmöglichkeiten geklärt. Als Ergebnis wurden im Dezember 2017 die „Herbsthelfer – Bremer Verbund für Seniorendienste“ gegründet. Der Verbund setzt sich aus öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Trägern zusammen. Dazu gehören, neben verschiedenen Stellen der

Bremer Verwaltung die Stadtbibliothek, die DP, die vier Wohlfahrtsverbände Deutsches Rotes Kreuz (DRK), die Arbeiterwohlfahrt (AWO), die Caritas und der Paritätische, die AOK Bremen/Bremerhaven, die Sparkasse Bremen, die Johanniter-Unfall-Hilfe sowie die Bremer Heimstiftung (Vgl. Abbildung 1).

Gemeinsam wurden insgesamt sechs Projekte ins Leben gerufen, die jeweils einen



Abbildung 1: Teilnehmende öffentliche, private und gemeinnützige Träger

Beitrag zur Verbesserung der Unterstützungsleistungen für ältere Menschen leisten sollen. Die Aktivitäten des Verbundes stellen dabei eine Ergänzung zu bereits bestehenden Projekten und Angeboten innerhalb Bremens dar. Abbildung 2 gibt die Startseite des Internetauftritts wieder.

Abbildung 2: Internetauftritt Herbsthelfer

1.2 Überblick

Für die Umsetzung der sechs Vorschläge wurde ein zweistufiges Vorgehen gewählt. Zunächst sollten die Teilprojekte nur in ausgewählten Stadtteilen oder mit nur einem Kooperationspartner begonnen werden und erst nach einer Zwischenevaluation, gegebenenfalls mit Verbesserungen aufgrund von Ersterfahrungen in weiteren Stadtteilen oder Partnern (Vgl. Abbildung 3) fortgesetzt werden.

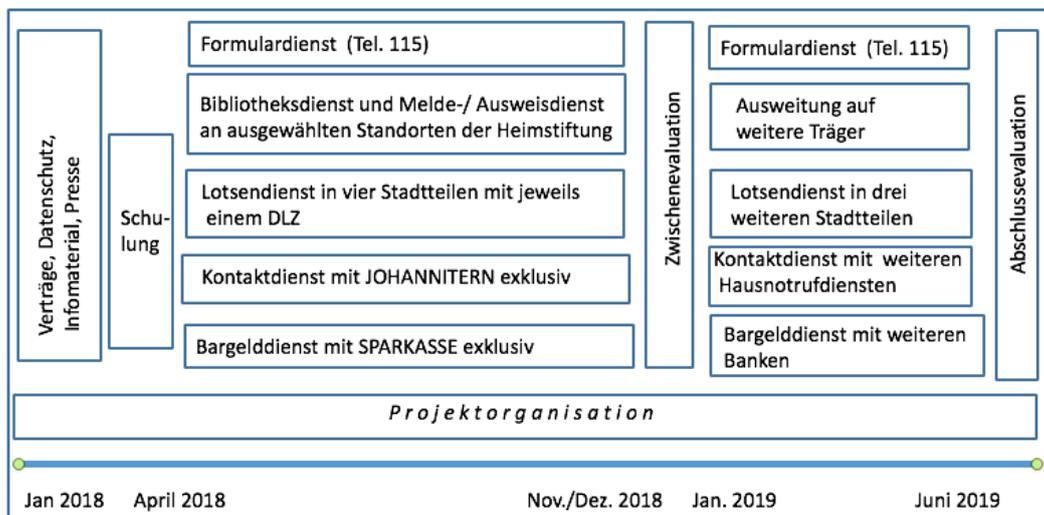


Abbildung 3: Weitere Kooperationspartner

Im Dezember 2018 und Januar 2019 wurde die geplante Zwischenevaluation durchgeführt. Der Evaluationsbericht mit einem Schwerpunkt auf dem Lotsendienst und dem Mediendienst der Stadtbibliothek wurde auf der Internetseite der Herbsthelfer veröffentlicht.¹ Darin wurde der grundsätzliche Ansatz der Kooperation mit unterschiedlichen privatwirtschaftlichen und öffentlichen Trägern als positiv eingeschätzt. Es wurden jedoch auch die Herausforderungen aufgrund unterschiedlicher Organisationsstrukturen und -kulturen sowie wirtschaftlicher Bedingungen und Möglichkeiten reflektiert und als Ergebnis mehrere Veränderungen einvernehmlich verabredet.

Dieser Abschlussbericht fasst im zweiten Kapitel noch einmal die Entwicklung der sechs Teilprojekte in der ersten Projekthälfte zusammen und schreibt sie bis heute fort. Im dritten Kapitel wird zunächst das in der zweiten Phase stark modifizierte Lotsenprojekt behandelt und anschließend werden mehrere neu hinzugenommene Projekte betrachtet:

- die Aufsuchende Digitalassistentz in Kooperation mit den DLZ und einem weiteren Träger,
- die Erprobung neuer Formate in Tablet -und Smartphone-Kursen für ältere Menschen,
- eine Umfrage bei den Nachbarschaftshelfer*innen der DLZ

¹ Vgl. https://www.finanzen.bremen.de/neue_verwaltung/herbsthelfer-61017

- die mit älteren Menschen entwickelte interaktive Onlineversion des Ratgebers „Älter werden in Bremerhaven“.

Im vierten Kapitel wird dann ein Fazit zu dem gesamten Verbund gezogen.

2 Die 6 Projekte der ersten Phase

2.1 POSTPERSÖNLICH

Die größte Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit, in der Politik in Bremen und den Medien² bundesweit hat ein Kontaktdienst gefunden, an dem die Verwaltung selbst nicht beteiligt war, sondern nur die Kooperation zwischen zwei Partnern vermittelt hat. Die DP hatte bereits früher im Ruhrgebiet unter dem Namen „POSTPERSÖNLICH“ eine ähnliche Dienstleistung angeboten, mangels Nachfrage aber wiedereingestellt. Zusteller*innen sollten sich drei oder fünf Mal in der Woche bei den Kund*innen, die diesen Dienst gebucht haben, erkundigen, ob alles in Ordnung ist. Nach mehreren Pressemeldungen hatte inzwischen die französische La Poste landesweit einen ähnlichen Service mit der Bezeichnung „Veiller sur mes parents“ erfolgreich eingeführt, der sich vom Namen her zwar stärker an die Angehörigen richtet, aber dennoch von der DP als Ermutigung für einen neuen Anlauf wahrgenommen wurde.

In der Machbarkeitsstudie hatten Zusteller*innen darauf verwiesen, dass einige dich heute schon unverbindlich um ältere hilfebedürftige ältere Menschen kümmern, sie aber nicht wissen, was sie tun sollen, wenn etwas nicht in Ordnung ist. Daher wurde für Bremen die Kooperation mit einem Hausnotrufdienst geplant, der auf solche Fälle vorbereitet ist. In diesem Fall war es die Johanniter-Unfall-Hilfe: Zusteller*innen klingeln und wenn nicht geöffnet wird oder Hilfebedarf festgestellt wird, informieren sie die Johanniter-Unfall-Hilfe, bei der ein Schlüssel hinterlegt ist und die ausgebildete Helfer*innen losschickt oder Kontakt mit einer angegebenen Person aufnimmt, die sich um den Fall kümmert. Ob die Zusteller*innen bis zum Eintreffen der Hilfe warten, soll vom Einzelfall abhängen.

Der Dienst sollte kostenpflichtig, wenn auch nicht kostendeckend erprobt werden. Daher sollte die Pilotierung zunächst in einem wohlhabenderen Stadtteil beginnen. Die Wahl fiel auf Schwachhausen. Für diesen kleinräumigen Versuch wurde darauf verzichtet, den Kund*innen eine gemeinsame Dienstleistung mit einem abgestimmten Vertrag anzubieten. Eine gemeinsame vertragliche Lösung hätte in Anbetracht des bevorstehenden Inkrafttretens der DSGVO zu umfangreichen bilateralen Verträgen und Vereinbarungen sowie Abstimmungsprozessen zwischen den beteiligten Organisationen geführt und wäre im Rahmen der Projektlaufzeit zeitlich nicht realisierbar gewesen. Stattdessen wurde Kund*innen der Johanniter-Unfall-Hilfe die Zubuchung von POSTPERSÖNLICH angeboten bzw. Neukunden

² Vgl. <https://www.welt.de/politik/deutschland/article175277809/Bremen-Brieftraeger-kuemmern-sich-um-Senioren.html>

Vgl. <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/mehr-wirtschaft/pilotprojekt-in-bremen-brieftraeger-sollen-senioren-helfen-15533099.html>

Vgl. <https://www.badische-zeitung.de/der-postbote-kuemmert-sich-um-alte-menschen--151280116.html>

Vgl. <https://kommunal.de/altenpflege-postboten-kuemmern-sich-um-senioren>

Vgl. https://www.focus.de/finanzen/news/unternehmen/post-persoendlich-startet-mitte-mai-in-bremen-brieftraeger-sollen-senioren-unterstuetzen-die-post-kuemmert-sich-jetzt-um-oma-und-opa_id_8761410.html

der Abschluss beider Verträge, auf Wunsch unter Einbeziehung und Beratung des Außendienstes der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. Auf diesen Umstand wurde explizit in allen Unterlagen zum Service hingewiesen.

Für den Dienst wurde neben dem Anschreiben an die Johanniter-Kund*innen auch mit Flyern, u.a. in Arztpraxen und Mailing-Aktionen geworben. Zudem wurden über das Internet auf www.deutschepost.de/postpersoenlich weitere Informationen bereitgestellt. Nach sehr geringer Resonanz bei der Johanniter-Unfall-Hilfe hat die Deutsche Post in Bremen Schwachhausen in einer Mailingkampagne fast 10.000 Haushalte angeschrieben. Die Zusteller*innen wurden nicht für eine persönliche Werbung eingebunden.

In dieser Zeit sind keine Anfragen von Interessierten bei der Johanniter-Unfall-Hilfe eingegangen und es ist zu keinem Vertragsabschluss gekommen. Dies liegt aus Sicht der Deutschen Post zum einen daran, dass die Menschen, die - von außen betrachtet - für einen solchen Service in Frage kommen, sich ihre Hilfsbedürftigkeit häufig selber nicht eingestehen. Diejenigen, die es tun, verfügen in der Regel über einen Hausnotrufdienst und fühlen sich gut versorgt. Zum anderen liegt es daran, dass es sich um einen kostenpflichtigen Service handelt und es scheinbar keine Bereitschaft gibt, dafür den geforderten Preis von 9 bis 15 Euro für die Dienstleistung der Post und 39 Euro für den Hausnotrufdienst der Johanniter zu bezahlen.

Wir sind gern für Sie da.

Mit POSTPERSÖNLICH bieten wir in Erweiterung der Hausnotrufdienste der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. in ausgewählten Stadtteilen Bremens einen Besuchsdienst an, der Ihnen und Ihren Angehörigen mehr Sicherheit gibt und das selbstständige Leben in den eigenen vier Wänden erleichtert. Der Service POSTPERSÖNLICH richtet sich besonders an ältere, behinderte oder chronisch kranke Menschen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind.



POSTPERSÖNLICH: Unser Service

Ihr Postbote klingelt an vereinbarten Tagen bei Ihnen und erkundigt sich an der Wohnungstür nach Ihrem Wohlbefinden. Er überreicht Ihnen die Tagespost und nimmt auch frankierte Briefe mit. Geht es Ihnen gut, meldet Ihr Postbote dies den Johannitern und freut sich auf den nächsten Besuch.

Wenn der Postbote Sie nicht antrifft oder es Ihnen nicht gut geht, informiert er umgehend den Hausnotruf der Johanniter. Die Johanniter veranlassen dann die mit Ihnen vereinbarten Maßnahmen und kontaktieren Ihre Bezugspersonen.

Testen Sie POSTPERSÖNLICH

Sie nutzen die > Hausnotrufdienste der Johanniter bereits? Dann einfach > [Teilnahmeauftrag POSTPERSÖNLICH](#) ausfüllen und an Deutsche Post AG, Zentrale, Abteilung 311, 53250 Bonn schicken.

POSTPERSÖNLICH

Leistung	Besuchstage	Preis / Monat
3 x pro Woche	Montag, Mittwoch, Freitag	9,00 € inkl. MwSt.
6 x pro Woche	Montag bis Samstag	15,00 € inkl. MwSt.

* Preise gültig bis 30.06.2019

Bitte beachten Sie, dass Kosten für den > Hausnotrufdienst der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. gesondert abgerechnet werden.

Abbildung 4: Internetauftritt "POSTPERSÖNLICH"

In einem Austausch des Projektes mit zwei Vertreter*innen der französischen La Poste zeigte sich, dass dort die Herausforderungen ähnlich sind. Der Bedarf wird gesehen und das Engagement befürwortet. Gleichzeitig ist die Bereitschaft, zumindest einen Teil der Kosten selbst zu tragen, kaum vorhanden. Die Nutzerzahlen stagnieren auch dort.³

Die Deutsche Post hatte zur Zwischenevaluation im Januar erklärt, dass sie das Projekt noch bis Juni 2019 fortsetzen und im Anschluss eine ausführliche Bewertung vornehmen werde. Im April gab es dann mehrere Pressemeldungen, dass das Angebot eingestellt wurde.⁴ Die Internetseite zur Bestellung des Dienstes war im August 2019 noch aktiv, ist inzwischen aber entfernt worden.

In der bremischen Politik war das Projekt von Anfang an umstritten. In der Sozialdeputation hatte die CDU-Fraktion bereits im April kritisch nachgefragt, ob Projektmittel in dieses Teilprojekt geflossen sind, die möglicherweise in der Altenhilfe besser investiert wären.⁵ Diese Kritik war unbegründet, weil alle Kosten der Vorbereitung und Werbung von der DP getragen worden sind.

Aus Sicht der Begleitforschung ist das jedoch kein Grund zur Beruhigung. Denn obwohl diese konkrete Lösung nicht gelungen ist, bleibt das gesellschaftliche Problem bestehen. Dieses Problem heißt „Einsamkeit“ und wird in der Diskussion um die Herausforderungen einer alternden Gesellschaft zunehmend thematisiert. Es ist inzwischen nachgewiesen, dass Einsamkeit krank macht: Die Wirkungen werden teilweise mit denen des Rauchens und der Fettleibigkeit verglichen.⁶ In Großbritannien wurde ein eigenes Ministerium für „Loneliness“ geschaffen. Nach einem Bericht des Focus wollen sich auch Gesundheitspolitiker in Deutschland dieses Themas annehmen und Wege aus der Einsamkeit schaffen. Diskutiert werden vor allem Angebote, um Kontakte mit anderen Menschen zu fördern. Man weiß aber auch, dass gerade die Bedürftigsten von sich aus solchen Angeboten oft nicht wahrnehmen, auch wenn sie ihnen bekannt sind. Erfolgreich ist aufsuchende

³ Vgl. http://www.lemonde.fr/societe/article/2017/05/24/veiller-sur-mes-parents-le-service-que-generalise-la-poste-inquietent-les-facteurs_5133079_3224.html

Vgl. <https://www.laposte.fr/particulier/veiller-sur-mes-parents>

⁴ Vgl. <https://www.haz.de/Nachrichten/Der-Norden/Uebersicht/Bremen-Brieftraeger-Projekt-fuer-Senioren-floppt>,

Vgl. https://www.weser-kurier.de/deutschland-welt/deutschland-welt-politik_artikel,-postprojekt-fuer-senioren-scheitert-in-bremen-arid,1822435.html

⁵ Vgl. https://www.soziales.bremen.de/sixcms/media.php/13/Berichtsbitte_Post%20pers%F6nlich.pdf

⁶ Vgl. <https://www.pharmazeutische-zeitung.de/index.php?id=39953>

Vgl. <https://www.stern.de/gesundheit/fuenf-gruende--warum-einsamkeit-krank-macht-3261548.html>

Vgl. <https://www.stern.de/gesundheit/risiko-einsamkeit-wer-gute-freunde-hat-lebt-laenger-3538024.html>

Vgl. <http://www.faz.net/redaktion/leonie-feuerbach-14222903.html>

Vgl. <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/wie-gefaehrlich-ist-einsamkeit-wirklich-15406497.html>

Altenarbeit, bei der Sozialarbeiter*innen bedürftige Personen aufsuchen und zur Annahme von geeigneten Angeboten motivieren und unterstützen. Aber dies ist ein sehr zeit- und damit kostenintensiver Ansatz, der angesichts der großen Zahl der Betroffenen kaum in der Breite innerhalb der Altenhilfe zu bewältigen ist. Die Kooperation mit der Deutschen Post, deren Zusteller*innen täglich unterwegs sind, bietet hier eine gute Ergänzungsmöglichkeit. Aber dieser Einsatz muss bezahlt werden. Gerade die einsamsten Menschen können einen Betrag von 60 bis 70 Euro pro Monat nicht aufbringen können. Erforderlich ist daher eine Bezuschussung durch die Krankenkassen, wenn eine präventive Wirkung nachgewiesen werden kann.

DP und Johanniter haben sich daher beim Präventionsfond in Bremen über eine Fördermöglichkeit für ein Pilotprojekt erkundigt, in dem speziell die Überwindung von Einsamkeit erprobt werden soll. Weil der Präventionsfonds jedoch seinen Schwerpunkt auf die Förderung von Projekten zu Mobilität und Ernährung hat, kam dieses Thema nicht in Frage.

2.2 Bargeldservice der Sparkasse Bremen

Wenig mobile Menschen haben oft Schwierigkeiten sich mit Bargeld zu versorgen. Die Idee eines Bargeldservice der DP war daher in der Machbarkeitsstudie von den Expert*innen und den Heimbewohner*innen begrüßt worden. Er war für die erste Hälfte der Projektlaufzeit exklusiv mit der Sparkasse Bremen geplant. Die Bestellung kann telefonisch von Kund*innen mit Telefonbanking oder per Onlinebanking erfolgen und die Lieferung mit dem Standardprodukt Wertbrief der DP zur Gebühr von 4,30 Euro. Die Deckungssumme der Versicherung für den Versand von Bargeld wurde auf 500 Euro erhöht.

Allerdings geht die Standardleistung davon aus, dass der Absender den Wertbrief bei einer Postfiliale abgibt, dieser dort registriert wird und von diesem Zeitpunkt an der Versicherungsschutz gilt. Nicht vorgesehen ist eine Abholung, wie bei der Briefpost von Großkunden. Würden die Wertbriefe mit den übrigen Briefen von der DP bei der Sparkasse Bremen abgeholt, wären sie auf dem Transportweg zum Briefzentrum nicht versichert. Die Sparkasse Bremen wollte die Wertbriefe nicht mit eigenem Personal bei einer Postfiliale einliefern, sondern hat einen Werttransportdienst beauftragt, einmal in der Woche die Wertbriefe zum Briefzentrum der DP zu bringen und dort einzuliefern. Die damit verbundenen Kosten wurden anteilig auf das Porto aufgeschlagen und der Bargelddienst zum Preis von 9,50 Euro angeboten.

Auf den Internetseiten der Sparkasse⁷ findet man dazu folgende Angaben:

⁷ Vgl. <https://www.sparkasse-bremen.de/de/home/service/bargeldservice.html?n=true&stref=hnav>

Exklusiver Service
Keine Zeit? Aus gesundheitlichen oder sonstigen Gründen nicht mobil? Dann lassen Sie sich Ihr Geld nach Hause bringen.

Bequem bestellen
telefonisch (0421-179 0) oder online gewünschten Betrag bestellen

Sicherheit
sichere und anonyme Bestellung

Lieferung
per Post direkt nach Hause

Auszahlung
bis 500 Euro je Auftrag möglich

Servicepauschale
9,50 € je Auftrag

Jetzt bestellen

Liefertermin
Bestellen Sie einfach online und wir bringen Ihnen das Geld nach Hause.

Alle Bestellungen, die mittwochs bis 10:00 Uhr eingehen werden taggleich bearbeitet und am darauffolgenden Freitag geliefert. *

*An Feiertagen kann es zu Verschiebungen bei der Auslieferung kommen.

Abbildung 5: Bargelddienst im Internet

Der Service wurde mit durchschnittlich einer bis maximal drei Lieferungen pro Woche sehr wenig in Anspruch genommen, aber auch kaum bis gar nicht beworben. Die geringe Akzeptanz wird seitens der Sparkasse Bremen und der DP damit begründet, dass die Gebühr von 9,50 Euro relativ hoch ist. Es gibt aufgrund der versicherungsrechtlichen Situation wenig Alternativen, die Gebühr anzupassen. Andere Geldinstitute bieten die Bargeldlieferung jedoch durchaus zu günstigeren Konditionen an. Die Sparkasse Bremen hatte zur Zwischenevaluation zugesagt, zu prüfen, welche alternativen Möglichkeiten bestehen. Bis heute hat sich an dem ursprünglichen Angebot und dem Preis nichts geändert.

2.3 Mediendienst der Stadtbibliothek Bremen

Für einen Bibliotheksdienst, der Bewohner*innen einer Seniorenresidenz oder von Einrichtungen des „Wohnen mit Service“ Bücher und andere Medien bringt und sie nach Ablauf der Leihfrist wieder mitnimmt, hatten sich 25 % der Expert*innen ausgesprochen. Sieben Prozent der Bewohner*innen von zwei Einrichtungen der Bremer Heimstiftung hatten angegeben, einen solchen Dienst zu nutzen. Der Dienst wurde zunächst nur Einrichtungen der Bremer Heimstiftung angeboten. Bei der Detailplanung mit der DP stellte sich heraus, dass eine gemeinsame Lieferung mehrerer Bestellungen aus einer Einrichtung in einer Bücherkiste organisatorisch nicht möglich ist, und dass eine Lieferung und Rücksendung jeder einzelnen Bestellung mit den Standardprodukten der DP (Büchersendung, Päckchen, Paket) zu teuer würde. Als Alternative wurde die Lieferung durch eigenes Personal der Stadtbibliothek bzw. durch Aushilfskräfte in Erwägung gezogen. Für die Lieferung und Rücknahme von Büchern und Medien war ein solches Angebot in der Vergangenheit wegen hoher Kosten und geringer Nachfrage wiedereingestellt worden. Ein neuer Anlauf erschien nur sinnvoll, wenn das Leistungsangebot ausgeweitet wird. In einem anderen Projekt des Autors haben ältere Menschen positive Erfahrungen mit E-Books gemacht, die sie auf einem Tablet-PC oder einem E-

Book-Reader lesen und dabei die Schrift vergrößern und den Kontrast verändern können. Auch können sie damit Hörbücher hören. Die Stadtbibliothek Bremen bietet mit der Anwendung/App Onleihe den Download eines breiten Angebots von E-Books an. Allerdings sind viele ältere Menschen mit den erforderlichen Geräten und diesen Anwendungen nicht vertraut, sondern sie brauchen eine ihren Fähigkeiten entsprechende Einführung und Unterstützung. Und da viele zunächst unsicher sind, ob sie diese Herausforderungen bewältigen, kaufen sie sich kein eigenes Gerät. Diese Hürde kann überwunden werden, wenn leihweise Geräte zum Ausprobieren und Üben bereitgestellt werden.

Die Bremer Heimstiftung betreibt zum einen Einrichtungen mit Service-Wohnen und zum anderen Wohnheime mit angeschlossenen Pflegestationen. Auf einem der regelmäßigen Treffen der Leiter*innen beider Arten von Einrichtungen wurde angeboten, dass jeweils ein Tablet und ein E-Book-Reader leihweise zur Verfügung gestellt werden und einmal in der Woche ein*e Herbsthelfer*in die Bewohner*innen bei der Onleihe unterstützt und falls gewünscht auch Bücher und andere Medien mitbringt, die online bestellt worden sind. 15 Leiterinnen haben Interesse für ihr Haus bekundet.



Abbildung 6: Angebote der Stadtbibliothek Bremen im Internet

Da die Stadtbibliothek Bremen schon bei anderen Projekten die Förderung durch ein entsprechendes Programm der Sparkasse Bremen gewinnen konnte, hat sie einen Antrag auf Finanzierung von 20 Tablets und E-Book-Readern sowie Mittel für die Beschäftigung von bis zu vier Herbsthelfern gestellt, der auch bewilligt wurde. Daraufhin wurden die Geräte beschafft, befristet Projektstellen für Herbsthelfer*innen ausgeschrieben und drei Personen eingestellt. Bei einer erneuten Umfrage bei den Einrichtungen haben sieben konkretes Interesse an einer Einführungsveranstaltung bekundet. Mitarbeiter*innen der Stadtbibliothek haben dort das gesamte Medienangebot und die Onleihe vorgestellt. Die Sparkasse Bremen hat in drei Zweigstellen im Rahmen einer Informationsveranstaltung zum Thema Internet und ältere Menschen die Leihgeräte an Vertreter*innen der beteiligten Einrichtungen übergeben.

Mit Unterstützung der Sparkasse Bremen konnte jeder Einrichtung ein E-Book-Reader und ein Tablet mit Internetzugang für die Bestellung von Medien zur Verfügung gestellt werden. In der Zeit von Mai bis Dezember 2018 haben insgesamt vier Herbsthelfer*innen in den jeweiligen Stadtteilen von Bremen die Einrichtungen einmal in der Woche aufgesucht, interessierte Bewohnerinnen und Bewohner wurden bei der Nutzung der Geräte unterstützt sowie bestellte Medien (Bücher, Hörbücher, CDs, DVDs) wurden geliefert und wieder mitgenommen. In der Zwischenevaluation werden das Angebot und die geringe Nachfrage aufgrund einer Befragung der Herbsthelfer*innen ausführlich beschrieben. Die Leitung der Stadtbibliothek war zu diesem Zeitpunkt bereits zu dem Entschluss gekommen, das

Projekt aus eigenen Mitteln nicht fortzusetzen, aber die eine noch aktive Herbsthelferin und den noch aktiven Herbsthelfer so lange im Einsatz zu lassen, wie die Fördermittel der Sparkasse reichen. Dies war bis Mai bzw. Juni 2019 der Fall.

Im Mai 2019 wurde in den noch beteiligten sechs Einrichtungen anlässlich eines regelmäßigen Treffens mit den teilnehmenden Bewohner*innen in einer Gruppendiskussion Bilanz gezogen. Die Gruppen waren überwiegend mit fünf Personen gestartet, in einem Haus mit acht Personen, und haben sich im Lauf der Zeit auf zwei bis vier Personen verkleinert. Die Zahl der Personen, die Medien ausgeliehen und gebracht bekommen haben, liegt zwischen eins und drei. Nur ein Teil hat von dem Angebot der Ausleihe eines E-Book Readers oder Tablet Gebrauch gemacht. Der andere Teil hat sein eigenes Gerät mitgebracht. Das hat die technische Unterstützung bei der Einrichtung und Nutzung der Onleihe-App nicht einfacher gemacht. Ein Herbsthelfer damit überfordert. Die Teilnehmer*innen waren zwischen 70 und 95 Jahre alt, sieben Männer und 18 Frauen. Sie waren mit ihren Helfer*innen sehr zufrieden. Mit der Onleihe sind die meisten nach einer mehr oder weniger schwierigen Registrierung und Installation zurechtgekommen. Für Ärger hat in mehreren Einrichtungen das instabile WLAN gesorgt. Das insgesamt geringe und noch nachlassende Interesse liegt wohl vor allem an dem entsprechend geringen Interesse am Lesen bzw. der Nutzung einer Bibliothek. E-Book-Reader und Tablets waren zumindest in diesem Kreis nicht in der Lage, ein Interesse an den Medieninhalten und der Nutzung einer Bibliothek zu wecken. Etwas vereinfachend kann der Schluss gezogen werden, dass vor allem diejenigen, die die Stadtbibliothek analog nutzen oder genutzt haben, auch die digitalen Zugänge und Angebote nutzen, diese Angebote aber zumindest bei älteren Menschen im betreuten Wohnen kaum zu neuen Kund*innen führen. Das hat sich auch bei zwei weiteren Projekten gezeigt, in denen Tablets an ältere Menschen ausgeliehen wurden. Dort konnten die Teilnehmenden wählen, welche Anwendungen gezeigt und geübt werden sollen. Neben Google, E-Mail-WhatsApp, YouTube, Navigation, Mediathek u.ä. wurde auch die Onleihe angeboten. Die Stadtbibliothek hatte sich bereits erklärt, bei Interesse entweder den Unterstützungskräften oder auch in einer Kurs Einheit die Onleihe vorzustellen. Aber es gab in beiden Fällen andere Prioritäten bei den teilnehmenden Senior*innen. Ein Teil der (wenigen) lese- und medieninteressierten älteren Menschen braucht, je älter, umso häufiger, Unterstützung bei der Nutzung der Onlineangebote der Bibliothek. In einigen Häusern der Heimstiftung gibt es den Vera Club als Tabletrunde für die Bewohner*innen. In einem Haus hat die Organisatorin dieses Clubs die weitere Unterstützung für die Nutzung der Onleihe zugesagt.

Für noch mobile Menschen bietet die Stadtbibliothek in der Zentrale selbst regelmäßige Sprechstunden an. Die Kooperation in diesem Teilprojekt hat dazu geführt, dass sich die Stadtbibliothek an dem im Aufbau befindlichen Netzwerk Digitalambulanzen beteiligt und mit dem Ausbau der Sprechstunden auf andere Weise zu digitaler Teilhabe älterer Menschen beitragen will. Im Rahmen der durch das Netzwerk zu koordinierenden Train-the-Trainer-Angebots ist die Stadtbibliothek auch weiterhin bereit, eine Einheit zur Onleihe beizusteuern.

2.4 Ummeldeservice des Stadtamts Bremen

Ein weiterer zunächst auch nur für Einrichtungen der Bremer Heimstiftung angebotener Dienst betrifft die Ummeldung nach dem Umzug in eine dieser Einrichtungen sowie die Verlängerung von Ausweisen oder die Befreiung davon.

Ältere Menschen, die wegen abnehmender Mobilität aus ihrer Wohnung aus und in ein Wohnheim einziehen, müssen sich im Bürgeramt ummelden, auch wenn sie sich nur im Rollstuhl bewegen können oder ein Pflegefall geworden sind. Zwar ist eine Bevollmächtigung möglich. Um die so oder so damit verbundenen Belastungen für diese Personen und ihre Angehörigen zu vermeiden, hat sich das Stadtamt bereit erklärt, diese Ummeldung in den Einrichtungen vor Ort zu ermöglichen. Neben Ummeldungen können auch Ausweisdokumente aktualisiert werden sowie neue Ausweisdokumente beantragt werden. Die neuen Ausweisdokumente werden dann nach Fertigstellung wieder vor Ort an die Antragsstellenden ausgehändigt.

14 Einrichtungen haben Interesse an diesem Angebot bekundet. Mit ihnen wurde vereinbart, dass sie monatlich die Neuzugänge mit Ummeldebedarf oder den Bedarf an Aktualisierungen von Ausweisdokumenten an eine Kontaktstelle im Stadtamt melden und diese nach Bedarf Termine für den Besuch von Mitarbeiter*innen koordiniert. Für diesen Dienst mussten entsprechende Geräte, sog. Bürgerkoffer, beschafft werden, mit denen eine sichere Verarbeitung der Daten vor Ort gewährleistet ist. Die personellen Regelungen mussten im Rahmen der Mitbestimmung getroffen und es mussten geeignete Datenschutzregelungen mit der vorgesetzten senatorischen Behörde und der Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit abgestimmt werden. Diese haben sich als hohe Hürde erwiesen. Der sichere Umgang mit den personenbezogenen Daten muss jederzeit gewährleistet sein. Auf organisatorischer Ebene ist das Projekt hingegen erfolgreich angelaufen: Seitens des Bürgeramtes gab es eine Vielzahl von Mitarbeiter*innen, die bereit waren, auch vor Ort einen Meldeservice anzubieten. Auch seitens der Wohneinrichtungen für ältere Menschen wurde der Service sehr begrüßt.

Leider hat die Bundesdruckerei die Serviceleistungen für die Bürgerkoffer zum 31.12.2019 eingestellt. Adressänderungen auf dem Ausweis sind dadurch nur noch in den Dienststellen möglich und nicht mehr vor Ort. Seitens der Bundesdruckerei wurde bisher kein Ersatz-Produkt zur Verfügung gestellt, so dass der Service nicht im ursprünglich angestrebten Maß weiter angeboten werden kann. Ob und welcher Form eine Fortsetzung möglich sein kann, ist derzeit noch offen.

2.5 Formularservice des Bürgertelefons Bremen

Im Projekt „Formularservice“ wurde die Möglichkeit geschaffen, Formulare telefonisch über das Bürgertelefon Bremen, als Teil des 115-Verbundes, anzufordern. Die Machbarkeitsstudie hatte ergeben, dass viele ältere Bürger*innen einen Bedarf haben, dass ihnen behördliche Formulare nach Hause geschickt werden. Bisher verweisen die Mitarbeiter*innen des Bürgertelefons Bremen darauf, dass Formulare online verfügbar sind und heruntergeladen werden können. Allerdings verfügen viele ältere Menschen über keinen oder nur einen eingeschränkten Zugang zu Online-Angeboten. Aktuelle Studien zeigen, dass in Deutschland etwa 10

Millionen ältere Menschen das Internet noch nie genutzt haben und weitere 10 Millionen dieses nur gelegentlich und in sehr geringem Umfang nutzen. Der Ausbau der Online-Angebote von Verwaltungen im Zuge der Digitalisierung darf dabei nicht zu Lasten dieser Bevölkerungsgruppen gehen. Stattdessen muss die Verwaltung prüfen, welche analogen Angebote parallel ausgebaut oder ergänzt werden sollen, um allen Bürger*innen gleiche Zugangschancen zu Serviceangeboten zu gewährleisten. Die Alternative, die Formulare in der zuständigen Dienststelle abzuholen, ist oftmals gerade für ältere Menschen mit großen Hürden verbunden. Im Rahmen des Projekts wird daher das Angebot geschaffen Formulare telefonisch anzufordern und postalisch nach Hause geschickt zu bekommen. Hierzu ist ein Anruf beim Bürgertelefon 115 und der Verweis nötig, dass ein Zugriff auf die Online-Angebote nicht möglich ist. Das Bürgertelefon Bremen hat hierfür eine entsprechende Infrastruktur (Back-Office) aufgebaut, um den Versand der Unterlagen zu ermöglichen.

Der Formularservice des Bürgertelefons Bremen wird seit Beginn im Sommer 2018 mit sehr gut angenommen. Die durchschnittlichen Nutzungszahlen stiegen von monatlich 150 in 2018 auf monatlich 220 in 2019. Nachgefragt wurden insbesondere Formulare zur Feststellung der Schwerbehinderteneigenschaft (Neufeststellung oder Erstantrag), Wohngeldformulare für Mietzuschuss, die Anmeldung bei einer Meldebehörde und Formulare für die Ausweispflichtbefreiung (für Antragsteller und für Betreuer). Dabei zeigt sich, dass die bremische Multi-Kanal-Strategie im Bereich des Bürgerservice der richtige Ansatz ist. Neben dem Ausbau digitaler Angebote muss es auch weiter analoge Zugangswege geben, da gerade viele ältere Menschen noch zu den sog. Offlinern gehören. D. h. sie nutzen kaum das Internet und die damit verbundenen Angebote. Der Formularservice ergänzt dabei die wachsenden Online-Angebote. Der Formularservice soll auch über das Projektende hinaus angeboten werden und in den Regelbetrieb bei Performa Nord übergehen.

2.6 Lotsenprojekt Phase I

Bremen hat seit langem eine besondere und stadtweit ausgebaute Institutionalisierung der Altenhilfe durch 17 Dienstleistungszentren (DLZ), die von vier Wohlfahrtsverbänden mit öffentlicher Förderung betrieben werden. Neben der Beratung in allen Fragen des Alterns vermitteln diese ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe und Alltagsassistenz zur Unterstützung wenig mobiler oder anders eingeschränkter älterer Menschen in deren Haushalt sowie der Begleitung zu Ärzten, Ämtern u. a. Doch diese Angebote sind vielen potenziell bedürftigen älteren Menschen nicht bekannt. Flyer und Plakate haben in der Vergangenheit daran nicht viel geändert. Am erfolgreichsten für die Bekanntmachung der Angebote und auch für die Werbung ehrenamtlicher Nachbarschaftshelfer*innen war stets die Mund-zu-Mund-Propaganda. Mit dem „Lotsenprojekt“ sollten neue Wege einer gezielten Ansprache durch die Zusteller*innen der DP erprobt werden.

Das Lotsenprojekt weist einen besonders hohen Innovationsgrad auf und erprobt eine völlig neue Partnerschaft, deren Erfolgsaussichten von Anfang an unterschiedlich eingeschätzt worden sind. Partner sind neben der Sff und der DP die vier Träger der Bremer Dienstleistungszentren (DLZ), (AWO, Caritas, DRK sowie

Paritätische Gesellschaft) und die AOK. Vertreter der DP und der vier Träger der DLZ haben gemeinsam ein Konzept für dieses Teilprojekt entwickelt.

Bisher nehmen zwar nur von drei bis sechs Prozent der Bewohner*innen im Alter von 60 Jahren und mehr in den jeweiligen Stadtteilen die Angebote der DLZ in Anspruch. Diese Nachfrage ist aber bereits größer als das Angebot. Daher sollten vor einer weiteren Information über dieses Angebot in einer vorgeschalteten Kampagne potentielle Ehrenamtliche durch die Briefzusteller angesprochen werden, ob sie gegen eine Aufwandsentschädigung in den Haushalten von unterstützungsbedürftigen Senior*innen tätig sein möchten

Die inhaltliche Information für beide Kampagnen sollten die DLZ auf Postkarten bereitstellen, die von den Zusteller*innen an die jeweiligen Zielpersonen mit einigen motivierenden Worten übergeben werden. Die Erwartung war, dass eine persönliche Übergabe einer Postkarte im Vergleich zu einem Einwurf in den Briefkasten drei Vorteile aufweist:

- Die Zusteller*innen kennen ihre Kunden und können je nach Anliegen gezielt auswählen, wen sie ansprechen (geringere Streuverluste).
- Die persönliche Übergabe erreicht eine höhere Aufmerksamkeit und wird nicht als Massenwerbung wahrgenommen.
- Wenn Zusteller*innen als vertrauenswürdige Personen wahrgenommen werden, steigt auch die Glaubwürdigkeit der übermittelten Information.

In der Machbarkeitsstudie hielten es 46 % der befragten Expert*innen für sinnvoll und trauten es den Zusteller*innen auch zu, älteren Menschen gezielt für diese bestimmtes Informationsmaterial zu übergeben und zu erläutern. Sie gingen davon aus, dass zumindest die Mehrheit der Zusteller*innen Kontakt zu den älteren Menschen in ihrem Zustellbereich hat, diese mehr oder weniger gut kennt und deren Vertrauen genießt. Die andere Hälfte glaubte das nicht, erzählte von ständig wechselnden Zustellern, die teilweise kaum Deutsch sprechen, verwechseln dabei allerdings teilweise Brief- und Paketzusteller auch von anderen Anbietern als der DP. Die ausgewählten Zusteller*innen in zwei Fokusgruppen hatten sich dies auf jeden Fall zugetraut.

Für jede Kampagne wurden drei Monate angesetzt. Beide Kampagnen sollten zunächst in jeweils vier Stadtteilen von Mai bis November 2018 durchgeführt werden, jeweils mit einem DLZ der vier Träger. Nach der Zwischenevaluation sollten dann drei andere Stadtteile folgen, da die Caritas insgesamt nur ein DLZ betreibt. Der Leiter bei der Paritätischen Gesellschaft wollte sich allerdings in beiden Stadtteilen nicht an der zweiten Kampagne beteiligen, weil er angesichts des großen Nachfrageüberhangs selbst mit zusätzlichen Ehrenamtlichen nicht erwartete, eine so erzeugte zusätzliche Nachfrage befriedigen zu können.

Für die Pilotierung von Kampagne 1 haben die vier Träger folgende DLZ für folgende Zeiträume ausgewählt:

Träger	Zeitraum	DLZ	Adresse	Postleitzahl
AWO	09.04. - 31.07.2018	DLZ Walle	Wartburgstraße 11 28359 Bremen	28217, 28219
Caritas	09.04. - 31.07.2018	DLZ Neustadt	Kornstr. 371 28201 Bremen	28201
DRK	01.08. - 30.09.2018	DLZ Mitte	Im Krummen Arm 28203 Bremen	28203
Parität. Ges.	09.4. -31.12. 2018	DLZ Horn	Brucknerstr. 15 28359 Bremen	28355. 28357, 28359

Tabelle 2: Übersicht der Zeiträume für die Pilotierung von Kampagne 1

Träger	Zeitraum	DLZ
AWO	01.08. - 30.11.2018	DLZ Walle
Caritas	01.08. - 30.11.2018	DLZ Neustadt
DRK	01.10. - 30.11.2018	DLZ Mitte

Tabelle 3: Übersicht der Zeiträume für die Pilotierung von Kampagne 2

Diese Auswahl wurde mit den Vertreter*innen der DP aus Bonn besprochen und die Zuordnung zu den Zustellstützpunkten (ZSP) abgeglichen, die sich nicht exakt mit den Bremer Stadtteilen decken (Vgl. Abbildung 7).

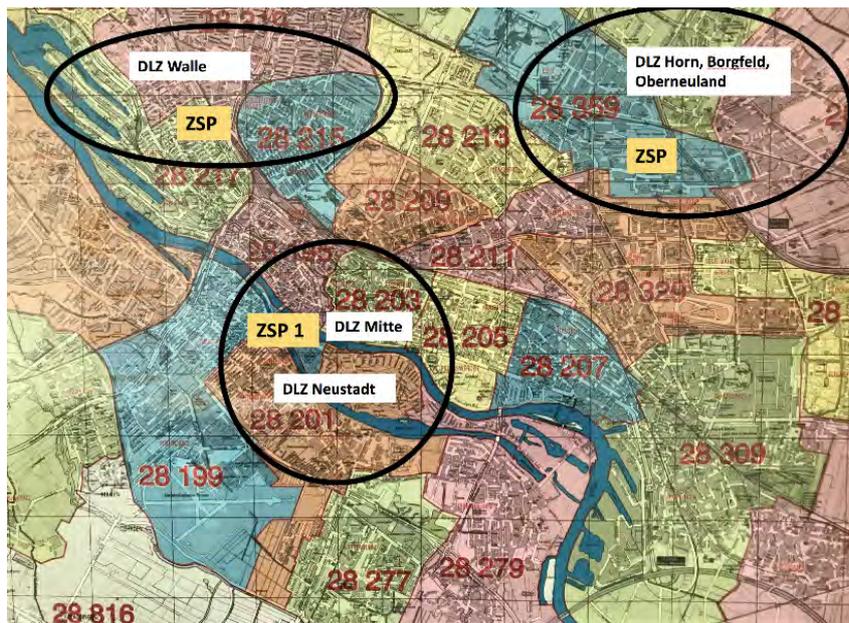


Abbildung 7: Stadtplan und Einzugsgebiete der Zustellstützpunkte

Zustellstützpunkt	Zuständigkeit
ZSP 1 Domsheide	zuständig für DLZ Mitte und Neustadt,
ZSP 33 Horn	zuständig für DLZ Horn, Borgfeld und Oberneuland,
ZSP 24	zuständig für Walle.

Tabelle 4: Übersicht der Zustellstützpunkte und der Zuständigkeit

Mit den für die DLZ Verantwortlichen bei den vier Trägern wurde dann der zusätzlich erforderliche Personal- und Sachaufwand und die Art der Deckung besprochen. Bei einigen DLZ sollte vorhandenes Personal aufgestockt werden, bei anderen neues für das Projekt befristet eingestellt werden. Im Durchschnitt belief sich der geschätzte Mehrbedarf auf 10 Wochenstunden über die gesamte Laufzeit. Für die Finanzierung hat Staatsrat Lühr die AOK gewinnen können, die an Präventionsmaßnahmen zur Verzögerung der Heimunterbringung ein finanzielles Interesse hat. Mit der AOK konnte eine Vereinbarung über eine Zuwendung für die erste Projektphase erreicht werden, die zweckgebunden an die Senatorin für Finanzen gezahlt wurde, die ihrerseits Verträge mit den vier Trägern über die Kostenübernahme des konkret vereinbarten projektbedingten Mehraufwands abgeschlossen hat.

Die Projektsteuerung erfolgte Januar bis Dezember 2018 durch einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch in insgesamt zehn etwa zweistündigen Projektbesprechungen, an denen regelmäßig drei Vertreter*innen der Bonner Postzentrale, gelegentlich Vertreter*innen der Bremer Niederlassung, die für die DLZ Verantwortlichen bei den vier Trägern und mit Projektbeginn im März auch die für das Projekt tätigen Mitarbeiterinnen, der Betreuer des Projekts bei der Sff teilgenommen haben sowie der Autor dieses Berichts als Vertreter der ifib consult GmbH, der die Treffen organisiert, moderiert und protokolliert hat. Dort wurden alle Maßnahmen bis ins Detail besprochen und im Laufe der Zeit auch Modifikationen des ursprünglich geplanten Ablaufs vorgenommen.

Zu Beginn wurden auch für die Evaluation beider Kampagnen quantitative Ziele definiert, wie viele Karten verteilt und Kontakte geknüpft werden sollten und wie viele Ehrenamtliche bzw. Beratungsgespräche aufgrund dieser Kontakte zustande kommen sollten. An diesen Schätzungen sollte der Erfolg des Projekts später gemessen werden

2.6.1 Kampagne 1

In insgesamt vier Sitzungen von Januar bis April 2018 wurde das folgende Konzept gemeinsam erarbeitet:

Angesprochen werden Frauen und Männer:

- im Alter zwischen 20 + 70 Jahren,
- die Zeit und Lust haben, einmal oder mehrmals wöchentlich einen älteren Menschen im Haushalt zu unterstützen,
- die sozial interessiert und engagiert sind,
- Interesse an einem Zuverdienst haben.

Die Zusteller*innen sprechen solche Personen an, wenn sie ihnen eine Sendung übergeben oder sie auf der Straße treffen, zeigen Ihnen eine Postkarte und erkundigen sich, ob sie Interesse an einem bezahlten Ehrenamt haben und bedürftigen älteren Menschen helfen möchten. Falls Interesse besteht, übergeben sie die Postkarte mit den Kontaktdaten des jeweiligen DLZ und ermutigen die Angesprochenen, sich dort unverbindlich zu erkundigen und einen Termin zu vereinbaren. In jedem Zustellbezirk sollte unter Beteiligung der jeweiligen DLZ eine rund 60-minütige Einweisung erfolgen. Für den Fall, dass die Kurzinformationen auf der Postkarte weitere Fragen aufwerfen, z.B. was unter dem „bezahlten Ehrenamt“ zu verstehen ist und worauf man sich damit einlassen würde, wurde ein Informationsblatt mit einigen Fragen und Antworten (F&Q) vorbereitet. Zur Dokumentation sollte eine Strichliste mit den Ansprachen und Übergaben pro Straßenzug erfolgen.

Mit Hilfe einer Werbeagentur wurden zwei Varianten von Postkarten mit verschiedenen Fotos, aber dem gemeinsamen Slogan „Helfen macht Sinn“, dem Herbsthelfer Logo und dem Logo des jeweiligen DLZ entwickelt. Auf der Rückseite steht der bewusst doppeldeutige Slogan „Nachbarschaftshilfe zahlt sich aus“ mit einem motivierenden Text darüber und den jeweiligen Kontaktdaten darunter. Neben dem Logo der FHB und der AOK erscheint noch einmal das Logo des jeweiligen DLZ.



Abbildung 8: Postkarte für das Projekt "Herbsthelfer" (Kampagne 1)

Die Paritätische Gesellschaft hatte zu diesem Zeitpunkt für eine eigene Kampagne bereits eine Karte drucken lassen, bei der auf der Vorderseite groß steht: „Ich mache das“ und abgesetzt „Bezahltes Ehrenamt“. Auf der Rückseite stehen ein ähnlicher motivierender Text, die Kontaktdaten des betreffenden DLZ mit Logo sowie in dem für das Projekt ausgewählten Stadtteil zusätzlich die Logos der AOK und der Herbsthelfer.

Nach den oben genannten Schätzungen der Anzahl der zu verteilenden Karten wurden insgesamt 8.000 Karten für die Einzugsbereiche der drei DLZ und für Horne alleine 1.000 Stück mit dem zusätzlichen Aufdruck von der Druckerei der Sff gedruckt.

Für die zusätzliche Aufgabe der Zusteller*innen wurde keine Entlastung etwa durch Verringerung der Zustellbezirke gewährt. Mit dem Betriebsrat hatte die DP vielmehr vereinbart, dass es sich um ein freiwilliges Engagement innerhalb der

Dienstzeiten handelt. Das Briefing der Zusteller*innen morgens kurz vor Antritt ihrer Zustellungen musste nach den Vorgaben der örtlichen Betriebsleitung von Mal zu Mal kürzer gehalten werden. Stets kam dort die Frage nach der Freiwilligkeit auf.

Überschattet wurde das erste Briefing und die Öffentlichkeitsarbeit durch eine vorzeitige und verwirrende Berichterstattung in der Lokalpresse, in der das Lotsenprojekt teilweise mit dem Kontaktdienst „POSTPERSÖNLICH“ verwechselt wurde. Überwiegend kritische Berichterstattung und negative Leserbriefe haben dazu geführt, dass Zusteller*innen in den drei Stadtteilen des Lotsenprojekts aus der Zeitung erfahren haben, was angeblich für sie geplant war und von Kund*innen auch bereits angesprochen wurden, ob sie denn auch nach ihnen schauen würden, ob das alles praktikabel sei, sie sonst nicht genug zu tun hätten u. a. m. Für die Aktion war ein Zeitraum von drei Monaten veranschlagt, in denen die Zusteller*innen Straßenzug für Straßenzug jeweils Karten mitnehmen und geeignet erscheinende Personen ansprechen. Nach negativen Erfahrungen mit der Ansprache und erkennbaren Motivationsunterschieden bei den Zusteller*innen wurde eingeräumt, dass die Postkarten auch einfach nur in die Briefkästen eingeworfen werden können.

Im Hinblick auf die quantitativen Zielgrößen, an denen der Erfolg des Ansatzes gemessen werden sollte, hatten die DLZ je nach Größe ihres Einzugsbereichs die Verpflichtung von 25 bis 50 Ehrenamtlichen angegeben und hielten dafür zwischen 1.000 und 4.000 persönliche Ansprachen durch die Zusteller*innen für erforderlich. Zum Abschluss der Kampagne 1 in den vier Stadtteilen wurden von der Bonner Projektleitung der DP zwischen 252 und 378 Kontakte mitgeteilt. Auch die Zahlen der ersatzweisen vorgenommenen Einwürfe liegen deutlich unter diesen Zielgrößen. Die DLZ haben ihrerseits die Anzahl der bei ihnen eingegangenen Meldungen von Interessierten erfasst, wobei auch gefragt wurde, wie das Interesse geweckt wurde. Danach sind maximal drei Interessenten durch die Kampagne mit der DP auf die Suche nach Ehrenamtlichen aufmerksam geworden, und deutlich mehr durch eigene Werbemaßnahmen der zusätzlichen oder aufgestockten Mitarbeiterinnen der DLZ.

Träger	Zielgröße Verpflichtete Ehrenamtliche	Geplante Erst- kontakte durch Zusteller*innen	Gemeldete Kontakte	Ableh- nungen	Ein- würfe	Meldungen beim DLZ *)
AWO	30 - 40	1.500	261	-	407	3 (46)
Caritas	30	1.500	252	36	2.118 **)	2 (35)
DRK	25	1.000	378	-		3 (17)
Parität. Ges.	50	4.000	296	-	913	0 (133)
*) in Klammern Meldungen ohne Bezug zu der Kampagne **) die Zuordnung ist hier schwierig, weil die Verteilung von demselben ZSP ausging. Ge- schätzt wird ein Anteil von 2/3 für die Caritas.						

Tabelle 5: Soll-Ist-Vergleich Gewinnung Ehrenamtlicher

Diese Eigenaktivitäten umfassten:

- Aufforderung der bisher eingesetzten Nachbarschaftshelfer*innen im Freundes- und Bekanntenkreis weitere Nachbarschaftshelfer*innen zu gewinnen.
- Postkarten und Plakate in Geschäften auszulegen und über die Möglichkeit der ehrenamtlichen Unterstützung älterer Menschen zu informieren,
- Anzeigen bei www.bremen.de und ebay zu schalten,
- das Projekt Herbsthelfer auf der InVita mit einem Stand zu vertreten.
- das Projekt in stadtteilbezogenen Arbeitskreisen und Dienstbesprechungen vorzustellen u. a. m.

Beispielhaft kann für das DLZ Walle gezeigt werden, dass durch diese zusätzlichen Aktivitäten mehr ehrenamtliche gewonnen werden konnten als etwa im DLZ Neustadt, in dem zusätzlichen Aktivitäten des Stammpersonals möglich waren. Statt der 12 Meldungen im Referenzstandort haben die umfangreichen Aktivitäten im DLZ Walle zu 46 Meldungen geführt. Die größte Resonanz wurde dabei über die Anzeigen erzielt. Allerdings war hier auch der Streuverlust größer. Von den 46 Interessenbekundungen haben nur 15 zu einer Verpflichtung und einem Einsatz geführt, während es beim Referenzstandort mit dem Schwerpunkt Mund-zu-Mund-Propaganda neun von zwölf waren.

Aktivitäten DLZ Walle	Resonanz Walle		Referenzstandort Neustadt
Meldung Interessierte Ehrenamtliche	46	>	12
Über Post Informiert	3		-
Mund-zu-Mund-Propaganda	8		10
Über Anzeige	35		-
Andere Wege			2
Davon eingesetzt	15	>	9

Tabelle 6: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ Walle)

Aktivitäten Caritas Neustadt	Resonanz
Meldung Interessierte Ehrenamtliche insgesamt	35
Mund zu Mund Propaganda	19
Andere Wege wie allgemeine Pressearbeit, Ehrenamtswerbung des Trägers u.a.	14
Postkarte	2
Verpflichtet und tätig	21

Tabelle 7: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (Caritas Neustadt)

DRK Projektstandort DLZ Mitte (April - Dezember 2018)	Resonanz
Meldung Interessierte Ehrenamtliche insgesamt	17
Über die Post informiert	3
Mund zu Mund Propaganda	7
Internet	2
Andere Wege	5
Davon eingesetzt	12

Tabelle 8: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ Mitte)

Noch umfangreicher waren die Aktivitäten der Paritätischen Gesellschaft. Ihr Bericht liefert die folgenden Angaben zu den ergriffenen Werbemaßnahmen im Zeitraum 14. 2. bis 9. 8. 2018 für ihre vier DLZ in Horn, Schwachhausen Nord, Obervieland und Vegesack.

Paritätische Gesellschaft: Meldungen interessierte Ehrenamtliche	Gesamt	DLZ Horn	DLZ Obervieland	DLZ Vegesack	DLZ Schwachhausen
Postkarte / Ansprache Zusteller*innen	0	0	Entfällt	Entfällt	Entfällt
Mund-zu-Mund-Propaganda	89	12	29	16	32
Anzeige bre-men.de	65	29	4	26	6
eBay Kleinanzeigen	8	3	1	4	0
Poster/ Flyer	8	2	0	6	0
Facebook	4	1	0	3	0
BLV-Wochenzeitung	26	0	0	0	26
Homepage PGSD	3	1	0	2	0
Neuaufnahme ehemaliger NBH	10	3	3	2	2
Anzeige PPD	5	1	0	0	4
Nicht dokumentiert	215	37	26	103	49

Tabelle 9: Resonanz auf verschiedene Werbekanäle (DLZ der DGSD)

Diese Befunde sind Anlass, die angenommene Eignung des Mediums Postkarte grundsätzlich zu überdenken.

2.6.2 Kampagne 2

In der Annahme, dass in Kampagne 1 die angestrebte Anzahl zusätzlicher NBH verpflichtet werden kann, sollte in Kampagne 2 darauf aufbauend das Beratungsangebot der DLZ einschließlich der Vermittlung von Nachbarschaftshilfe bei der Zielgruppe der über 60-Jährigen ebenfalls mit der Übergabe von Postkarten und einer persönlichen Ansprache bekannt gemacht werden und eine eventuelle Scheu vor der Inanspruchnahme einer solchen Hilfe nach Möglichkeit genommen werden. Aus Untersuchungen ist bekannt, dass die teilweise geringe Inanspruchnahme von Hilfsangeboten durch ältere Menschen nicht nur auf eine mangelnde Kenntnis der Existenz dieser Angebote zurückzuführen ist, sondern dass die eigene Bedürftigkeit teilweise nicht erkannt oder verdrängt wird oder eine Scheu besteht diese Bedürftigkeit fremden Menschen und Institutionen gegenüber zu offenbaren. Dazu mag auch die Angst beitragen, in ein Heim eingewiesen zu werden, auch wenn diese unbegründet ist. Anderen kann der bürokratische Aufwand zu groß erscheinen. Neben der Information ging es also auch in dieser Kampagne um Motivation und Ermutigung durch eine geeignete Ansprache.

Die Planung der Kampagne 2 erfolgte im gleichen Kreis wie die von Kampagne 1 parallel zu deren Begleitung, mehrmals auch mit der Bremer Betriebsleiterin der DP. Es wurde deutlich, dass die angestrebte Gewinnung zusätzlicher Ehrenamtlicher nicht gelungen war und sich die Information in Kampagne 2 daher nicht auf deren Vermittlung beziehen kann, sondern sich auf das allgemeine Beratungsangebot konzentrieren muss. An dieser Kampagne haben sich nur drei der vier DLZ beteiligt. Der Vertreter der Paritätischen Gesellschaft hatte aufgrund bisheriger Erfahrungen Bedenken, dass genügend Ehrenamtliche gefunden werden können, um eine durch zusätzliche Werbung erhöhte Nachfrage decken zu können.

In insgesamt fünf Sitzungen von Mai bis August 2018 fanden die Feinplanung und Vorbereitungen statt. Zunächst sollte es bei der Übergabe von Karten bleiben, weil die Bestimmung der Zielgruppe einfacher erschien. Die DLZ wünschten eine stärkere Einbeziehung in die Information der Zusteller*innen und wollten selbst erklären, welches Beratungsangebot sie haben, wie man Termine vereinbart etc. Die Zusteller*innen sollten am besten einmal selbst in dem betreffenden DLZ vorbeikommen und einen eigenen Eindruck davon gewinnen, wofür sie werben. Doch damit war die örtliche Betriebsleitung nicht einverstanden und so wurde vereinbart, dass in einem insgesamt auf vier Wochen verkürzten Pilotbetrieb zwei Wochen Ansprache und ggf. zwei Wochen Einwurf erfolgen sollten. Um Lernprozesse zu ermöglichen sollte ein zeitlich versetzter Start bei den drei teilnehmenden DLZ erfolgen: Walle 11. September, Neustadt 24. September, Mitte 11. Oktober.

Wieder wurden Postkarten nach Vorgaben der DLZ mit Hilfe derselben Werbeagentur erstellt. Die Zusteller*innen sollten ältere Menschen mit einem bekannten oder vermuteten Unterstützungsbedarf ansprechen, feststellen, ob das DLZ in diesem Stadtteil bekannt ist, auf das Angebot hinweisen und zu einer unverbindlichen Kontaktaufnahme über die auf der Karte angegebenen Wege motivieren.



Abbildung 9: Postkarte für das Projekt "Herbsthelfer" (Kampagne 2)

2017 waren rund 5.000 Beratungsgespräche von den drei beteiligten DLZ geführt worden. Nun wurden 250 zusätzliche Gespräche angestrebt. Die wäre eine Steigerung um fünf Prozent. Dafür wurden 2.100 Kontakte durch die Zusteller*innen für erforderlich gehalten.

Träger	Zeitraum	Zielgröße Beratungstermine	Erstkontakt durch Zusteller*innen
AWO	Walle 9/18 – 12/18	100	1:6 = 600
Caritas	Neustadt (Huckelriede/Buntentor) 9/18 – 12/18	50	1:10 = 500
DRK	Mitte 10/18 – 12/18	100	1:10 = 1.000

Tabelle 10: Zielgrößen für Beratungstermine

Bei Kampagne 2 waren die Ergebnisse der drei beteiligten DLZ unterschiedlich: Während in Walle die Anzahl der gemeldeten Kontakte nahe an die Zielgröße von 600 herankam und zusätzlich etwas mehr Karten eingeworfen wurden, waren die gemeldeten Kontakte in den beiden anderen Zustellbezirken hinter den Erwartungen zurückgeblieben. In Mitte wurden nur 53 Kontakte gegenüber 1.000 geplanten gemeldet. Zu Beratungsgesprächen, die sich auf die Karten beziehen, ist es nicht gekommen.

Träger	Zielgröße Beratungsgespräche	Geplante Erstkontakte durch Zusteller*innen	Gemeldete Kontakte	Ablehnungen	Einwürfe	Meldungen beim DLZ
AWO	100	600	543	5	692	0 (28)
Caritas	50	500	189	25	822	0 (20)
DRK	100	1.000	53	-	576	1 (8)

Tabelle 11: Soll-Ist-Vergleich Beratungstermine

Auch in Kampagne 2 haben die Mitarbeiter*innen der drei DLZ eigene Werbemaßnahmen ergriffen. Die AWO liefert in Ihrem Tätigkeitsbericht vom 5.12.2018 folgende Daten:

	Walle	Referenzstandort Neustadt
Meldung Kunden	28	18
Über Post Informiert	0	
Mund zu Mund Propaganda	22	12
Andere Wege	6	6
Davon NBH vermittelt	14	14
Davon nur Beratungsgespräch	14	4

Tabelle 12: Wege der Kundenmeldungen (AWO)

Durch die zusätzlichen Werbemaßnahmen wurden 55 % mehr Beratungsgespräche initiiert als beim Referenzstandort. Dass nicht mehr Nachbarschaftshelfer*innen vermittelt wurden als beim Referenzstandort liegt daran, dass in der Kampagne 2 ausschließlich auf die Beratungsangebote hingewiesen wurde und die Kund*innen sich dementsprechend auch darauf bezogen haben und nicht wegen einer Nachbarschaftshilfe gekommen sind.

Ähnliche Ergebnisse haben die beiden anderen beteiligten DLZ gemeldet:

Projektstandort Neustadt (Huckelriede/Buntentor)	
Meldung Kunden	20
Über Post informiert	0
Mund zu Mund Propaganda	14
Andere Wege	6
Davon NBH vermittelt	11
Davon Beratungsgespräch	9

Tabelle 13: Wege der Kundenmeldungen (Caritas)

Projektstandort DLZ Mitte (Okt-Dez 2018)	
Meldung Kunden	8
Über Post informiert	1
Mund zu Mund Propaganda	0
Andere Wege	4
Davon NBH vermittelt	4
Davon Beratungsgespräch	3

Tabelle 14: Wege der Kundenmeldungen (DRK)

Es ist erstaunlich, dass auch die eigenen ergriffenen Werbemaßnahmen nur recht bescheidene Erfolge bei der Werbung von Kunden erzielt haben und dass diese deutlich geringer ausfallen als die eigene Werbung von Ehrenamtlichen. Die DLZ erklären dies mit dem weit verbreiteten Phänomen, dass ältere Menschen, die

durchaus Beratungs- und Unterstützungsbedarf haben, sich dies selbst und anderen gegenüber nicht eingestehen, sich nicht vorbeugend und frühzeitig erkundigen, sondern dies so lange hinausschieben, bis es wirklich nicht mehr anders geht. Diese Barriere hat sich als so hoch erweisen, dass sie weder durch den neu erprobten Weg über die Zusteller*innen der DP noch durch die eigenen Aktivitäten in dem gewünschten Ausmaß überwunden werden konnte.

2.6.3 Konsequenzen

Die geringe Resonanz bei den DLZ hat nach intensiver Diskussion unter allen Beteiligten zu dem Entschluss geführt, die ursprünglich geplante Fortsetzung der beiden Kampagnen in jeweils drei anderen Stadtteilen nicht vorzunehmen. Im Protokoll wird diese Diskussion wie folgt zusammengefasst:

Kampagne 1

Die Reaktionen potenzieller Ehrenamtlicher liegen in allen vier Bereichen im einstelligen Bereich. Die Gegenprobe in Form einer Rückfrage bei den derzeitigen Nachbarschaftshelfer*innen hat sowohl beim DLZ Neustadt (Caritas) als auch in Walle (AWO) und Mitte (DRK) ergeben, dass niemand eine Karte per Übergabe oder Einwurf erhalten hat. Bei der hohen Zahl der verteilten Karten ist dies verwunderlich. Es scheint für die Zusteller*innen doch noch schwieriger als erwartet zu sein, die zu dieser Zielgruppe gehörenden Personen zu finden und Karten zu übergeben oder einzuwerfen. In einem Gespräch mit Zusteller*innen aus Mitte am 5. November wurde deutlich, dass einige auch hier an ältere Menschen als Zielpersonen denken und die Mehrheit einräumte, dass Sie die meisten Bewohner*innen in den von ihnen bedienten Straßen nicht kennen, und einige auch Hemmungen haben, eventuell in Frage kommenden Personen auf der Straße anzusprechen.

Da wir selbst in der Planungsphase Probleme hatten, eindeutige Indikatoren für die Zielgruppe zu definieren, besteht die gemeinsame Erkenntnis von DLZ und Post darin, dass Übergabe oder Einwurf von Postkarten für die Werbung von Ehrenamtlichen kein effizienter Ansatz ist und dass mit einer Variation der Karten oder, wie von einem Zusteller vorgeschlagen, mit einem zusätzlichen Giveaway oder intensiverer Einweisung keine nennenswerte Verbesserung zu erreichen ist. Daher wird auf die für den Beginn des nächsten Jahres geplante Postkarten-Kampagne 1 in Blumenthal, Findorff und Hastedt verzichtet. Die aus dem Projekt finanzierten Mitarbeiterinnen bei den drei DLZ werden wie schon bei der ersten Kampagne 1 mit Plakaten, dem Auslegen von Werbematerial bei Ärzten, in Apotheken und anderen Orten sowie mit persönlicher Ansprache und anderen Aktionen versuchen, Ehrenamtliche zu gewinnen.

Was im Einzelnen geplant wird und welche Unterstützung durch Werbematerial dabei aus Projektmitteln gewünscht wird und geleistet werden kann, soll beim nächsten Treffen am 4. Dezember besprochen werden.

Kampagne 2

Bei Kampagne 2 liegt der Hauptgrund für die ebenfalls geringe Resonanz in Form von Anfragen nach Beratungsgesprächen weniger in der schwierigen Identifizierung der Zielpersonen durch die Zusteller*innen, sondern darin, dass diejenigen, die für eine frühzeitige Beratung gewonnen werden sollen, diesen Bedarf für sich selbst noch nicht erkennen. Dies liegt auch daran, dass die Zusteller*innen überwiegend Personen ansprechen, die sie auf der Straße bzw. an der Haustür antreffen und diese Personen noch recht mobil sind. Dass sie bei weniger mobilen Personen klingeln, wie es ursprünglich geplant war, hat sich als nicht praktikabel herausgestellt. Auch bei Kampagne 2 sind die Hürden hoch. Es könnte sogar sein, dass eine gezielte Mailingaktion mit genauerer Definition der Zielgruppe auch bei großem Streuverlust zu relativ besseren Ergebnissen als bisher führt. Aber diese Art von Werbung wird als nicht passend zum Projekt angesehen.

Für die Zwischenevaluation wurden ausführliche Interviews mit allen Beteiligten über deren ursprüngliche Erwartungen, die Wahrnehmung und Bewertung des Verlaufs sowie der Ergebnisse geführt. Im Bericht zur Zwischenevaluation werden die Ergebnisse ausführlich wiedergegeben und die Gründe für die nicht erreichten quantitativen Zielgrößen analysiert. Unter anderem wurde nach den drei Hauptgründen für die geringe Resonanz gefragt. Die Bonner und die Bremer Betriebsleitung, zwei Gruppen von Zusteller*innen sowie Vertreter*innen der vier DLZ haben darauf die folgenden Antworten gegeben.

Grund	DP Bonn	DP HB	Zusteller*innen	DLZ 1	DLZ 2	DLZ 3	DLZ 4
Postkarte für die beiden Themen nicht geeignet	X	X	X	X	X	X	X
K.1 Zielgruppe ist schwierig zu identifizieren	X	X	X				
K 2 Zielgruppe fühlt sich nicht betroffen	X	X	X				
Zusteller*innen sind keine motivierenden Mittler	X	X	(x)	X	X	X	X
Zusteller*innen kennen ihre Kunden weniger gut als angenommen				X	X	X	X
Zusteller*innen treffen die Zielgruppe seltener an als angenommen			X	X	X	X	X
Für Aufsuchen war keine Zeit		X	X	(x)	(x)	(x)	(x)
(x) = implizite Erwähnung							

Tabelle 15: Vermutete Gründe für die geringe Resonanz

Alle Befragten sind sich einig, dass bei beiden Themen eine Postkarte alleine keine große Resonanz erzielen kann. Am besten geeignet sei die Mund-zu-Mund-Propaganda. Die geplante Ansprache war so gemeint. Aber, wie sich ebenfalls alle einig sind: viele Zusteller*innen sind nicht die motivierenden Mittler, die überzeugend werben können. In den beiden Fokusgruppen wurde dies nicht explizit so formuliert, aber indirekt eingestanden.

Bemerkenswert ist der perspektivische Unterschied bei den anderen Punkten: Während die Vertreter*innen der Post auf die Schwierigkeit der Identifizierung der Zielgruppe hinweisen, stellen die Vertreter*innen der DLZ fest, dass die Zusteller*innen ihre Kundschaft doch nicht so gut kennen, wie angenommen, oder sie nur selten auf der Straße treffen. Die Zusteller*innen ergänzen, dass für ein gezieltes Aufsuchen keine Zeit war und ältere Menschen seltener Sendungen bekommen, die übergeben werden und so Anlass für eine Ansprache entsteht.

Nach diesen Erklärungen waren die ursprünglichen Konzepte mit aktiver Aufsuche und gut vorbereiteter motivierender Ansprache inhaltlich der Zielsetzung angemessen, aber sie wurden nicht im erforderlichen Umfang umgesetzt, weil der Aufwand dazu groß geworden wäre und – wie in der Gesamteinschätzung der Bonner ausgeführt – sich dieser Aufwand nicht über entsprechende Entgelte decken lässt, so dass keine Wirtschaftlichkeit zu erreichen ist. Alle Befragten waren sich einig, dass deswegen das Projekt nicht als gescheitert zu bewerten ist, sondern dass sie für ihre weitere Arbeit wichtige praktische Erkenntnisse gewonnen haben.

Aus der Sozialdeputation gab es im April 2018 eine Anfrage der CDU-Fraktion, in der es in erster Linie um die Verwendung der für das Projekt bereitgestellten finanziellen Mittel ging und unterstellt wurde, dass damit Leistungen der DP vergütet würden, wobei bei einzelnen Fragen der Lotsendienst mit dem Kontaktendienst „POSTPERSÖNLICH“ verwechselt wurde. In der Sitzung am 19. April 2018 haben der Vertreter der Sff in der Projektgruppe und der Autor dieses Berichts den damaligen Projektstand präsentiert und konnten die Missverständnisse ausräumen: Die DP hat weder für POSTPERSÖNLICH noch für den Lotsendienst Projektmittel erhalten, sondern ihre Beiträge zu den Teilprojekten vollständig aus eigenen Mitteln finanziert. Es sind keine Projektmittel an die DP geflossen. Mehrheitlich wurde der gesamte Projektverbund von den Mitgliedern der Deputation in der Aussprache als interessantes Experiment begrüßt und ein Bericht nach der Zwischenevaluation erbeten. Dieser wurde im Mai 2019 erstattet. Dabei konnten auch die inzwischen geplanten neuen Projekte kurz vorgestellt werden.

2.6.4 Schlussfolgerungen für die zweite Projekthälfte

Für die zweite Projekthälfte wurden die angestrebten Ziele der Gewinnung Ehrenamtlicher und der Information über die Beratungsangebote nicht aufgeben. Sie sollen nur modifiziert und um andere Ansätze ergänzt werden.

Die Gewinnung neuer NBH und die Information über die Beratungsangebote sollte nun mit einem verstärkten Einsatz der Mitarbeiter*innen der drei noch beteiligten DLZ erfolgen. Dazu wurde verabredet:

- Jedes DLZ erstellt einen Plan, mit welchen konkreten Aktivitäten diese Ziele von Januar bis Juni 2019 erreicht werden sollen. Dazu gehören das Auslegen von Karten und Flyern und das Aushängen von Plakaten ebenso wie Informationsstände auf geeigneten Veranstaltungen und Märkten. Die in der Kampagne der Paritätischen Gesellschaft erfolgreiche Schaltung von Kleinanzeigen bei www.bremen.de und anderen Plattformen wird von den anderen Trägern übernommen.

Darüber hinaus wurden zwei weitere Maßnahmen verabredet:

- Der existierende gemeinsame Flyer für Kunden soll um einen gemeinsamen Flyer für die Werbung Ehrenamtlicher ergänzt werden.
- Außerdem soll eine gemeinsame Website entwickelt werden, die kurz die Arbeit der DLZ erläutert, die Möglichkeit des sozialen Engagements als NBH aufzeigt und die insgesamt 17 Standorte darstellt. So soll man überall in Bremen sofort feststellen können, wo sich das nächstgelegene DLZ befindet. Von dieser gemeinsamen Seite erfolgt dann die Weiterleitung zu den Seiten der jeweiligen Träger mit allen Detailinformationen und aktuellen Hinweisen.

3 Projekte der zweiten Phase

3.1 Lotsenprojekt II

3.1.1 Planung

Für die zweite Projekthälfte wurden die angestrebten Ziele der Gewinnung von NBH und der Information über die Beratungsangebote der DLZ nicht aufgegeben. Sie sollten nur modifiziert und um andere Ansätze ergänzt werden. Die Mitarbeiter*innen der drei noch beteiligten DLZ sollten dazu ihre schon in der ersten Projekthälfte ergriffenen eigenen Maßnahmen verstärken. So wurde vereinbart:

Jedes DLZ erstellt einen Plan, mit welchen konkreten Aktivitäten diese Ziele von Januar bis Juni 2019 erreicht werden sollen. Dazu gehört das Auslegen von Karten und Flyern und das Aushängen von Plakaten ebenso wie Informationsstände auf geeigneten Veranstaltungen und Märkten. Die in der Kampagne der Paritätischen Gesellschaft erfolgreiche Schaltung von Kleinanzeigen bei www.bremen.de und anderen Plattformen wird von den anderen Trägern übernommen. Darüber hinaus wurden weitere Maßnahmen verabredet:

- Der existierende gemeinsame Flyer für Kunden wird um einen gemeinsamen Flyer für die Werbung Ehrenamtlicher ergänzt.
- Außerdem soll eine gemeinsame Website entwickelt werden, die kurz die Arbeit der DLZ erläutert, die Möglichkeit des sozialen Engagements als NBH aufzeigt und die insgesamt 17 Standorte darstellt. So soll man überall in Bremen sofort feststellen können, wo sich das nächstgelegene DLZ befindet. Von dieser gemeinsamen Seite erfolgt dann die Weiterleitung zu den Seiten der jeweiligen Träger mit allen Detailinformationen und aktuellen Hinweisen.
- Die 2014 durchgeführte gemeinsame Umfrage der 17 DLZ bei ihren NBH soll leicht modifiziert und ergänzt wiederholt werden, um aktuelle Informationen und Ansatzpunkte für Verbesserungen und gezieltere Ansprache zu gewinnen.

Dazu fanden von Januar bis November 2019 beim Senator für Finanzen insgesamt sechs Besprechungen mit den Verantwortlichen für die DLZ statt:

- 8. Januar 2019: Planung gemeinsamer Werbematerialien und Verabredung je einer AG für einen gemeinsamen Flyer und eine gemeinsame Homepage.
- 5. Februar 2019: Erste Entwürfe der Arbeitsgruppen Homepage und Flyer.
- 26. März 2019: Überarbeitete Entwürfe Homepage und Flyer - Vergleichbare Profilsseiten der DLZ und Dokumentation eigener Werbemaßnahmen.
- 4. Juni 2019: Letzte redaktionelle Änderungen bei Homepage und Flyer sowie Eckpunkte für Inhalt und Ablauf der Umfrage bei den NBH.
- 12. August 2019: Verabschiedung Ablaufplan und Freigabe des Fragebogens für die Umfrage.
- 20. November 2019: Besprechung der Ergebnisse der Umfrage.

3.1.2 Eigene Werbemaßnahmen

AWO

Kampagne 1: Gewinnung von Ehrenamtlichen – Standort Findorff
 Ziel war es, insgesamt 20 neue Ehrenamtliche für die Unterstützung älterer Menschen im Stadtteil Findorff im 1. Halbjahr 2019 zu gewinnen. Insgesamt wurden im Zeitraum Januar – Juni 2019 in 48 verschiedenen Institutionen Flyer verteilt und Plakate aufgehängt:

- Supermärkte und kleinere Einzelhandelsgeschäfte
- Einrichtungen des Gesundheitswesens: Arztpraxen, Apotheken
- Sportvereine
- Kirchliche Einrichtungen
- Cafés
- Student*innenwohnheim
- Postfilialen
- Krippen und Kindergärten, um insbesondere Mütter als Zielgruppe für die Nachbarschaftshilfe zu gewinnen

Zusätzlich wurden Wege der Rekrutierung von Nachbarschaftshelfer*innen über das Internet erprobt. In den Monaten Januar bis März wurde jeweils eine Anzeige beim lokalen digitalen Kleinanzeigenmarkt „Schwarzes Brett“ auf www.bremend.de und einmalig eine Anzeige auf dem Internetportal „eBay Kleinanzeigen“ zur Suche von neuen Ehrenamtlichen geschaltet.

Gewinnung von Ehrenamtlichen im Zeitraum 01-06/2019	Meldung Interessierte	Ehrenamtliche Eingesetzt*
Insgesamt	69	30**
Internetportal und Zeitraum		
Schwarzes Brett 01/2019	12	4
Schwarzes Brett 02/2019	7	1
Schwarzes Brett 03/2019	4	1
eBay Kleinanzeigen 03/12019	4	0
Andere Rekrutierung		
Aushang Büro	15	7
Mund-zu-Mund-Propaganda	20	11
Bereits früher NBH-Tätigkeit	3	3
Kund*innen mitgebracht	4	3
*hierbei handelt es sich um die Anzahl der Ehrenamtlichen, die aktiv einen ehrenamtlichen Einsatz im Zeitraum 01-06/2019 aufgenommen haben		
** zusätzlich 13 aktiv, die für einen möglichen Einsatz bereitstehen (Stand 01.07.2019)		

Tabelle 16: Gewinnung von Ehrenamtlichen in Phase zwei

In der Kampagne 2 sollte die gezielte Anwerbung von Kund*innen im Stadtteil Findorff evaluiert werden. Dafür wurden unterschiedliche Wege erprobt und ausgewertet, auf das Angebot des Dienstleistungszentrums aufmerksam zu machen. Dafür wurde der Infolyer der Dienstleistungszentren in verschiedenen „Tür-Öffner“-Institutionen in Findorff ausgelegt, die von älteren Menschen, Menschen mit Einschränkungen und deren Angehörigen frequentiert werden. Zudem wurden die Mitarbeiter*innen der Institutionen über das Dienstleistungszentrum der AWO informiert, um so auch als Multiplikator*innen zu fungieren. In folgenden Einrichtungen wurden Flyer verteilt:

- Einrichtungen des Gesundheitswesens: Arztpraxen, Apotheken, Physiotherapiepraxen
- Sanitätshaus
- Supermärkte und kleinere Einzelhandelsgeschäfte
- Postfilialen
- Kirchliche Einrichtungen
- Pflegedienste
- Cafés
- Austausch mit der Kontaktpolizei über das Angebot des Dienstleistungszentrums
- andere soziale Einrichtungen/Kooperationspartner

Insgesamt wurden im Zeitraum von Januar bis Juni 2019 in 41 verschiedenen Institutionen und Einrichtungen Flyer verteilt. In manchen Einrichtungen wurde das Verteilen oder Aufhängen wiederholt, da bereits keine Flyer mehr auslagen bzw. Plakate mehr dort hingen.

Art der Kontaktaufnahme	Meldung Hilfesuche	Aufnahme Kund*innen
Flyer ausgelegt	1	1
Pflegekasse	24	14
Mund-zu-Mund-Propaganda	21	10
Keine Zuordnung möglich	10	4
Amt für Soziale Dienste	8	5
Aushang Büro	3	1
Sozialdienst Krankenhaus u.a. soziale Einrichtungen	4	3
Insgesamt	71	38

Tabelle 17: Art der Kontaktaufnahme

Eine Analyse und Bewertung beider Kampagnen durch die AWO selbst findet sich im Tätigkeitsbericht im Anhang A.1.

DRK

Für das DLZ Hastedt und das DLZ Mitte wurden folgende Aktivitäten berichtet:

Unregelmäßige Inserate auf verschiedenen Plattformen:

- Nebean.de
- Schwarzesbrett.bremen.de
- eBay-Kleinanzeigen.de
- DRK-Homepage

Auslagen von Postkarten und Flyer:

- Ärzte, Apotheken
- Kioske
- Buchhandlung, Stadtbibliothek
- Agentur für Arbeit
- Mensch-Puppe-Theater
- Flyerkasten und Aufsteller direkt vom DLZ

Persönliche Ansprache an verschiedenen Orten:

- Wochenmarkt Hastedt: 13 Personen angesprochen, 5 Flyer verteilt
- Jobcenter (HB-Mitte): 25 Personen angesprochen, 15 Flyer verteilt
- Jobcenter (HB-Ost): 30 Personen angesprochen, 15 Flyer verteilt
- Hansa Carré: 20 Personen angesprochen, 12 Flyer verteilt
- Freiwilligentag Hemelingen: 15 Personen angesprochen, 15 Flyer verteilt

Zusätzlich nahm DLZ Hastedt an dem Projekt „Nachbarschaftshilfe Inklusiv“ teil.

DLZ	Meldungen	Aufgenommen	Eingesetzt
Mitte	27	24	15
Hastedt	23	23	11

Tabelle 18: Ergebnisse der Gewinnung Ehrenamtlicher

Die Ehrenamtlichen sind über unterschiedliche Informationswege gekommen. Auch hier hat die Mund-zu-Mund-Werbung die höchste Resonanz gefunden.

Informationsweg	DLZ Mitte	DLZ Hastedt	gesamt
Inserate im Internet	2	3	5
Ausgelegte Flyer	5	0	5
Persönliche Ansprache	1	1	2
Mund-zu-Mund	9	12	21
Vom Kunden mitgebracht	4	1	5
Nachbarschaftshilfe Inklusiv	1	6	7
Nicht benannt	5	0	5
Summe	27	23	50

Tabelle 19: Wege der Gewinnung Ehrenamtlicher

PGSD

Die PGSD berichtet folgende Aktivitäten für die Gewinnung von Ehrenamtlichen im Zeitraum 14.02.2018 - 13.06.2018

- Anzeige auf www.ich-mach-das.eu
- Inserat Schwarzes Brett bremen.de – ca. 1x/Monat
- Antwort auf Minijobgesuche – ca. 1x/Woche
- Inserat auf Stud.IP (Studentenplattform Uni Bremen) – ca. 1x/Monat
- Inserat eBay Kleinanzeigen – unregelmäßig
- Posteraushänge, Auslage/Verteilung von Postkarten etc. – unregelmäßig
- Facebook
- Pressearbeit

Neu aufgenommene NBH wurden gefragt, wie sie auf diese Möglichkeit aufmerksam geworden waren:

Aufmerksam geworden durch	Gesamt	Mit Projektaktivitäten		Ohne Projektaktivitäten	
		Horn	Schwachhausen	Veogesack	Obervervieland
bremen.de	75	36	27	7	5
Stud.IP	48	42	5	0	1
eBay Kleinanzeigen	9	4	4	0	1
Poster/Flyer	8	6	8	0	0
Facebook	4	1	3	0	0
BLV	26	0	0	26	0
Mund-zu-Mund (NBH, Bekannte etc.)	103	12	22	4	29
Kund*innen	30	7	2	11	10
Homepage PGSD	5	3	2	0	0
Neuaufnahme ehemaliger NBH	10	3	2	2	3
Anzeige PPD	5	1	0	4	0
Sonstige	10	1	4	5	0
Nicht dokumentiert	240	42	118	52	28
Gesamt	579	158	197	147	77

Tabelle 20: Ergebnisse der umfassenderen Kampagne der PGSD

Die für das Projekt eingestellte Mitarbeiterin war für die DLZ in Horn und Schwachhausen aktiv. Die auf Bremen bezogene eigene Kampagne der PGSD bezog sich auch auf die DLZ in Veogesack und Obervervieland. Der Vergleich der Anzahl der gewonnenen NBH zeigt in der Summe für beide Gruppen einen deutlichen Vorsprung der am Projekt beteiligten beiden DLZ, insbesondere bei den Kleinanzeigen. Insgesamt ergibt sich jedoch kein einheitliches Bild. So war die Anzahl der durch Mund-zu-Mund-Werbung gewonnenen NBH in Obervervieland am größten.

3.1.3 Gemeinsame Flyer

Eine Erkenntnis aus den beiden bisherigen Kampagnen war, dass ein Flyer besser geeignet ist als eine Postkarte sowohl zur Übergabe in einem persönlichen Gespräch als auch zum Auslegen, weil der Platz auf einer Postkarte zu klein ist, um alles Wesentliche darzustellen und die Verkürzung den Werbecharakter gegenüber dem Informationsgehalt in den Vordergrund stellt. In einem Flyer kann man als Empfänger ausführlicher nachlesen, was in einem Gespräch kurz angesprochen wurde. Auch der Hinweis der Zusteller*innen, dass die großflächigen Fotos zu sehr an kommerzielle Werbung erinnern, sollte berücksichtigt werden.

Vor diesem Hintergrund erschien für die Information über die Beratungsangebote der bisherige gemeinsame Flyer der vier Träger mit Piktogrammen als geeignetes Medium für die geplanten Aktivitäten in der verbleibenden Projektlaufzeit. Er wurde auf einen Aktualisierungsbedarf hin überprüft werden. Für die Werbung Ehrenamtlicher gab es noch keinen gemeinsamen Flyer. Dieser sollte im Rahmen des Projektes erstellt werden und sich in Form und Stil an dem Flyer zu den Beratungsangeboten orientieren.

In drei Sitzungen wurden aufbauend auf Vorschlägen einer Teilgruppe zwei gemeinsame Flyer erarbeitet, einer für die Gewinnung von Ehrenamtlichen und einer zur Information über die Angebote der DLZ. Die zwischen SF und den DLZ verabschiedete Fassung wurde dem Referat Ältere Menschen der SFJIS und der LAG zur Freigabe vorgelegt. Nach Berücksichtigung der dort gewünschten Änderungen wurden die beiden folgenden Flyer (Vgl. Abbildung 10). am 19. Juni zur Veröffentlichung freigegeben. Insgesamt wurden jeweils 3.000 Exemplare gedruckt und an die DLZ verteilt.

Ihre Vorteile

Für Ihr ehrenamtliches Engagement bekommen Sie neben Wertschätzung und Anerkennung auch:

- eine Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde. Diese lässt sich mit einem regulären Einkommen, einem Minijob, dem Bezug von Rente oder Sozialleistungen kombinieren (steuerfrei bis zu 2.400 Euro pro Jahr).
- Beratung und Begleitung durch Ihr Dienstleistungszentrum
- Berücksichtigung Ihrer Wünsche zur Tätigkeit und Einsatzzeit
- Versicherungsschutz
- Schulungen zu altersrelevanten Themen

Die Bremer Dienstleistungszentren*



Wir sind in jedem Stadtteil

- Blumenthal**, ☎ 60 21 99
✉ dzblumenthal@paritaet-bremen.de
- Findorff**, ☎ 37 78 90
✉ dz-findorff@awo-bremen.de
- Gröpelingen**, ☎ 6 91 42 66
✉ dz-groepelingen@awo-bremen.de
- Hastedt/Östliche Vorstadt**, ☎ 4 36 70-47/-48
✉ dz-hastedt@drk-bremen.de
- Horn**, ☎ 23 71 21
✉ dzhorn@paritaet-bremen.de
- Huchting**, ☎ 58 20 11
✉ dzhuchting@paritaet-bremen.de
- Huckelriede/Buntentor**, ☎ 87 34 10
✉ dz@caritas-bremen.de
- Lesum**, ☎ 63 00 34
✉ dzlesum@paritaet-bremen.de
- Mitte**, ☎ 69 93 01-00/-02
✉ dz-mitte@drk-bremen.de
- Neustadt/Woltmershausen**, ☎ 5 98 14 11
✉ dz-neustadt@awo-bremen.de
- Obervieland**, ☎ 8 40 25 00
✉ dzobervieland@paritaet-bremen.de
- Osterholz**, ☎ 4 29 84 40
✉ dz-osterholz@awo-bremen.de
- Schwachhausen**, ☎ 3 40 31-00/-01
✉ dz-schwachhausen@drk-bremen.de
- Schwachhausen-Nord**, ☎ 21 57 59
✉ dzschwachhausen@paritaet-bremen.de
- Vahr**, ☎ 4 68 03 27
✉ dz-vahr@awo-bremen.de
- Vegesund**, ☎ 66 24 99
✉ dzvegesund@paritaet-bremen.de
- Walle**, ☎ 38 89 80
✉ dz-walle@awo-bremen.de

Ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe mit Aufwandsentschädigung

Unterstützen Sie ältere Menschen in Ihrem Stadtteil

www.dlz-bremen.de

* Die Stadt Bremen fördert uns

Abbildung 10: Flyer der Ehrenamtlichen Nachbarschaftshilfe

Engagieren Sie sich in der Nachbarschaftshilfe!

Warum Nachbarschaftshilfe?

Viele ältere, behinderte oder chronisch kranke Menschen sind für die alltäglichen Dinge auf Hilfe angewiesen. Mit Ihrem ehrenamtlichen Engagement in der Nachbarschaftshilfe tragen Sie dazu bei, dass diese Menschen möglichst lange in der eigenen Wohnung bleiben können.

Die Aufgaben in der Nachbarschaftshilfe sind vielfältig. Sie können den Umfang und die Zeiten Ihrer Tätigkeit selber bestimmen.

Pflegerische Tätigkeiten sind ausgeschlossen.

„Das Geld alleine ist es nicht. Aber hier sehe ich, dass die Hilfe meiner Nachbarin gut tut. Das gibt mir ein gutes Gefühl.“
(Erika M.)

„Ein Ehrenamt mit Sinn und ein kleiner Zuversicht für mich.“ (Herbert K.)

Sie begleiten

- Zum Beispiel:
- Einkaufen gehen
 - Spazieren gehen
 - Bei Arztbesuchen
 - Kleine Ausflüge



Melden Sie sich bei uns!

Das Dienstleistungszentrum in Ihrer Nähe lädt Sie gerne zu einem unverbindlichen Informationsgespräch ein. Sie erreichen uns telefonisch oder per E-Mail.

Weitere Informationen finden Sie unter www.diz-bremen.de

Sie unterstützen im Haushalt

- Zum Beispiel:
- Wäsche waschen
 - Reinigung der Wohnung
 - Essen kochen
 - Einkaufen



Sie leisten Gesellschaft

- Zum Beispiel:
- Vorlesen
 - Singen oder Spielen
 - Reden
 - Zuhören



Die Bremer Dienstleistungszentren

**Brauchen Sie Unterstützung im Alltag?
Wir haben zwei Angebote für Sie:**

Organisierte Nachbarschaftshilfe

Dieses Angebot richtet sich an ältere Menschen oder Menschen mit Behinderungen, die Unterstützung im Alltag brauchen. Das Dienstleistungszentrum macht einen Vertrag mit Ihnen. Der kostet jeden Monat 26 Euro. Dann vermitteln wir Ihnen Nachbarschaftshelfer/innen. Sie zahlen diesen eine Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde.

Alltagsassistenz

Dieses Angebot eignet sich für Menschen mit einem Pflegegrad. Das Dienstleistungszentrum macht einen Vertrag mit Ihnen. Der kostet jeden Monat 30 Euro. Dann vermitteln wir Ihnen Alltagsassistent/innen. Sie zahlen diesen eine Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde. Die Kosten für dieses Angebot können von der Pflegekasse erstattet werden.

Wir beraten Sie und Ihre Angehörigen gerne!

Wir sind in jedem Stadtteil

- Blumenthal, ☎ 60 21 99
✉ dizblumenthal@paritaet-bremen.de
- Findorff, ☎ 37 78 90
✉ diz-findorff@awo-bremen.de
- Gröpelingen, ☎ 6 91 42 66
✉ diz-groepeligen@awo-bremen.de
- Hastedt / Östliche Vorstadt, ☎ 4 36 70-47/-48
✉ diz-hastedt@drk-bremen.de
- Horn, ☎ 23 71 21
✉ dizhorn@paritaet-bremen.de
- Huchting, ☎ 58 20 11
✉ dizhuchting@paritaet-bremen.de
- Huckelriede / Buntentor, ☎ 87 34 10
✉ diz@caritas-bremen.de
- Lesum, ☎ 63 00 34
✉ dizlesum@paritaet-bremen.de
- Mitte, ☎ 69 93 01-00/-02
✉ diz-mitte@drk-bremen.de
- Neustadt / Woltershausen, ☎ 5 98 14 11
✉ diz-neustadt@awo-bremen.de
- Obervieland, ☎ 8 40 25 00
✉ dizobervieland@paritaet-bremen.de
- Osterholz, ☎ 4 29 84 40
✉ diz-osterholz@awo-bremen.de
- Schwachhausen, ☎ 3 40 31-00/-01
✉ diz-schwachhausen@drk-bremen.de
- Schwachhausen-Nord, ☎ 21 57 59
✉ dizschwachhausen@paritaet-bremen.de
- Vahr, ☎ 4 68 03 27
✉ diz-vahr@awo-bremen.de
- Veegesack, ☎ 66 24 99
✉ dizveegesack@paritaet-bremen.de
- Walle, ☎ 38 89 80
✉ diz-walle@awo-bremen.de

In Ihrem Stadtteil



Die Bremer Dienstleistungszentren*

**Informationen
Beratung
Organisierte Nachbarschaftshilfe
Alltagsassistenz**

**für ältere Menschen,
Menschen mit Behinderungen
und deren Angehörige**

* Die Stadt Bremen fördert uns

Stand: 01.01.2019

Wenn Sie möchten, unterstützen wir Sie:



Wir informieren und beraten.

- Zum Beispiel über:
- Essen-Bringdienste
 - Pflegeversicherung
 - Hausnotrufe
 - Ambulante oder stationäre Pflege
 - Antragshilfen
 - Selbsthilfegruppen für Angehörige



Wir helfen im Haushalt.

- Zum Beispiel:
- Wäsche waschen
 - Reinigung der Wohnung
 - Essen kochen
 - Aufräumen
 - Einkaufen

Wenn Sie Fragen haben:
Rufen Sie uns an.



**Die Bremer
Dienstleistungszentren**



Wir begleiten.

- Zum Beispiel, wenn Sie
- zum Arzt müssen
 - Einkaufen gehen
 - Spazieren gehen
 - in ein Museum wollen



Wir leisten Gesellschaft.

- Zum Beispiel:
- Vorlesen
 - Singen oder Spielen
 - Reden
 - Zuhören

3.1.4 Gemeinsame Homepage

Bis zum Sommer 2019 gab es nur eine Liste aller DLZ auf der Internetseite der Senatorischen Behörde zum Download und Ausdrucken⁸ ohne nähere Angaben zu den einzelnen Standorten. Diese finden sich in unterschiedlicher Gestaltung getrennt auf Seiten der vier Träger. Die adressierten Personen, potenzielle NBH ebenso wie Kund*innen, orientieren sich jedoch nicht an einem bestimmten Träger, sondern an den Einrichtungen und ihren Angeboten. Der Vorschlag einer gemeinsamen Homepage als Portal, das zu den einzelnen DLZ weiterleitet, wurde daher von allen Beteiligten begrüßt und nach Rücksprache von der senatorischen Behörde als Bestandteil des Projektes unterstützt. Ein solches Portal kann als digitaler Lotse die anderen Aktivitäten bündeln und zusammen mit den Flyern und der persönlichen Ansprache eine zukunftsfähige Multi-Kanal-Strategie bilden. Für den Inhalt wurden drei Bereiche vereinbart:

- Für Kund/innen: Dienstleistungen, Information, Beratung, Organisierte NBH, Alltagsassistenten, Optional Mittagstische, Tagesbetreuung, Angehörigengruppen u.a.m.
- Für Ehrenamtliche: Warum, was, wie?
- Standorte

Die beiden ersten Bereiche sollten in Inhalt und Design mit den Flyern abgestimmt werden, also z.B. dieselben Piktogramme verwenden. In Bezug auf die Karte bestand Einvernehmen, dass der vorhandene statische Stadtplanausschnitt mit eingezeichneten Standorten nicht mehr zeitgemäß ist. Informativer wäre eine interaktive Karte, bei der zu jedem eingezeichneten Standort beim Anklicken der Name und ein kleines Foto angezeigt sowie ein Link zu Detailinformationen angeboten wird. Die Adressaten einer solchen Website erwarten heute und mehr noch in der Zukunft solche ergänzenden Informationen. Wenn das Ziel darin besteht, Personen zu einem Besuch in den DLZ zu motivieren, dann sollen dazu alle relevanten Informationen angezeigt werden, insbesondere ein Foto des Gebäudes, die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV und ggfs. Angaben zur Barrierefreiheit (Rollstuhl, Rollator etc.). Weil gegen die Verwendung von Google-Maps für eine solche interaktive Karte Datenschutzbedenken geltend gemacht wurden, wurde eine Agentur mit einer eigenen Realisierung beauftragt. Die gemeinsame Homepage⁹ hat vier Menüpunkte (Vgl. Abbildung 11).

⁸ Vgl. <https://www.soziales.bremen.de/soziales/detail.php?gsid=bremen69.c.45217.de>

⁹ Vgl. <https://www.dlz-bremen.de>



Abbildung 11: Internetauftritt der Bremer Dienstleistungszentren



Die Bremer Dienstleistungszentren

AAA

STARTSEITE **ANGEBOTE** MITMACHEN STANDORTE ÜBER UNS

Angebote

Information und Beratung

Wie unterstützen Sie, damit Sie möglichst lange selbstständig in der eigenen Wohnung leben können. Dazu informieren und beraten wir Sie in unseren Dienstleistungszentren zu allen Themen rund um das Alter sowie bei chronischen Erkrankungen und Behinderungen.



Wir bieten Ihnen einen an Ihren persönlichen Bedarfen orientierten Überblick zu Unterstützungsangeboten in der Stadt Bremen.

Hierzu gehören zum Beispiel:

- Nachbarschaftshilfe und Alltagsassistenz
- Begegnungszentren
- ambulante und stationäre Pflege
- Hilfen bei Demenz
- mobile Essensdienste und Mittagstische
- Hausnotrufanbieter
- Tagesbetreuung
- Angehörigengruppen
- und vieles mehr ...

Hier können sie unseren Flyer für „Kund*innen“ herunterladen.

Organisierte Nachbarschaftshilfe

Für jeden **Bremer Stadtteil** gibt es ein Dienstleistungszentrum.



Neben unserem Beratungsangebot vermitteln wir ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe. Unsere **Ehrenamtlichen** unterstützen ältere, behinderte und chronisch kranke Menschen als

- Hilfen im Haushalt,
- Begleitung im Alltag (zum Beispiel bei Arztbesuchen, Einkäufen und Spaziergängen)
- Einzelbetreuung auch für Menschen mit Demenz.

Sie schließen mit dem Dienstleistungszentrum einen Servicevertrag ab. Dieser kostet für die organisierte Nachbarschaftshilfe 26 Euro. Unsere Ehrenamtlichen erhalten darüber hinaus von Ihnen eine pauschale Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde. Menschen mit geringem Einkommen können die Übernahme der Kosten beim Amt für Soziale Dienste beantragen.

Alltagsassistentz

Alltagsassistentz ist eine besondere Form der Nachbarschaftshilfe für Menschen mit einem Pflegegrad.

Die Ehrenamtlichen in der Alltagsassistentz werden von den Dienstleistungszentren gemäß der gesetzlichen Vorgaben regelmäßig geschult. Die Servicepauschale beträgt 30 Euro monatlich. Die Ehrenamtlichen erhalten darüber hinaus von Ihnen eine pauschale Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde.

Die Kosten für die Alltagsassistentz können von der Pflegekasse erstattet werden. Dafür steht ein Entlastungsbetrag von bis zu 125 Euro pro Monat zur Verfügung.

Rufen Sie uns an, um einen Beratungstermin zu vereinbaren.

Die Kontaktinformationen finden Sie [hier](#).

Mitmachen

Engagieren Sie sich in der Nachbarschaftshilfe.
Unterstützen Sie ältere Menschen sowie Menschen mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen.
Dafür bekommen Sie

- Wertschätzung
- Anerkennung
- eine pauschale Aufwandsentschädigung
- eine qualifizierte Schulung

Hier können sie unseren Flyer „Ehrenamtliche“ herunterladen.

Warum?

Unterstützung für ältere Menschen

Viele ältere, chronisch kranke oder behinderte Menschen sind für die alltäglichen Dinge auf Unterstützung angewiesen. Nachbarschaftshilfe trägt dazu bei, dass sie möglichst lange in ihrer eigenen Wohnung bleiben können. Durch Ihr soziales Engagement in der Nachbarschaftshilfe bekommen Sie Wertschätzung und Anerkennung. Ihr Dienstleistungszentrum ist für Sie jederzeit Ansprechpartner und unterstützt Sie.

Ihre Wünsche zur Tätigkeit und zum zeitlichen Umfang Ihres Engagements werden berücksichtigt.

Was?

Organisierte Nachbarschaftshilfe

Sie helfen im Alltag: Hausarbeit, Einkaufen, Wäsche waschen, Ausflüge machen, Spazierengehen, Begleitung zu Arztbesuchen oder Ähnliches – und das möglichst wohnortnah, in Ihrem **Stadtteil**.

Pflegerische Tätigkeiten sind ausgeschlossen.

Wie?

Ehrenamtlich mit pauschaler Aufwandsentschädigung

Wir vermitteln ein bezahltes Ehrenamt.

Das heißt: Sie sind ehrenamtlich tätig. Es besteht kein Arbeitsverhältnis, weder mit den Dienstleistungszentren noch mit den älteren Menschen. Sie bekommen eine pauschale Aufwandsentschädigung für jede geleistete Stunde in Höhe von 8,50 Euro (maximal 200 Euro im Monat bzw. 2.400 Euro im Jahr).

Diese lässt sich mit einem regulären Einkommen, einem Minijob, dem Bezug von Rente oder Sozialleistungen abzugsfrei kombinieren.

Das Dienstleistungszentrum organisiert Schulungen und begleitet Sie bei allen Fragen rund um Ihre Tätigkeit. Ehrenamtliche sind bei ihrer Tätigkeit versichert.

Die Stadt Bremen fördert die Dienstleistungszentren.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

Melden Sie sich **telefonisch oder per Mail** bei uns und vereinbaren Sie ein Informationsgespräch!

Standorte

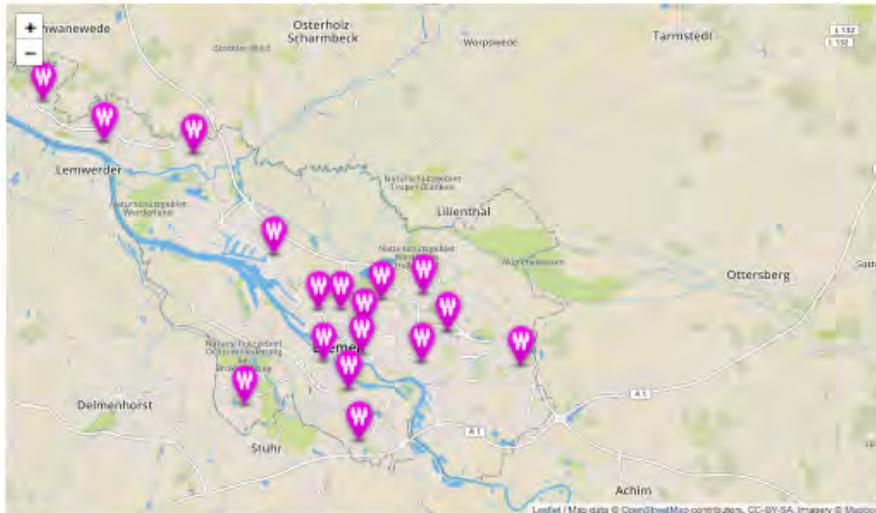
Straßenverzeichnis Online Auskunft

Geben Sie unten Ihre Straße ein und wir zeigen Ihnen, welches Dienstleistungszentrum (DLZ) für Sie zuständig ist.

Straße: Hausnummer:

Ihr Dienstleistungszentrum: ---

Sie finden uns in allen Stadtteilen der Stadt.



Region Nord

DLZ Blumenthal
Bgm.-Kürten-Straße 30
28779 Bremen

DLZ Lesum
An der Lesumer Kirche 1
28717 Bremen

DLZ Vegesack
Kirchheide 18
28757 Bremen

Region Mitte/West

DLZ Findorff
Herbststraße 118
28215 Bremen

DLZ Gröpelingen
Gröpelinger Heerstr. 248
28237 Bremen

DLZ Mitte
Im Krumpfen Arm 13
28203 Bremen

DLZ Walle
Wartburgstraße 11
28217 Bremen

Region Ost

DLZ Hastedt
Hastedter Heerstraße 250
28207 Bremen

DLZ Horn
Brucknerstraße 15
28359 Bremen

DLZ Osterholz
St.-Gotthard-Straße 31
28325 Bremen

DLZ Schwachhausen
Wachmannstraße 9
28209 Bremen

DLZ Schwachhausen-Nord
Kulenkampffallee 65 a
28213 Bremen

DLZ Vahr
Berliner Freiheit 9 c
28327 Bremen

Region Süd

DLZ Huchting
Tegeler Plate 23 A
28259 Bremen

**DLZ Huckelriede/
Buntentor**
Kornstraße 371
28201 Bremen

**DLZ Neustadt/
Woltmershausen**
Lahnstraße 65
28199 Bremen

DLZ Obervieland
Alfred-Faust-Straße 115
28277 Bremen

Welches Dienstleistungszentrum ist für mich zuständig?

Hier können Sie Ihr zuständiges Dienstleistungszentrum finden.
 Klicken Sie auf den Stadtteil, in dem Sie wohnen um weitere Informationen zu erhalten.

Region Nord	Region Mitte/West	Region Ost	Region Süd
Aumund-Hammersbeck	Altstadt	Arbergen	Alte Neustadt
Blumenthal	Blockland	Bahnhofvorstadt	Arsten
Burgdamm	Fesenfeld	Barkhof	Buntentor
Burg-Grambke	Findorff-Bürgerweide	Blockdieck	Gartenstadt Süd
Farge	Gröpelingen	Borgfeld	Grolland
Fähr-Lobbendorf	Handelshafen	Bürgerpark	Habenhausen
Grohn	Hohweg	Bürgerweide	Hohentor
Lesum	In den Hufen	Ellenerbrok-Schevemoor	Hohentorshafen
Lüßum-Bockhorn	In den Wischen	Ellener Feld	Huchting
Rekum	Industriehafen	Gartenstadt Vahr	Huckelriede
Rönnebeck	Lindenhof	Gete	Kattensch
Schönebeck	Mitte	Hastedt	Kattenturm
St. Magnus	Ohlenhof	Hemeligen	Kirchhuchting
Vegeack	Oslebshausen	Horn	Mittelshuchting
Werderland	Osterfeuerberg	Hulsberg	Neuenland
	Ostertor	Lehe	Neustadt
	Steffensweg	Lehesterdeich	Neustädter Hafen
	Steintor	Mahndorf	Obervieland
	Regensburger Straße	Neue Vahr Nord	Rablinghausen
	Überseestadt	Neue Vahr Südwest	Seehausen
	Utbremen	Neue Vahr Südost	Sodenmatt
	Walle	Neu-Schwachhausen	Strom
	Weidedamm	Obermeuland	Südvorstadt
	Westend	Osterholz	Woltmershausen
		Peterswerder	
		Radio Bremen	
		Riensberg	
		Schwachhausen	
		Sebaldsbrück	
		Tenever	

3.1.5 Umfrage bei Nachbarschaftshelfer*innen

2014 hatten die vier Träger der Bremer DLZ eine gemeinsame Umfrage unter ihren Ehrenamtlichen von 2014 zu ihren Tätigkeiten, Bedürfnissen und ihrer Zufriedenheit durchgeführt. Der Vorschlag von Herrn Luthe, diese Umfrage zu wiederholen, fand einhellige Zustimmung. Er konnte im Rahmen der Herbsthelfer jedoch nur finanziell unterstützt werden, wenn durch einige ergänzende Fragen das Thema Digitale Kompetenzen und Digitalassistenten angesprochen wird. Eine Arbeitsgruppe hat die Fragen aus dem letzten Fragebogen und die Vorschläge von Herrn Kubicek für Ergänzungen überprüft. Herr Winkler, Herr Luthe und Herr Kubicek haben den Fragebogen abschließend überarbeitet (s. Anlage 2 im Anhang).

Die Befragung fand plangemäß mit einer Verlängerung statt. Von 2838 ausgegebenen Fragebögen kamen 1.403 ausgefüllt zurück. Die Rücklaufquote variierte zwischen den 17 DLZ zwischen 41,8% und 68,8%. Insgesamt lag sie höher als 2014.

	2014	2019
Beteiligte DLZ	17	17
Befragungszeitraum	Mitte April – Anfang Juni	Mitte August – Mitte November
Versandte Fragebögen	3.212	2.838
Auswertbare Fragebögen	1.150	1.403
Rücklaufquote insgesamt	35,8 %	49,4 %

Tabelle 21: Umfang der Befragung und Rücklauf

DLZ	FB verschickt	FB Rücklauf	Quote (%)
AWO			
Gröpelimngen	280	117	41,8
Osterholz	205	100	48,8
Findorff	150	92	61,3
Walle	175	93	53,1
Neustadt	190	111	58,4
Vahr	285	145	50,9
Alle AWO	1.285	658	51,2
Caritas			
	108	53	49,1
DRK			
Schwachhausen	74	36	48,6
Hastedt	106	56	52,8
Mitte	126	49	38,9
Alle DRK	306	141	46,1
PDSG			
Huchting	226	81	35,8
Obervieland	176	85	48,3
Horn	138	95	68,8
Vege sack	209	100	47,8
Blumenthal	159	82	51,6
Lesum	131	53	40,5
Schwachhausen	100	55	55,0
Alle PDSG	1139	551	49,7
Insgesamt	2.838	1.403	49,4

Tabelle 22: Rücklauf pro Organisation

Ifib consult hat für eine erste Rohauswertung die Verteilung der Häufigkeiten ermittelt. Die Zusammenstellung der Tabellen wurde am 20. 11.2019 mit den DLZ besprochen. Dabei wurden konkrete Wünsche nach Gegenüberstellungen (Kreuztabellen) geäußert, die anschließend umgesetzt wurden. Außerdem wurde eine separate Auswertung für jedes einzelne DLZ zur Verfügung gestellt. Herr Luthe hat aus den Tabellen einen gemeinsamen Bericht der DLZ erstellt, der über die



Abbildung 12: Ergebnisbericht der Befragung von Ehrenamtlichen

Herbsthelfer-Homepage veröffentlicht worden ist. Dort werden die Ergebnisse wie folgt zusammengefasst:

„Sozialstruktur“

- 44% der Befragten sind länger als fünf Jahre engagiert.
-

Tätigkeiten

- Die Organisierte Nachbarschaftshilfe ist regelmäßig ein Mix von unterschiedlichen Tätigkeiten: 85 % putzen immer bzw. oft und 84% leisten immer bzw. oft Gesellschaft.
- 47% begleiten immer bzw. oft ihre Kund/innen bei Spaziergängen oder Einkäufen.
- 81% der Ehrenamtlichen setzen mehr Zeit ein als mit der Bezahlung pro Stunde entgolten wird.

Motive für das Engagement

- Bei den Motiven für das Engagement dominieren „Ich helfe gerne anderen Menschen“ (85%) und „Es macht mir Spaß“ (67%). „Ich kann das Geld gut gebrauchen“ gaben 57% als Motiv an.

Nutzen für die Ehrenamtlichen

- Der immaterielle Nutzen für die Ehrenamtlichen ist deutlich: 91% erhalten Dankbarkeit von den Menschen, denen sie helfen. 48% erhalten Lob und Anerkennung von anderen für ihr Engagement. 55% profitieren von Informationen und Erfahrungen, die sie auch privat nutzen.

Zufriedenheit mit dem Engagement:

- 99% würden ihre Tätigkeit weiterempfehlen.
- 94% der Befragten sind mit ihrer Tätigkeit insgesamt zufrieden.
- 96% sind mit der Unterstützung durch das DLZ insgesamt zufrieden.
- Mit den von den DLZ organisierten Schulungen sind grundsätzlich 83% der Befragten zufrieden; nur 5% äußerten Unzufriedenheit.
- Die Motive und Erwartungen der Ehrenamtlichen werden weitgehend erfüllt. Sie erhalten Wertschätzung und Anerkennung für ihr freiwilliges Engagement und erhalten als Gegenleistung auch Geld für ihre Tätigkeiten.“
- Die Antworten zu den drei neu gestellten Fragen zur Digitalassistentz haben einen Bezug zu den neuen Projekten der zweiten Phase und sind für die daraus gezogenen Konsequenzen relevant:

Nachfrage nach digitaler Assistenz

- Bisher ist die Unterstützung bei der Nutzung digitaler Dienstleistungen nicht ausdrücklich Bestandteil der Organisierten Nachbarschaftshilfe. Wir wollten wissen, ob aus Sicht der Ehrenamtlichen bei unseren Kund*innen eine Nachfrage besteht und ob Ehrenamtliche der DLZ dabei unterstützen können.

Wurden Sie schon einmal in der organisierten Nachbarschaftshilfe darum gebeten, bei der Nutzung eines Smartphones, Tablet oder PC zu helfen? (Frage 12)

Antwort	Anzahl	Prozent von 1.367 FB
Ja, häufiger	96	7.0 %
Ja, aber sehr selten	321	23.5 %
Nein, noch nie	950	69.5 %
keine Angaben	34	2,4 %

Tabelle 23: Beantwortung der Frage 12

7% der Befragten sind häufiger nach digitaler Assistenz gefragt worden.

Können Sie sich vorstellen, im Rahmen der organisierten Nachbarschaftshilfe ältere Menschen bei der Nutzung des Internets (z.B. E-Mail, WhatsApp, Google, YouTube) zu unterstützen? (Frage 13)

Antwort	Anzahl	Prozent (1.355 FB)
Ja, auf jeden Fall	464	34.2 %
Ja, aber nur mit einer entsprechenden Schulung	395	29,2 %
Nein	496	36.6 %
keine Angaben	46	3.5%

Tabelle 24: Beantwortung der Frage 13

Grundsätzlich können sich 63,4% der Befragten vorstellen, digitale Assistenz zu leisten; 29,2% jedoch nur mit einer entsprechenden Schulung. Die Bereitschaft ist in den Altersgruppen und je nach Status und Geschlecht unterschiedlich verteilt.

Würden Sie selbst an einer entsprechenden Schulung (ca. 10 Stunden verteilt auf mehrere Tage) teilnehmen? (Frage 14)

Antwort	Anzahl	Prozent (1.329 FB)
Ja, auf jeden Fall	435	31.1 %
eher Ja	316	22.6 %
eher Nein	391	27.9 %
Nein, auf keinen Fall	187	13.4 %
keine Angaben	72	5.2 %

Tabelle 25: Beantwortung der Frage 14

Hier zeigt sich ein beachtliches Potenzial an Unterstützungskräften für die vom Senat angekündigten Digitalambulanzen (siehe unten).

3.1.6 Zusammenfassende Bewertung der DLZ

Die im Herbsthelfer-Verbund durchgeführten Projekte waren ausdrücklich als Pilotierungen neuer Dienstleistungen in neuen Partnerschaften ausgewählt und konzipiert worden. Für die Bewertung ist daher nicht primär entscheidend, welche Nachfrage diese Angebote gefunden haben und ob sie fortgeführt werden, sondern ob und was die Verwaltung und ihre Partner aus diesen Erprobungen gelernt haben und welche Schlussfolgerungen sie daraus für ihre weitere Arbeit mit und für ältere Menschen in Bremen ziehen. Dementsprechend wurden die Vertreter*innen der vier Träger der beteiligten DLZ um eine zusammenfassende Bewertung aus ihrer Sicht gebeten. Sie wird hier im Wortlaut wiedergegeben:

„Im Rahmen des Projekts wurden Daten erhoben, um die Zahl der Interessent/innen für ein Ehrenamt in den DLZ und deren Zugangswege zu analysieren.

Alle Träger haben zusätzliche Medien für die Gewinnung von Ehrenamtlichen genutzt, z.B. Anzeigen in Print- und Onlinemedien.

Gemeinsam wurden ein Flyer und eine gemeinsame Website der Bremer DLZ entwickelt. Beide Medien ermöglichen zentrale Werbemaßnahmen, z.B. auf Messen wie der „Invita“ oder bei anderen Anlässen.

Die zusätzlichen Personalressourcen, die im Rahmen des Projekts bereitgestellt wurden, waren für die Evaluation und die Entwicklung der neuen Medien hilfreich und unverzichtbar.

Die geplanten Direktmarketingmaßnahmen mit den Zusteller*innen der Deutschen Post AG konnten auf Seiten der Post nicht durchgeführt werden, deshalb sind über deren Wirksamkeit keine Aussagen möglich.

Insgesamt war das Projekt ein Anlass, die Arbeit der DLZ gegenüber den Kooperationspartnern, d.h. der Post, Herrn Winkler vom Senator für Finanzen, Herrn Kubicek vom Ifib, darzustellen und kritisch hinterfragen zu lassen. Der Blick von außen hat zu einer klareren Darstellung und Selbstwahrnehmung der DLZ-Arbeit geführt.

Die Digitalassistenten bot als Pilotprojekt einen Anlass, sich mit Anforderungen der digitalen Unterstützung unserer Zielgruppe auseinanderzusetzen. Dabei wurden Erfahrungen im Umgang mit Kund/innen und Digitalassistent/innen gemacht, die eine Basis sind für den weiteren Umgang mit diesen Anforderungen.

Im Rahmen des Projekts konnte eine Befragung aller Ehrenamtlichen der DLZ realisiert werden. Durch den relativ großen Rücklauf von ca. 50% sind valide Aussagen zur Motivation, Tätigkeit, Zufriedenheit der Ehrenamtlichen möglich. Außerdem bietet ein Vergleich mit den Daten der Befragung aus dem Jahr 2014 die Möglichkeit, Entwicklungen aufzuzeigen. Die Analyse und Interpretation der Ergebnisse bieten eine wertvolle Basis für Maßnahmen zur Gewinnung von Ehrenamtlichen. Die Befragung hat außerdem Informationen zur Bereitschaft der Ehrenamtlichen geliefert, digitale Unterstützung für unsere Zielgruppe anzubieten bzw. sich dafür schulen zu lassen.

Das Projekt hat allen DLZ-Trägern deutlich gemacht, dass zur Gewinnung von Ehrenamtlichen gemeinsame Aktivitäten der 17 Bremer Dienstleistungszentren nicht nur sinnvoll, sondern auch möglich sind. Erforderlich dafür sind ein gemeinsam zu erarbeitendem Konzept sowie weitere Maßnahmen, die zentral koordiniert und umgesetzt werden. Es erscheint sinnvoll, dafür eine Personalressource, z.B. im Umfang von 10 WStd., zu etablieren. Auf dieser Basis könnte die Marke „Bremer Dienstleistungszentren“ weiterentwickelt und für die Gewinnung von Ehrenamtlichen attraktiv gemacht werden.

Insgesamt war das Lotsenprojekt hilfreich für die Organisationsentwicklung der Bremer DLZ. Erkenntnisse insbesondere zum Marketing und zur Öffentlichkeitsarbeit sind in den Regelbetrieb der 17 DLZ zu übertragen.“

3.2 Aufsuchende Digitalassistenten durch DLZ

Wie bereits erwähnt wurde nach der Beendigung des gemeinsamen Lotsenprojekts I mit der Deutschen Post AG im Januar 2019 mit den DLZ-Vertreter*innen vereinbart, die aus dem Projekt finanzierten personellen Ressourcen auch für die Erprobung eines ganz neuen Dienstleistungsangebots in Form einer Aufsuchenden

Digitalassistenten zu nutzen. Es ist bekannt, dass deutlich weniger ältere als jüngere Menschen das Internet nutzen. Als Patentrezept für die Verringerung dieser Alterslücke gilt die gezielte Förderung digitaler Kompetenzen auch der älteren Generationen. Seit vielen Jahren gibt es Pilotprojekte mit WLAN Cafés für Senior*innen, Digitalbotschaftern, Internetpaten, Techniklotsen u.ä. oder auch Versuche, wo Schüler*innen Senior*innen beim Einstieg in das Internet helfen. Dabei wird häufig nicht berücksichtigt, dass ein Teil der älteren Menschen wegen eingeschränkter Mobilität, aber auch kognitiven oder psychischen Einschränkungen, solche Angebote nicht aufsuchen und wahrnehmen kann. Bisher gibt es jedoch keine wissenschaftlich begleiteten und dokumentierten Projekte oder Studien mit dieser Bevölkerungsgruppe, weil der Zugang zu ihnen schwierig ist. Die Kund*innen der DLZ gehören zu dieser Gruppe, die schon im analogen Bereich Unterstützung bei alltäglichen Verrichtungen benötigt und von digitalen Angeboten durchaus Nutzen ziehen könnte. Die von den DLZ vermittelte Nachbarschaftshilfe bildet einen geeigneten Rahmen, in dem auch eine Hilfe bei der Nutzung digitaler Techniken erfolgen könnte. Dafür ist eine Reihe von Fragen zu klären, insbesondere ob die gegenwärtig tätigen NBH zunächst selbst in der Nutzung digitaler Dienstleistungen geschult werden sollen, damit sie umfassend helfen können, oder ob Digitalassistenten ein eigenes Unterstützungsangebot sein soll, das z.B. wie Essen auf Rädern von den DLZ und den NBH bei Bedarf vermittelt wird.

Um Bedarf und Inhalt einer aufsuchenden Digitalassistenten zu erkunden, wurden in diesem, Fall spezielle Assistenzkräfte rekrutiert, eingesetzt und begleitet. Die in der zweiten Phase noch beteiligten DLZ haben ihre Kund*innen gefragt, ob diese Interesse an einer Digitalassistenten haben, die ihnen für drei Monate ein Tablet überlässt und ihnen jede Woche zwei Stunden lang digitale Anwendungen zeigt und mit ihnen übt, was in der jeweiligen Situation als nützlich empfunden wird.

Von Februar bis Juni 2019 wurde dieses Pilotprojekt mit 15 älteren Menschen im Alter von 71 bis 87 Jahren und neun Digitalassistent*innen durchgeführt: elf Frauen und vier Männer hatten sich gemeldet. Darunter sind alle Arten von Bildungsabschlüssen vertreten. Die Hälfte der Teilnehmenden hat den Pflegegrad eins oder zwei. Bis auf eine Frau leben alle alleine.



Abbildung 13: Teilnehmende im Projekt aufsuchende Digitalassistenten

Bei den Assistent*innen handelt es sich um fünf Studierende, drei Arbeitssuchende und einen pensionierten Vollzugsbeamten. Diese wurden in mehreren Workshops auf ihre Aufgabe vorbereitet. Zum ersten Termin ging eine Mitarbeiterin des betreffenden DLZ mit der Assistenz zu der Kundin bzw. dem Kunden, um noch einmal die Bedingungen und den Leihvertrag zu erklären und die Assistentin bzw. den Assistenten persönlich vorzustellen und eine Vertrauensbasis zu schaffen. Zum Ende der dreimonatigen Laufzeit wurden 13 Teilnehmende in Anwesenheit der Mitarbeiterin des jeweiligen DIZ vom Verfasser in ihren Wohnungen interviewt.



Abbildung 14: Assistent*innen im Projekt aufsuchende Digitalassistenten

Die Ergebnisse sind in einem eigenen Bericht wiedergegeben¹⁰. Besonders bemerkenswert ist, dass ein unerwartet großer Teil auch nach über zehn Sitzungen manche Anwendungen noch nicht alleine nutzen konnte (Vgl. Tabelle 26). In Klammern sind die Angaben der Assistent*innen wiedergegeben, die teilweise von der Selbsteinschätzung der Kund*innen abweichen.

Tätigkeit	Kein Problem	Immer noch ein Problem
Apps erkennen und unterscheiden	8 (6)	2 (4)
Lesen und Größe der Schrift verändern	9	2
E-Mails empfangen (2 x nicht probiert)	9	2
Ein bestimmtes Video bei der Mediathek oder YouTube finden (4 x nicht probiert)	6 (7)	2
E-Mails versenden (2 x nicht probiert)	7	3 (4)
Fotos bei E-Mails anhängen (2 x nicht probiert)	7 (6)	4 (5)
Suchmaschine Treffer einordnen	7 (8)	5 (6)
Fotos mit WhatsApp verschicken (2 x nicht probiert)	6 (6)	1 (2)
Phishing Mails erkennen (2 keine E-Mail)	2 (1)	6 (7)
Die Spracheingabe nutzen (5 nicht probiert)	2 (1)	2

Tabelle 26: Lernerfolge und verbliebene Schwierigkeiten

¹⁰ Vgl. https://www.ifib.de/Publikationen.html?suche=go&id_pub=1518

Zwei bzw. vier Personen haben noch Schwierigkeiten, eine gewünschte App anhand der Icons schnell und richtig zu finden. Die Icons und die oft englischsprachigen Kurzbezeichnungen können sie sich nicht gut merken. Die Benutzung von Google mit der Notwendigkeit einer Eingabe von Suchbegriffen und der Durchsicht der angezeigten Trefferliste ist noch für die Hälfte der Teilnehmenden ein Problem. Mit YouTube haben weniger Teilnehmende Schwierigkeiten. Bemerkenswert ist, dass mehr Personen Probleme mit dem Anhängen von Fotos an E-Mails angeben als bei WhatsApp.

Zur Frage, wie es nach den drei Monaten weitergehen soll, wurden sechs Alternativen zur Auswahl gestellt (Vgl. Tabelle 27). Für den Erfolg des Projekts spricht, dass nur eine Teilnehmerin erklärt hat, dass ihr ein Tablet keinen Nutzen bringt. Eventuell schafft sie sich ein Smartphone an. Schon nach wenigen Wochen haben drei Kundinnen ein eigenes Tablet gekauft oder bekommen. Niemand hat angegeben, dass er oder sie bei der weiteren Internetnutzung alleine zurechtkommen wird. Alle 12 Teilnehmenden, die einen Nutzen für sich erkannt haben, hätten gerne weitere Unterstützung. Angesichts der mehrfachen Aussage, dass die drei Monate zu kurz waren, wurde eine Verlängerung der Leihfrist bis Ende September angeboten. Allerdings war die Assistenz dann nicht mehr unentgeltlich, sondern von der Kundschaft mit dem üblichen Satz der Nachbarschaftshilfe von 8,50 Euro pro Stunde direkt zu bezahlen. Dieses Angebot hätten gerne alle 12 Personen angenommen, aber drei haben erklärt, dass sie sich dies finanziell nicht leisten können. Dies ist nachvollziehbar, weil sie von Grundsicherung leben, bei der im aktuellen Warenkorb für das Jahr 2019 ebenso wie bei Hartz IV in dem monatlichen Regelsatz von 424 Euro nur 37,92 Euro für „Nachrichtenübermittlung“ vorgesehen sind. Das reicht kaum für einen Festnetz- und einen zusätzlichen Mobilfunkvertrag mit Internetzugang und auf jeden Fall nicht für eine regelmäßige Assistenz zu einem Preis von 8,50 Euro pro Stunde. Ein Kunde, der viel Geld für nicht erstattete Medikamente ausgeben muss, kann sich noch nicht einmal einen Festnetzanschluss mit WLAN und Internetzugang oder einen kombinierten Mobilfunkvertrag leisten, um den hohen Datenbedarf für das Anschauen von Musikvideos zu decken.

Wie soll es für Sie konkret weitergehen?	
Ich möchte nicht weitermachen. Ich brauche kein Tablet.	1
Ich habe ein eigenes Gerät /besorge mir eines und komme alleine zurecht.	0
Ich habe ein eigenes Gerät / besorge mir eines und möchte weiter von meiner Assistentin / meinem Assistenten unterstützt werden. Das regeln wir untereinander.	2
Ich habe ein eigenes Gerät / besorge mir eines möchte weiter von unterstützt werden. Da mein Assistent / meine Assistentin das Projekt verlässt, hätte ich gerne über das Dienstleistungszentrum eine andere eine andere Person vermittelt.	2
Ich möchte das Leihgerät noch bis September behalten und weiter von meiner Assistentin / meiner Assistenten unterstützt werden. Das regeln wir untereinander.	5
Ich möchte das Leihgerät noch bis September behalten und würde gerne weiter von meiner Assistentin / meiner Assistenten unterstützt werden. Ich kann mir das aber finanziell nicht leisten.	2
Ich würde gerne weitermachen, kann mir aber keinen Internetanschluss leisten	1

Tabelle 27: Aussagen zur Fortsetzung der Tablet-Nutzung

Für die praktischen Konsequenzen aus diesen Befunden erscheinen vor allem drei Punkte relevant:

1. Es bestanden zwar von Anfang an Zweifel an der weit verbreiteten These, dass die Alterslücke vor allem ein Bildungsproblem sei und man nur allen älteren Offlinern digitale Kompetenzen vermitteln müsse, damit niemand ausgeschlossen wird. Aber dass es in diesem Projekt in keinem einzigen Fall gelungen ist, in drei Monaten qualifizierender Unterstützung eine Befähigung zu selbständiger Nutzung relativ einfacher Anwendungen wie E-Mail, WhatsApp, Google und YouTube zu bewirken, war nicht erwartet worden und zeigt die Notwendigkeit, dass neben einer befristeten qualifizierenden Assistenz auch die Möglichkeit einer dauerhaft unterstützenden und stellvertretenden Assistenz geschaffen werden sollte.
2. Noch größer ist die Herausforderung, die Fähigkeit und das Selbstvertrauen zur Nutzung komplexer Anwendungen wie Warenbestellung, Online-Banking oder Videosprechstunden mit Ärzten sowie E-Governmentdiensten zu vermitteln, die geeignet sind, wenig mobilen älteren Menschen ein längeres Verbleiben in ihrer eigenen Wohnung zu ermöglichen. Denn dann geht es um die digitale Tätigkeit von Rechtsgeschäften, um Beauftragungen und Vollmachten, die u.a. Haftungsfragen aufwerfen und ganz andere Vereinbarungen zwischen Kundschaft und Assistenz erfordern.
3. Für alle Varianten der Unterstützung stellt sich dann die Frage, wer sie in dem erforderlichen Umfang qualitativ und quantitativ erbringen kann und wer dafür zahlt. Besorgniserregend ist der Befund, dass gerade die älteren Menschen, die am meisten von einer Internetnutzung profitieren können, weil sie nur ein geringes soziales Kapital aufweisen, auch nicht über die finanziellen Mittel für eine digitale Teilhabe verfügen und daher dem Risiko ausgesetzt sind, noch weiter abgehängt zu werden.

Die drei beteiligten DLZ-Träger haben unterschiedliche Konsequenzen aus diesem Versuch gezogen:

- Die Paritätische Gesellschaft hatte von Anfang an angekündigt, dass sie das Experiment sehr interessant findet, aber derzeit keine Möglichkeit sieht, im Falle positiver Ergebnisse aufsuchende Digitalassistenten in eigener Regie anzubieten.
- Das DRK hingegen hat ein abgewandeltes Konzept für die drei von ihm betriebenen DLZ entwickelt, in dem ein stationäres Angebot in einer Begegnungsstätte mit aufsuchender digitaler Assistenz verbunden wird (Anlage 4). Das DLZ Mitte übernimmt auch die beiden Assistenten „Amy“ und „Assistent“ als reguläre Nachbarschaftshelfer mit besonderen Einsatzmöglichkeiten, hat bereits weitere Kund*innen und potenzielle Assistent*innen. Für deren Einsatz werden zehn Tablets aus dem Bestand zur Verfügung gestellt. Die Kombination aus stationärer und aufsuchender Assistenz erscheint als eine gute Lösung für die beiden Fälle, in denen die aufsuchende Assistenz nicht finanziert werden kann, die Personen aber noch so mobil sind, dass sie eine Sprechstunde in einer Einrichtung durchaus aufsuchen können.

Die AWO sah sich noch nicht in der Lage zu einer dauerhaften Erweiterung des Angebots bevor nicht einige grundsätzliche Fragen geklärt sind:

- Dürfen innerhalb des geltenden vertraglichen Rahmens mit der Stadt Bremen personelle Ressourcen der DLZ für den Bereich Digitalassistenten eingesetzt werden?
- Wie müssen die Verträge mit den Kund*innen ergänzt werden?
- Wie kann sichergestellt werden, dass sich auch Amtskunden dieses Angebot leisten können? Besteht Bereitschaft Digitalassistenten in den Leistungskatalog aufzunehmen?
- Wie kann das Risiko des Missbrauchs minimiert und abgesichert werden?
- Wie werden fortlaufend erforderliche Schulungen organisiert und finanziert?

Diese Fragen müssen für eine Überführung in ein Regelangebot geklärt werden.

Aus Sicht der wissenschaftlichen Begleitforschung geben diese Erfahrungen Anlass, die aufsuchende Digitalassistenten im Hinblick auf die in diesem Projekt noch nicht erprobten höherschweligen Online-Dienste wie Online-Einkäufen, Online-Banking oder Videosprechstunden und E-Governmentdienste weiter zu differenzieren. Wenn ältere Menschen sich Passwörter und die Log-In-Prozeduren nicht merken können oder zu große Ängste haben, muss eine Assistenzform geschaffen werden, die bei solchen rechtsverbindlichen Transaktionen hilft oder diese bei Bedarf auch stellvertretend im Sinne einer Beauftragung oder Bevollmächtigung übernimmt. Neben den üblichen stationären Bildungs- und Unterstützungsangeboten können vier Stufen aufsuchender Assistenz unterschieden werden, bei denen in Abhängigkeit von der geistigen und psychischen Leistungsfähigkeit der Anteil der Aktivitäten und Entscheidungen, den die Betroffenen leisten (können), schrittweise abnimmt und der Anteil der Assistenzkräfte entsprechend steigt.

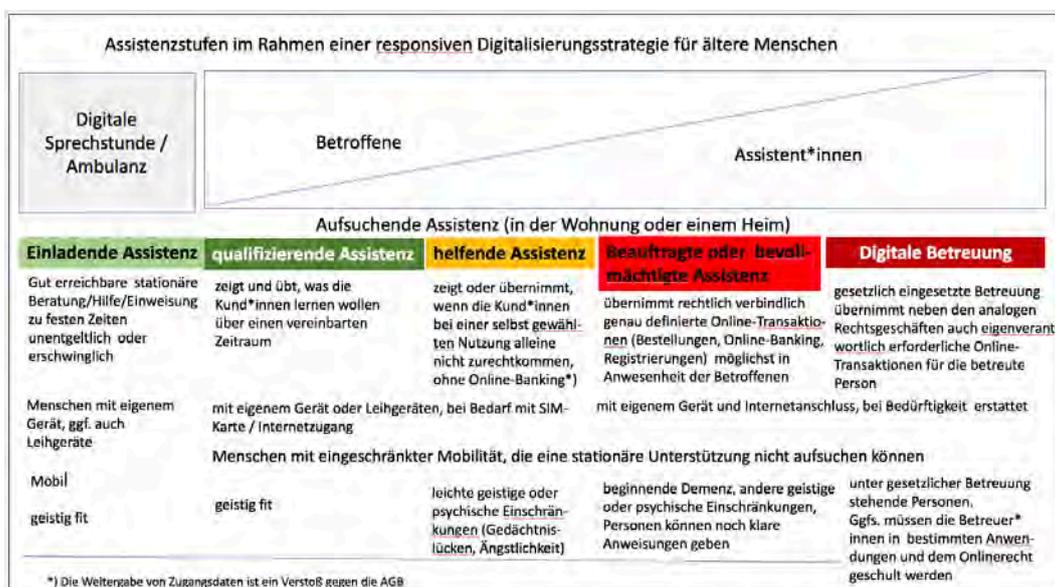


Abbildung 15: Verschiedene Stufen der Digitalassistenten

Zum Zeitpunkt der Erörterung der aus dem Projekt zu ziehenden Konsequenzen hatte der neue Bremer Senat seinen Koalitionsvertrag geschlossen und darin zu diesem Thema Folgendes angekündigt:

„Wir wollen dafür sorgen, dass bei der Digitalisierung möglichst niemand abgehängt und ausgeschlossen wird, der teilhaben möchte. Wir werden dazu ein Programm auflegen, das alters- und situationsgerechte Erfahrungsangebote in Begegnungszentren und -treffs sowie in Wohn- und Pflegeeinrichtungen fördert, das durch die befristete Ausleihe von Tablet-PCs mit einem Betreuungsprogramm zur Überwindung von Berührungängsten beiträgt, und das für die immer wieder auftretenden Probleme bei der Nutzung "digitale Ambulanzen" schafft, die aufgesucht oder angerufen werden können. Die Stadtbibliothek bietet bereits digitale Sprechstunden an. Wir wollen Begegnungszentren und -treffs, Internet-Cafés und andere Einrichtungen bei ähnlichen Angeboten unterstützen. Die Digitalisierung darf aber auch nicht zum faktischen Ausschluss von Menschen führen. Daher muss es neben der Unterstützung bei der digitalen Abwicklung auch weiterhin analoge Wege geben.“¹¹

Zur Unterstützung dieser Ankündigung wurde unter Würdigung früherer Erkenntnisse zu stationären Angeboten für ältere Menschen und der konkreten Erfahrungen mit aufsuchender Unterstützung nach intensiven Diskussionen mit dem Auftraggeber dieser Studie ein zweigleisiges Vorgehen empfohlen.¹²

- Auf der einen Seite spricht alles dafür, mit stationären und auch niedrigschwelligen aufsuchenden Angeboten in die breite praktische Umsetzung zu gehen. Auch wenn in diesem Projekt der Fokus auf den bisher schwer erreichbaren älteren Menschen gelegen hat, darf man nicht übersehen, dass die Mehrheit der älteren Offliner sehr wohl in der Lage ist, stationäre Hilfen in Anspruch zu nehmen, wenn diese gut erreichbar sind und gezielt auf ihre Bedürfnisse und Bedenken eingehen. Bevor konkrete Fördermaßnahmen für den Ausbau dieser Angebote geplant werden, erscheint es sinnvoll, einen Überblick über vorhandene Angebote zu gewinnen und Maßnahmen zu deren Effektivität, Professionalisierung und Sichtbarkeit zu ergreifen. Dies kann durch ein Netzwerk der oben erwähnten Digitalambulanzen geschehen. Der Vorschlag, die vorhandenen Angebote miteinander zu vernetzen, kam von mehreren teilnehmenden Einrichtungen.
- Daneben soll dem erwähnten Klärungsbedarf für die beauftragte und bevollmächtigte Assistenz Rechnung getragen werden. Vor einem Pilotprojekt könnte zunächst angestrebt werden, in einem interdisziplinären Workshop mit den Pflegewissenschaften und anderen einschlägigen Disziplinen sowie

¹¹ Seite 47 Zeile 1960-1970 (http://spd-land-bremen.de/Binaries/Binary_6302/Koalitionsvereinbarung-RGR-2019-2023-mitU-final.pdf)

¹² Ich danke Herrn Niels Winkler für viele zielführende Anregungen und konstruktive Diskussionen, die zu dem folgenden gemeinsam vertretenen Vorschlag geführt haben

den verschiedenen Akteuren aus der Altenhilfe und ambulanten Pflege die verschiedenen Unterstützungsbedarfe, Arten von Hilfen und potenzielle Leistungserbringer zu klären und zu systematisieren, um auf dieser Basis ein Pilotprojekt zu konzipieren. Im Gegensatz zu dem ersten Projektvorschlag würde damit bundesweit Neuland betreten und es wäre eine entsprechend große Aufmerksamkeit und Ausstrahlung zu erwarten.

Abbildung 16 sollte als Einstieg und Anregung für die Diskussion dieser Überlegungen dienen:



Abbildung 16: Vorschlag für zwei Folgeprojekte

3.3 Aufsuchende Digitalassistenten durch die ambulanten Versorgungsbrücken

Aus eigener Initiative hat sich der Verein Ambulante Versorgungsbrücken im April 2019 über die Vorsitzende Elsbeth Rütten gemeldet und Interesse an einer Erprobung aufsuchender Digitalassistenten mit eigenen Helfer*innen bekundet. Der Verein bietet auf privatwirtschaftlicher Basis ähnliche Betreuungsleistungen an wie die DLZ,¹³ und seit mehreren Jahren auch PC- und Tablet-Sprechstunden sowie gelegentliche Hilfe zu Hause bei Problemen mit dem eigenen PC oder Tablet der Kund*innen. Frau Rütten wollte den Kreis der Kund*innen auf Personen ausdehnen, die noch zögern, sich ein eigenes Gerät anzuschaffen. Da aus dem Projekt mit den DLZ einige Tablet-PCs zurückgegeben worden waren, konnten je fünf Tablets für Kund*innen und Assistent*innen überlassen werden.

Daraufhin hat Frau Rütten Ende Mai 2019 fünf Kund*innen und vier zusätzliche Assistent*innen gewonnen. Die Assistentengruppe (Vgl. Abbildung 17) wurde vom Verfasser über die Erfahrungen und Erkenntnisse in dem vorangegangenen Projekt informiert. Dabei handelt es sich um:

¹³ Vgl. <https://ambulante-versorgungsbruecken.de/>

- die Leiterin Elsbeth Rütten, die langjährige Erfahrung mit Computer- und Tablet-Kursen für ältere Menschen hat und dieses Projekt nicht nur koordinieren, sondern selbst auch aktiv als Assistentin mitwirken wird
- eine Praktikantin, die eine Ausbildung zur Kauffrau im Gesundheitswesen absolviert
- einen 69-jährigen Arzt, der nach der Aufgabe seiner Praxis in dem Verein bereits Begleitdienste übernommen hat und seine IT-Kenntnisse gerne in aufsuchender Unterstützung weitergeben möchte
- einen ehemaligen Service-Techniker für Büromaschinen, der schon seit längerer Zeit das WLAN-Café des Vereins betreut und gelegentlich auch Kund*innen zu Hause bei PC-Problemen hilft sowie
- einen Mitarbeiter des Vereins, der regelmäßig traditionelle Nachbarschaftshilfe leistet und diese mit seinen IT-Kenntnissen nun auf Digitalassistenten ausweiten möchte



Abbildung 17: Digitalassistentengruppe der ambulanten Versorgungsbrücken

Sie unterstützten von Anfang Juni bis Ende September 2019 wenig mobile Kund*innen des Vereins einmal wöchentlich bei der Erkundung des Internet mit einem geliehenen Tablet zu Hause und trafen sich einmal monatlich für einen Erfahrungsaustausch mit dem Verfasser dieses Berichts.

Bei den Kund*innen handelt es sich um:

- ein Ehepaar, Herr und Frau G., bei dem der Ehemann bereits Erfahrungen mit einem PC und Laptop hat und nun einen Tablet-PC ausprobieren wollte und dazu ganz konkrete Fragen hatte; seine Ehefrau wollte zunächst auch etwas probieren, hat sich dann jedoch nicht getraut
- die 91-jährige Frau F. die insbesondere an digitalen Kommunikationsmöglichkeiten interessiert war

- die 80-jährige Frau D., die etwas überredet werden musste, dann jedoch Freude am Fotografieren, dem versenden von Fotos und Google Earth gefunden hat
- die 91-jährige Frau W., die nur den Kindern und Enkeln zuliebe die Benutzung von WhatsApp lernen wollte

Eine Kundin der AVB, die zunächst Interesse bekundet hatte, hat vor dem ersten Termin abgesagt. Eine andere Kundin konnte nicht gewonnen werden. So blieb das fünfte Tablet ungenutzt.

Nach der dreimonatigen Betreuung haben die Assistent*innen die Lernerfolge und verbliebenen Schwierigkeiten ihrer Kund*innen bewertet. Die Ergebnisse unterscheiden sich nicht von denen des ersten Projekts:

Lernerfolge und verbliebene Schwierigkeiten	Immer noch ein Problem	
	DLZ -Projekt	AVB Projekt
Apps erkennen und unterscheiden	4 von 13	2 von 4
Lesen und Größe der Schrift verändern	2 von 13	0
E-Mails empfangen	2 von 11	0
Ein bestimmtes Video bei der Mediathek oder YouTube finden	2 von 9	2 von 4
E-Mails versenden	4 von 11	0
Fotos bei E-Mails anhängen	5 von 11	1 von 4
Suchmaschine Treffer einordnen	6 von 13	2 von 4
Fotos mit WhatsApp verschicken	2 von 11	0
Phishing Mails erkennen	7 von 11	3 von 4
Die Spracheingabe nutzen	2 von 8	1 von 4

Abbildung 18: Lernerfolge und verbliebene Schwierigkeiten

Als Konsequenz aus den Erfahrungen mit dem Tablet hat Frau F, beschlossen, dass sie so etwas nicht benötigt. Ihre Verwandten haben auf mehrere versandte E-Mails nicht geantwortet. Frau D. hingegen hat sich ein Tablet gekauft und möchte zukünftig alle 14 Tage Unterstützung. Frau W. hat sich eines zu Weihnachten schenken lassen und möchte gelegentlich Unterstützung. Herr G. hat sich ein Tablet gekauft und kommt alleine zurecht. In allen vier Fällen handelt es sich um Personen, die sich sowohl die Anschaffung und den Unterhalt eines Tablets als auch die Digitalassistent zum Preis von 8,50 Euro finanziell leisten können. Die vier Assistent*innen haben ihre Aufgabe damit gut erfüllt. Es kann also durchaus gelingen, bereits tätige Nachbarschaftshelfer*innen für die Digitalassistent einzusetzen.

3.4 Neue Formate für stationäre Smartphone- und Tablet-Kurse

Die Idee der Leihgeräte stammt von der Stiftung Digitale Chancen, die in dem Projekt „Digital mobil im Alter“ zusammen mit Telefonica Deutschland Tablets für drei Monate Seniorentreffs und Begegnungsstätten zur Verfügung gestellt hat, die diese zusammen mit einem wöchentlichen Betreuungsangebot an ihre Besucher*innen ausgeliehen haben. 2017 haben 30 Einrichtungen in vier Städten an diesem Programm teilgenommen. Rund 300 teilnehmende Senior*innen wurden zu Beginn zu ihren Erwartungen und am Ende der dreimonatigen Erfahrungen zu

ihren Lernerfolgen und -herausforderungen befragt.¹⁴ Dabei zeigte sich u. a., dass die Betreuungsangebote sehr unterschiedliche Formate hatten und auch von unterschiedlicher Qualität waren. Aufgrund dieser Erfahrungen und der in einer Reihe anderer Projekte wurden zehn Grundsätze für eine responsive Förderung digitaler Kompetenzen älterer Menschen erarbeitet (vgl. Anlage 3). Damit soll auf die sehr unterschiedlichen Vorerfahrungen und Ressourcen älterer Menschen angemessen reagiert werden. Die Überschriften lauten:

1. Lernerfahrung und –Motivation klären
2. Ermutigung als Ziel
3. Möglichst homogene (Klein-)Gruppen
4. Kursinhalte an den bevorzugten Gratifikationen orientieren
5. Die Komplexität schrittweise erhöhen
6. Schriftliches Begleitmaterial
7. Probleme besprechen und Lösungen üben
8. Hausaufgaben, Hilfe und Üben – Üben – Üben
9. Unterstützungsangebote und Nachsorge
10. Nicht nur gut gemeint, auch gut gemacht (Evaluation)

In einem Leitfaden wird an Beispielen gezeigt, wie diese Empfehlungen umgesetzt werden können.¹⁵ Bisher wurde diese Umsetzung jedoch noch nicht wissenschaftlich begleitet und evaluiert. Eine Gelegenheit dazu hat sich ergeben, als sich der Leiter des Helga-Jansen-Haus, eines Begegnungszentrum in Bremen-Huchting, bei dem Herbsthelfer-Team nach einer Unterstützung bei einem geplanten Tablet- und Smartphone-Kurs für Senior*innen erkundigte. In zwei Gesprächen wurde ein Plan erstellt, wie die genannten 10 Grundsätze einmal konkret umgesetzt werden können und so ein Format für die Digitalambulanzen entstehen kann. Wie das Pilotprojekt mit Aufsuchender Digitalassistenten sollte auch diese Pilotierung wissenschaftlich begleitet werden. Für das erste Projekt waren Tablets beschafft worden, die nach Projektende zurückgegeben worden waren und nun noch einmal ausgeliehen werden konnten. In mehreren Schritten wurde dann das organisatorische und didaktische Konzept für eine innovative und responsive Smartphone- und Tablet-Schulung konkretisiert, die von Mitte Oktober bis Mitte Dezember im Helga-Jansen-Haus mit 15 älteren Menschen durchgeführt wurde.

In Abbildung 19 ist die Ankündigung für das entwickelte Angebot wiedergegeben. Bereits in der Ansprache wird das Ziel der Digitalambulanzen aufgegriffen „Berührungängste“ zu überwinden: „Keine Angst vor Smartphone, Tablet und Internet.“ Und es werden die Empfehlungen kleiner Gruppen, der Ausrichtung an

¹⁴ Kubicek, Herbert und Lippa, Barbara: Nutzung und Nutzen des Internets im Alter. Empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine responsive Digitalisierungspolitik. Leipzig 2017.

¹⁵ Vgl. <https://www.digitale-chancen.de/assets/includes/send-text.cfm?aus=11&key=1553&pkey=2&dctype=2>

den individuellen Wünschen und Interessen sowie eines unterschiedlichen Lern-tempos berücksichtigt.



Abbildung 19: Ankündigung des Probeangebots

Besonders innovativ ist eine Kombination von zwei Formaten zu zwei verschiedenen Terminen, nämlich Training und Sprechstunde. Ein nachhaltiger Lerneffekt kann nämlich grundsätzlich nur eintreten, wenn in einem Kurs der Dozent oder Trainer eine Anwendung Schritt für Schritt erklärt und zeigt, und die Teilnehmenden auf eigenen Geräten jeden Schritt nachmachen. Unerfahrene ältere Menschen geraten dabei jedoch immer wieder in Situationen, wo sie auf ihren Geräten Seiten öffnen, zu denen sie nicht wollten, und nicht wissen, wie sie wieder zurück und dann zu der gewünschten Seite gelangen. Sie „ver klicken“ sich, sind irritiert, können dem Dozenten oder Trainer nicht mehr folgen und benötigen konkrete Hilfe. Daher wird teilweise statt eines Kurses eine Art Sprechstunde angeboten, in der individuelle Probleme angesprochen und unmittelbare Hilfe geleistet werden kann. Dies nehmen jedoch überwiegend Personen in Anspruch, die sich schon etwas auskennen. Ideal wäre für ängstliche Anfänger*innen ein individuelles Coaching. Doch dafür fehlen die erforderlichen Ressourcen. Als Kompromiss wurde in diesem Projekt eine Kombination aus Training und Sprechstunde vorgenommen und im Training selbst eine Rollenaufteilung der Betreuer in einen Trainer und einen Pate. Der Trainer führt, wie üblich, eine kleine Gruppe von älteren Offlinern in und durch eine Anwendung. Eine zweite Person, deren Rolle als Pate bezeichnet werden kann, steht bereit unmittelbar zu helfen, wenn ein Gruppenmitglied sich ver klickt. Der Trainer gibt in jeder Sitzung eine Hausaufgabe. Teilnehmende, die dabei auf Probleme stoßen, können zu einem gesonderten Termin in eine Sprechstunde kommen, die der Pate abhält und der dort auf die individuellen Probleme eingeht und noch einmal gemeinsam mit der jeweiligen Person die Anwendung übt.

Geplant war eine Aufteilung in drei möglichst homogene Teilgruppen mit jeweils einem Trainer und einem Pate sowie zwei weiteren Pate, die bei Bedarf in den Sprechstunden eingesetzt werden. Als Projektleiter und erster Trainer wurde der freie Journalist Jörg Teichfischer gewonnen, der bereits zwei Smartphone-Kurse in diesem Begegnungszentrum durchgeführt hat. Für weitere Trainer und für Pate wurde bei einem Vortrag bei einem Männerfrühstück in diesem Haus durch den Autor dieses Berichts geworben. Zu einem Vorbereitungstreffen kamen neben dem Projektleiter vier Männer, von denen sich jedoch niemand als Trainer beteiligen wollte, sondern die eine Beteiligung als Pate in Erwägung zogen. Zwei sagten zu. Ein weiterer Mann, der schon länger im Begegnungszentrum aktiv ist, konnte aus zeitlichen Gründen erst zum zweiten geplanten Termin als Trainer dazustoßen

Der Empfehlung kleine und homogene Gruppen zu bilden, sollte durch eine Befragung am ersten Termin Rechnung getragen werden. Dasselbe gilt für die Ausrichtung an den individuellen Wünschen, was geübt und gelernt werden soll. Es gab daher zu Beginn der Schulung kein vorbereitetes Curriculum, sondern nur eine Art Menükarte, aus der die Teilnehmenden auswählen und sich auf ein gemeinsames Programm einigen sollten.

Hinsichtlich der benutzten Geräte wurde freigestellt, ob die Teilnehmenden ein eigenes Smartphone oder ein Tablet mitbringen oder für die Dauer der Schulung ein Tablet ausleihen. Die Leihgeräte können mit einer SIM-Karte ausgestattet werden. Es wurden jedoch projektseitig keine Karten gestellt und installiert. Die Ausleihe und die Teilnahme waren für die Teilnehmenden unentgeltlich. Bei dem ersten Termin wurde jedoch als Bedingung für die weitere Teilnahme vereinbart, dass sie am letzten Termin für ein halbstündiges Interview zur Verfügung stehen, weil die Finanzierung aus Projektmitteln auch dadurch gerechtfertigt wird, dass verallgemeinerbare Erkenntnisse über die Erprobung dieses neuen Formats gewonnen werden.

Auf die oben abgebildete Einladung hin haben sich 25 Personen angemeldet, von denen 21 zu dem ersten Termin am 14. Oktober 2019 erschienen sind und 19 an der Eingangsbefragung für die Gruppenbildung und inhaltliche Planung teilgenommen haben. Es war geplant, sie auf drei möglichst homogene Gruppen aufzuteilen. Da nur zwei Trainer und vier Pate gewonnen werden konnten, wurden ein Pate zum Trainer befördert.

Die Teilnehmenden bekamen einen kurzen Fragebogen, auf dem sie zunächst einige Fragen zu ihren Vorerfahrungen und Kenntnissen beantworten sollten. Die Fragebögen wurden sofort ausgewertet und die Teilnehmenden entsprechend in drei Gruppen aufgeteilt. In diesen Gruppen wurde dann das Interesse an der Behandlung bestimmter Anwendungen in diesem Kurs mit einem zweiten Fragebogen erfasst. In Tabelle 28 sind die Ergebnisse wiedergegeben.

Was möchten Sie in den kommenden zwei Monaten lernen? Bitte kennzeichnen Sie fünf der folgenden Möglichkeiten	Gruppe 1 Fortgeschrittene	Gruppe 2 Erfahrene	Gruppe 3 Anfänger
Ich hätte gerne mehr Kontakt zu Kindern, Enkeln und Bekannten und möchte dazu E-Mail, WhatsApp u. Ä. lernen	3	10	1
Ich möchte meinen Alltag mit einem digitalen Kalender besser organisieren	3	-	4
Ich spiele gerne, alleine und mit anderen, und möchte neue Spiele kennenlernen	-	-	3
Ich fotografiere gerne und möchte Fotos auch verschicken	4	4	2
Ich möchte meine Mobilität mit Stadtplänen Fahrplänen und Navigation verbessern	4	10	5
Ich möchte mich stets aktuell informieren (z.B. Tagesschau, Tageszeitung online)	-	-	4
Ich möchte gerne mein Wissen zu Themen, die mich interessieren, erweitern und vertiefen und lernen wie man dazu eine Suchmaschine nutzt	2	10	5
Ich suche neue Möglichkeiten der Unterhaltung mit Film, Musik und Fernsehen	2	-	3
Ich reise gerne und möchte mehr über Reiseziele und –Angebote erfahren	2	-	2
Ich würde vor dem Einkauf gerne Preise im Internet vergleichen und evtl. auch online bestellen	-	10	1
Ich möchte Formulare der Verwaltung ausdrucken oder online ausfüllen, Anfragen stellen und mich über Vorschriften informieren	2	-	1
Ich möchte mit einem Testkonto einmal probieren, wie Online-Banking funktioniert	1	-	-
Ich möchte digitale Bücher und Zeitschriften (e-books) online kaufen oder von der Stadtbibliothek online ausleihen und auf dem Tablet lesen und dabei die Schrift an meine Augen anpassen	-	-	-

Tabelle 28: Gewünschte Lerninhalte

Nach der konstituierenden Sitzung am 14.10. fanden planmäßig jeden Montag die Trainings parallel in drei Gruppen statt und freitags die Sprechstunde. An dem zweiten Termin wurden zunächst die Leih-Tablets ausgehändigt und eingerichtet. Die inhaltliche Planung wurde bei den Erfahrenen und den Anfängern auch so umgesetzt.



Abbildung 20: Ausgabe und Einrichtung der Leih-Tablets

Bei den Fortgeschrittenen hat sich ein stärkeres Interesse an technischen Fragen wie der Sicherheitssoftware Avira und der Bildung sicherer Passwörter entwickelt. Dafür wurden das Fotografieren und der Kalender zurückgestellt.

Da das gesamte Projekt zum 31.12. 2019 abgeschlossen werden musste und die finanzielle Förderung Anfang Dezember abgerechnet werden musste, wurde bereits am 25. 11. 2019, nach sieben Terminen, eine Befragung der Teilnehmenden durchgeführt. Von den 21 Personen, die zu den beiden ersten Sitzungen gekommen sind, waren nach sieben Terminen noch 17 dabei. Das ist eine erstaunlich geringe Abbrecherquote, die für den Erfolg dieses Ansatzes spricht. Dies bestätigt sich auch in der Frage nach der Zufriedenheit mit dem Training. Mit Schulnoten bewerten fünf Personen das Training „sehr gut“ und sieben als „gut“. Obwohl 14 von 19 Personen in der Eingangsbefragung gesagt hatten, sie würden die Sprechstunden besuchen, haben sie tatsächlich nur fünf Personen regelmäßig besucht, vier weniger als fünf Mal.

Wie im Projekt Aufsuchende Digitalassistentz wurde auch hier gefragt, welche Schwierigkeiten die Teilnehmenden bei der Bedienung und Nutzung hatten und immer noch haben. Dazu wurde die gleiche Liste mit Aufgaben oder Tätigkeiten vorgegeben, die ein Problem sein könnten. 13 Personen haben diese Frage beantwortet (Vgl. Abbildung 21). Die dunklen Balken geben die Anzahl der Personen wieder, die kein Problem mit der Aufgabe oder Tätigkeit haben. Dies gab es für Tätigkeiten der Bedienung neun bis zehn von 13 Personen an. Für Aufgaben, die ein gewisses Verständnis erfordern, liegt die Anzahl bei acht Personen oder darunter. Die größten Schwierigkeiten (helle Balken) auch nach sieben Terminen bereiten für fünf von 13 Personen das Auffinden bestimmter Videos bei YouTube, das Anfügen von Fotos an eine WhatsApp-Nachricht sowie das Verständnis, was Cookies sind und was die Einwilligung bedeutet.

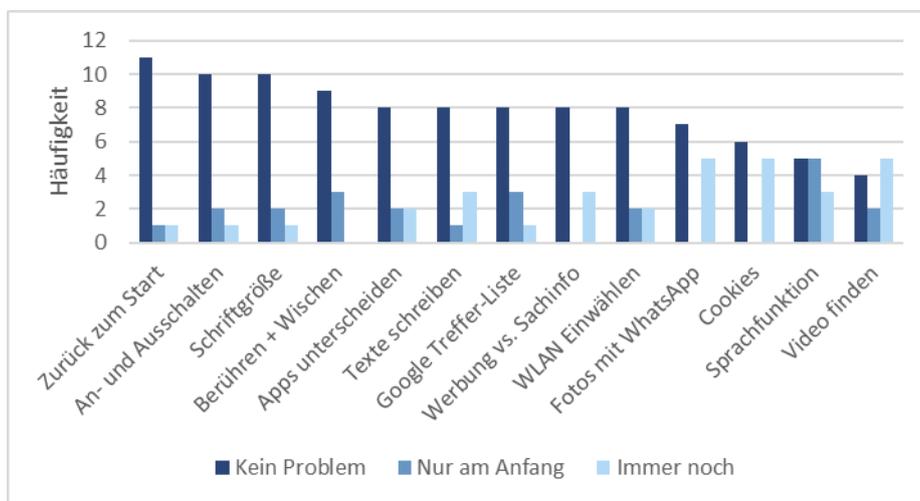


Abbildung 21: Häufigkeit verbliebener Schwierigkeiten

Ein Ziel dieses Pilotprojektes bestand darin, die 10 Grundsätze für eine responsive Förderung der Medienkompetenz älterer Menschen zu erproben. In Tabelle 29 wird für jeden Grundsatz kurz ausgewiesen, wie weit er umgesetzt wurde, und eine kurze kommentierende Bewertung vorgenommen. Zu fünf Grundsätzen ist eine ausführlichere Kommentierung sinnvoll.

Umsetzung der 10 Grundsätze			
Grundsatz	Umsetzung		Kommentar
Zu Beginn Lernerfahrung und -motivation klären	Ja	Durch Befragung am ersten Termin	Fragebogen ist übertragbar
Ermutigung als Ziel	Ja	In der Ankündigung und durch die Organisation des Trainings sowie das Verhalten der Trainer und Paten	Paten und Sprechstunden als Elemente haben sich grundsätzlich bewährt, sind im Detail jedoch noch verbesserungsbedürftig (1)
Möglichst homogene (Klein-) Gruppen	Weitgehend	Ist bei den Anfängern und Fortgeschrittenen ganz gut gelungen, die mittlere Gruppe war noch recht heterogen	Die Kriterien müssen noch geschärft werden (2)
Kursinhalte an den bevorzugten Gratifikationen orientieren.	Ja	Durch die Befragung am ersten Termin	Fragebogen und Verfahren ist übertragbar
Die Komplexität schrittweise erhöhen	Weitgehend	Beginn mit lokalen Funktionen wie Fotografieren und Kalender vor Online-Anwendungen hat sich bewährt. Bei anderen Anwendungen schwierig.	Klärungsbedarf für verschiedene Anwendungsbereiche (3)
Schriftliches Begleitmaterial	Nein	Die bereitgestellten Anleitungen aus dem Digitalkompass wurden von den Trainern kaum benutzt und nicht an die Teilnehmenden weitergegeben. Eigene Materialien wurde nicht gesucht und verwendet	Die Trainer halten die Unterlagen für nicht geeignet, weil insbes. die Screenshots von Desktop-Rechnern stammen und die Seiten auf Smartphones ganz anders aussehen (4)
Probleme besprechen und Lösungen üben	Ja	Durch die Paten und Sprechstunden	Dieser Ansatz ist zu empfehlen
Hausaufgaben, Hilfe und Üben – Üben – Üben.	Ja, aber	Anwendungen von den Teilnehmenden mit ihren Geräten geübt und es wurden stets Hausaufgaben aufgegeben	Das Üben auf den eigenen Geräten produziert permanent unterschiedliche Ergebnisse und erzeugt einen individuellen Unterstützungsbedarf, für den Lösungen noch zu finden sind (5)
Unterstützungsangebote und Nachsorge	Ja und Nein	Ergänzende Unterstützung wurde in Form begleitender Sprechstunden angeboten, aber nicht als Nachsorge nach Ende der zehn Sitzungen	Auch nach den 10 Sitzungen entstehen bei der Nutzung Probleme. Die Mehrzahl der Teilnehmenden hat im eigenen Umfeld keine Unterstützung zur Lösung dieser Probleme
Nicht nur gut gemeint, auch gut gemacht (Evaluation)	Ja	Durch Protokolle und die externe Abschlussbefragung	Verfahren ist übertragbar, erfordert jedoch zusätzliche Ressourcen

Tabelle 29: Umsetzung der 10 Grundsätze

In der Bewertung der Teilnehmenden kommt ein Dilemma zum Ausdruck. Die meisten haben sich ermutigt gefühlt, sofort Fragen zu stellen, wenn sie nicht mitgekommen sind. Aber die Hälfte fand dies irritierend und fühlte sich selbst abgelenkt, wenn von den anderen in der Gruppe zu viele individuelle Fragen hintereinandergestellt wurden. Die Paten konnten das nur bedingt auffangen. Viele dieser Fragen ergaben sich daraus, dass die Teilnehmenden ihre eigenen Geräte mitbringen konnten und angesichts der Unterschiedlichkeit dieser Geräte Vieles bei ihnen anders aussah und sie anders zu bedienen waren, als es der Trainer auf dem Leih-Tablet zeigte. Für den Schulunterricht wird von „Bring your own device“ mittlerweile überwiegend abgeraten. Älteren Menschen, die sich mühsam ein eigenes Smartphone erschlossen und sich daran gewöhnt haben, fällt es jedoch sehr viel schwerer, sich in einem Kurs auf ein neues Gerät umzustellen. Die Trainer haben auch darauf verwiesen, dass die Teilnehmenden auf ihren eigenen Geräten auch bereits E-Mail- und WhatsApp-Konten eingerichtet haben, die bei einem Wechsel auf ein Leihgerät erst wieder neu eingerichtet werden müssten. Zu diesem Zeitpunkt kann nicht gesagt werden, wie man dieses Dilemma auflösen kann. Daher sollte doch, wo immer möglich, älteren Menschen, die bereits ein Smartphone oder Tablet haben, neben E-Mail und WhatsApp andere Anwendungen ausprobieren und lernen wollen, ein individuelles Coaching in Zweier-, maximal Dreiergruppen angeboten werden.

Die meisten Teilnehmenden hätten gerne eine Fortsetzung der Schulung im Helga-Jansen-Haus, einige zur Vertiefung und Festigung, andere um weitere Anwendungen zu erlernen. Niemand hat gesagt, sie bzw. er sei nun fit für die gezeigten Anwendungen oder gar darüber hinaus. Eine solche Fortsetzung ist jedoch nicht geplant. Zum einen fehlen Mittel, um Trainer und Paten zu bezahlen. Das könnte durch Teilnahmegebühren gelöst werden. Eine Zahlungsbereitschaft war in den Abschlussinterviews bei mehreren Befragten durchaus vorhanden. Zum anderen haben Umbaumaßnahmen begonnen, die eine unmittelbare Anschlussveranstaltung nicht möglich machen.

3.5 Auf dem Weg zu einem „Netzwerk Digitalambulanzen“

Als erster konkreter Schritt zu den im Koalitionsvertrag angekündigten Digitalambulanzen war die Bildung und Koordination eines Netzwerks empfohlen worden, das alle Angebote und Anbieter von altersgerechten Zugängen und der responsiven Unterstützung bei der zur Nutzung digitaler Dienste mit Tablets und Smartphones für Seniorinnen und Senioren umfasst. Als responsiv wird ein Programm bezeichnet, das der Heterogenität der Interessen und Möglichkeiten älterer Menschen Rechnung trägt. Denn diese unterscheiden sich im Hinblick auf die Nutzung digitaler Technik nicht nur grundsätzlich von der jungen Generation, sondern auch untereinander, aufgrund ihrer Bildungsbiographien, Technikerfahrung im Beruf und Alltag sowie den körperlichen und geistigen Möglichkeiten.

Diese Unterschiede beginnen bereits bei der Umsetzung der Forderung, die älteren Menschen dort abzuholen, wo man sie informieren, motivieren, schulen und unterstützen kann. Dabei sind mindestens vier unterschiedliche Orte zu berücksichtigen¹⁶:

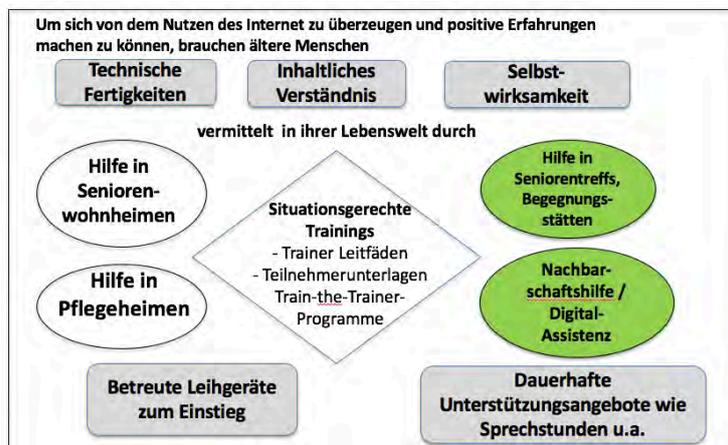


Abbildung 22: Räumliche Responsivität

Mit dem vom Senat angekündigten Programm sollen Berührungsängste durch die befristete Ausleihe von Tablets überwunden werden. Die beiden durchgeführten Pilotprojekte haben bestätigt, dass man skeptischen und unsicheren Offlinern so eine Gelegenheit bieten kann, einen eigenen Nutzen für sich zu erfahren, der sie motiviert, sich die erforderlichen Kompetenzen anzueignen. In Bremen gibt es vielfältige Angebote zur Schulung oder Unterstützung älterer Menschen für die Nutzung von Smartphones und Tablets, u.a. in vielen der 28 Begegnungsstätten, in Bürgerhäusern, von Trägern der Aufsuchenden Altenarbeit, den Ambulanten Versorgungsbrücken, der Stadtbibliothek, von Residenzen der Heimstiftung, die ihre Tabletgruppen für ältere Menschen aus dem Stadtteil öffnen u.v.a.m. Es erscheint wenig sinnvoll, den einzelnen Stellen individuell Leihgeräte zur Verfügung zu stellen und dass sich jeder Träger um die Qualifizierung der für ihn tätigen ehrenamtlichen Trainer*innen, Sprechstundengeber*innen oder Assistent*innen kümmert. Effektiver und kostengünstiger ist ein Netzwerk mit folgenden Funktionen:

- Gemeinsame Konzeption und Organisation von Train-the-Trainer-Angeboten.
- Zentrale Beschaffung von Leihgeräten, die nach Bedarf den Trägern zeitweise überlassen werden, anschließend auch wieder zurückgeholt und anderen Trägern übergeben werden (Leihmanagement).
- Auswahl, Empfehlung und ggfs. Beschaffung von Informationsmaterial für Trainer und Nutzer*innen, u.a. aus dem Materialkompass der BAGSO.
- Erfassung aller Angebote in Bremen in einer Datenbank, damit sie über ein Portal / eine App gefunden werden können. Ein solches Verzeichnis dient zum einen der besseren gegenseitigen Kenntnis der Angebote der

¹⁶ Vgl. Kubicek und Lipa (2017), S. 196

verschiedenen Anbieter und andererseits auch Beratern in anderen Bereichen, wenn sie auf das Thema Digitalisierung angesprochen werden. Vorbild kann die Datenbank der Internetlern- und Erfahrungsorte der Stiftung Digitale Chancen sein.¹⁷

Ein solches Netzwerk braucht eine Koordinationsstelle, die von den teilnehmenden Trägern anerkannt wird und Erfahrungen mit der Qualifizierung von Ehrenamtlichen hat. Bevor dafür Ressourcen beschafft werden, sollte der Bedarf bei den ins Auge gefassten Einrichtungen und Trägern geklärt werden. Anfang Oktober hat Herr Winkler, Referat 34 beim Senator für Finanzen, rund 25 Einrichtungen zu einem Kick-off für ein solches Netzwerk am 29. Oktober 2019 eingeladen, um den Bedarf und die Kooperationsbereitschaft der bereits aktiven Einrichtungen zu klären. Zu dem Workshop in den Räumen des Senators für Finanzen in der Schillerstraße sind Vertreter*innen von rund 12 Einrichtungen wie Begegnungsstätten, Bürgerhäuser, die Volkshochschule, die Freiwilligenagentur, die Ambulanten Versorgungsbrücken u.a. erschienen. Andere konnten den Termin nicht wahrnehmen und haben darum gebeten, über die Ergebnisse informiert zu werden. Auf dem Workshop wurden nach einführenden Erläuterungen zu Anlass und Ziel vor allem folgende Fragen diskutiert:

Netzwerk „Digitalambulanz“ - Warum brauchen wir das?

- Zielgruppe: Wer gehört dazu?
- Bedarfe: Welchen Unterstützungsbedarf haben „Offliner“?
- Mehrwert allgemein: Warum ist ein gemeinsames bremenweites Netzwerk sinnvoll?
- Mehrwert individuell: Was hat mein Verein/meine Institution/ich persönlich von einem Netzwerk?

Netzwerk „Digitalambulanz“ - Wie kann das aussehen?

- Aufgaben: Welche Aufgaben kann das Netzwerk für die Beteiligten übernehmen?
- Unterstützung: Welche Unterstützungsbedarfe durch Verwaltung und Wissenschaft sind wünschenswert?
- Aufbau und Koordination: Wie müsste das Netzwerk aufgebaut sein? Welchen Koordinierungsbedarf gibt es? Wie und wo sollte eine Koordinierungsstelle aufgebaut werden?
- Rollen: Welche Rolle könnte mein Verein/meine Institution/ich persönlich in dem Netzwerk übernehmen?

Kurz vor dem Termin wurde ifib consult vom IT-Leiter des Magistrat Bremerhaven auf eine Ausschreibung des BMI für Interessenbekundungen zur Erprobung von Open Government Laboren hingewiesen, mit denen zwei Kommunen gemeinsam mit zivilgesellschaftlichen Organisationen neue Wege zur Bewältigung lokaler kommunaler Herausforderungen erproben. Nach Rücksprache mit

¹⁷ Vgl. <https://www.digitale-chancen.de/index.cfm/secid.161>

Referat 34 und Staatsrat Henning Lühr beim Senator für Finanzen sowie dem Referat Ältere Menschen bei der Senatorin für Soziales, Jugend, Integration und Sport wurde schnell Einigkeit erzielt, dass die geplanten Digitalambulanzen sehr gut in diesen Rahmen fallen, Bremen und Bremerhaven gemeinsam eine Interessenbekundung einreichen und der Kick-off-Workshop gleich genutzt werden kann, um die Kooperationsbereitschaft zivilgesellschaftlicher Organisationen zu klären. Mit zusätzlichen Bundesmitteln würde es sehr viel leichter, die für notwendig erachtete Koordinationsstelle sowie bestimmte Unterstützungsleistungen zu finanzieren. In Magistrat Bremerhaven sagten kurzfristig die für die Altenarbeit zuständige Dezernentin und die Referatsleiterin ihre Mitarbeit zu und haben an dem Workshop teilgenommen.

Alle Teilnehmenden an dem Workshop haben die Einreichung einer Interessenbekundung beim BMI begrüßt und grundsätzlich ihr Interesse an einer Mitarbeit im Rahmen ihrer personellen Möglichkeiten zugesagt. Die Interessenbekundung in einem vorgegebenen Format musste nicht nur die inhaltlichen Ziele und geplanten Maßnahmen skizzieren, sondern auch die zivilgesellschaftlichen Partner benennen und bis zum 31.10.2019 eingereicht werden. Mit großen Kraftanstrengungen ist es gelungen, die für den Kick-off Workshop getroffenen Vorbereitungen auf die Vorgaben des BMI hin anzupassen und insbesondere den experimentellen Aspekt („Labore“) in Form der Erprobung neuer Formate für besonders schwer erreichbare ältere Menschen noch zu schärfen sowie die Zustimmung einer größeren Anzahl zivilgesellschaftlicher Partner zu ihrer Nennung in der Interessenbekundung zu gewinnen. Als Ziele der Laborarbeit werden in der Interessenbekundung genannt:

„Wir möchten in den Städten Bremen und Bremerhaven den Anteil der älteren Menschen deutlich erhöhen, die digitale Dienste zur Kommunikation und sozialen Teilhabe, zur Erledigung ihrer Alltagsbedürfnisse und eigenen Versorgung, für die Erledigung von Verwaltungsangelegenheiten und für die gesundheitliche Vorsorge und Versorgung sowie zur Unterhaltung und zum Zeitverreib kompetent selbst nutzen, oder dass sie, wenn sie dies selbst nicht können, ihren Bedürfnissen und Möglichkeiten entsprechend kompetent unterstützt werden. Um dieses Oberziel zu erreichen, wollen wir drei Teilziele verfolgen:

1. Wir wollen die Anbieter von entsprechenden Trainings, Sprechstunden und anderen ortsgebundenen Angeboten darin unterstützen, diese noch wirksamer zu machen und den Lernerfolg weiter zu erhöhen, durch den Erfahrungsaustausch, die Erarbeitung von Schulungsmaterialien, die Organisation von Fortbildung für Trainer und Sprechstundengeber u.a.m.
2. Wir wollen ausprobieren, durch welche Art von Öffentlichkeitsarbeit und gezielte Ansprachen die grundsätzlich mobilen und lernfähigen älteren Menschen, die bisher keine Qualifizierungsmöglichkeiten nutzen, dafür gewonnen werden können, diese Medien einmal auszuprobieren.
3. Wir wollen mit den Anbietern aufsuchender Leistungen für ältere Menschen ausprobieren, wie die stellvertretende, beauftragte oder bevollmächtigte Digitalassistentin konkret inhaltlich und rechtlich ausgestaltet werden kann, wer sie erbringen kann, welcher Qualifizierungsbedarf damit

verbunden ist und welche Finanzierungsmöglichkeiten für die älteren Menschen bestehen, die Transfereinkommen beziehen.“

Ihre Zustimmung zur Nennung als zivilgesellschaftliche Projektpartner haben AWO und DRK Bremen und Bremerhaven, die Paritätische Gesellschaft für soziale Dienste Bremen mbH (PGSD) Bremen, die Stadtbibliothek Bremen und Bremerhaven, die Seniorenvertretung Bremen, AMeB e.V. (Aktive Menschen in Bremen), Ambulante Versorgungsbrücken e.V. Bremen, die VHS Bremen, die Bremer Heimstiftung, die Freiwilligenagentur Breme sowie SOLIDAR freiwillige soziale Dienste zur Betreuung älterer und pflegebedürftiger Menschen e.V. Bremerhaven gegeben. Der Zeitplan für die Förderung der Open Government Labore sieht nach der Einreichung der Interessenbekundung Folgendes vor:

- Teilnahme an einem Workshop zur Schärfung der Vorhaben vor einer Antragstellung am 21./22.11.2019 in Berlin,
- Antragstellung bis 31. Januar,
- Förderentscheidung am 29. Februar,
- möglichst schneller Beginn, damit eingeplante Mittel für 2020 noch ausgeschöpft werden können.

Erwartungsgemäß kam die Einladung zu dem Workshop. Weil von den beteiligten Bremer Behörden aus Termingründen niemand teilnehmen konnte, haben die Referentin aus Bremerhaven und der Autor teilgenommen, das gemeinsame Vorhaben vorgestellt, großen Zuspruch zur Einreichung eines Antrags erfahren und dafür wertvolle Hinweise erhalten. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Finanzierung der Förderung aus einem Programm zur Stärkung des ländlichen Raumes erfolgt und dieser Aspekt mit einem Gewicht von 35 Prozent in die Bewertung der Vorhaben eingeht. Da die beabsichtigte Kooperation von Bremen und Bremerhaven alleine diese Anforderung nicht erfüllt, wurden bei der Vorbereitung des Antrags mit Hilfe der Senatskanzlei zusätzlich der Kommunal-Verbund Niedersachsen Bremen e.V., das Regionalforum Unterweser und die Metropolregion Nordwest als sogenannte Resonanzpartner gewonnen, die die Aktivitäten des Projekts begleiten und regelmäßig ihre Übertragbarkeit auf den ländlichen Raum überprüfen. Ifib wird für die wissenschaftliche Begleitforschung vorgeschlagen.

3.5.1.1 Erste AG Öffentlichkeitsarbeit

Damit die Bereitschaft zur Zusammenarbeit bis zum geplanten Projektbeginn im März oder April nicht erlahmt und für den Antrag schon auf erste Ergebnisse verwiesen werden kann, wurde noch im Dezember zu einer ersten Sitzung einer Arbeitsgruppe Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit eingeladen. Am 12.12. haben Vertreter*innen der beteiligten Behörden, von Begegnungsstätten und Bürgerhäusern, der Stadtbibliothek, der VHS, der Ambulanten Versorgungsbrücken sowie der Seniorenvertretung Bremen nach vorbereiteten Fragen und Beispielen diskutiert, wie skeptische ältere Menschen angemessen informiert und motiviert werden können.

Zunächst wurde erfragt, welche Einrichtung welche Angebote für welche Zielgruppe erbringt. Die Anzahl der Punkte gibt die Anzahl entsprechender Angebote wieder. Es wird erkennbar, dass die Einrichtungen bisher wenig für ältere Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen anbieten:

Was bieten wir heute an?	Alle	Alle Älteren ab 60	Hochaltrige ab 80	Geringe Mobilität	Geistige Einschr. Demenz u.a.	Psych. Beschr.	Pflegende Angehörige
Treffs ohne Beratung (WLAN Cafe)	o o o	o					
Treff mit Beratung (regelm. Sprechstunden)	o o o o o	o	o	o	o	o	
Regelmäßig betreute Gruppen	o o	o o	o	o	o	o	
<u>Kurse für</u> Smartphone Tablet Spez. Inhalte	o o o o o	o o o o o					
Individuelles Coaching	o o o o o	o o	o	o	o	o	o
Aufsuchende Assistenz zu Hause	o o o						
Aufsuchende Assistenz in Einrichtungen	o o o		o	o o	o o	o	o

Abbildung 23: Internetkurse und Sprechstunden in Bremen

In einem zweiten Schritt wurde besprochen, wie über die Angebote informiert wird. Bisher kündigt jede Einrichtung entsprechende Kurse, Schulungen oder Sprechstunden für ältere Menschen separat auf unterschiedlichen Wegen an. Wenn sich jemand für ein solches Angebot interessiert, gibt es keine zentrale Informationsquelle. Die Stiftung Digitale Chancen hat zwar eine bundesweite Datenbank, in der Angebote nach Postleitzahlen gefunden werden können und in der auch einige Bremische Angebote enthalten sind. Diese Daten sind jedoch nicht vollständig und aktuell, und die Datenbank ist für Senior*innen in Bremen sicherlich nicht die naheliegende Informationsquelle. Als gut übertragbares Vorbild wurde die im Lotsenprojekt II entwickelte gemeinsame Homepage der Bremer DLZ vorgestellt und von den Teilnehmenden als Anregung aufgegriffen. Aufgrund der Diskussion wurde im Anschluss folgende Struktur für die gemeinsame Plattform der Digitalambulanzen entwickelt (vgl. Abb. 24).

Wie bei den DLZ allgemein stellt sich auch für die Angebote zur digitalen Teilhabe das Problem, dass es nicht genügend Trainer, Sprechstundengeber und andere Unterstützungskräfte gibt. Daher soll sich die Homepage des Netzwerks sowohl an ältere Menschen als auch an potenzielle Unterstützende wenden. Von mehreren Teilnehmerinnen wurde außerdem darauf verwiesen, dass ihre Angebote bisher überwiegend unentgeltlich sind und viele der teilnehmenden älteren Menschen dafür nicht zahlen könnten. Dieses Problem hatte sich auch im Pilotprojekt Aufsuchende Digitalassistenz gezeigt. Daher wurde angeregt, im geplanten Projekt auch Mittel für eine Gebührenbefreiung bei gebührenpflichtigen Angeboten vorzusehen oder Unterstützungskräfte zentral zu vergüten.



Abbildung 24: Erste Skizze einer gemeinsamen Homepage des Netzwerks Digitalambulanzen

Dieses erste Treffen hat bewiesen, dass das geplante Netzwerk nicht nur eine wohlklingende Idee ist, sondern auf einen konkreten Bedarf stößt und tatsächlich einen praktischen Beitrag zur Unterstützung der derzeitigen Anbieter leisten kann. Im Dezember und Januar wurde eine einheitliche Kooperationsvereinbarung mit den zivilgesellschaftlichen Partnern erarbeitet, die von 17 zivilgesellschaftlichen Organisationen unterzeichnet und dem Antrag beigefügt worden ist. Erforderlich war zwar nur eine Bereitschaftserklärung. Mit der verbindlicheren und inhaltlich konkreteren Kooperationserklärung soll gezeigt werden, dass die beiden Netzwerke nach der Zusage der Förderung unmittelbar arbeitsfähig sind und keinen langen Vorlauf für einen Netzwerkaufbau benötigen. Dies gilt auch für die Projektorganisation. In enger Abstimmung zwischen den beteiligten Behörden wurde die folgende Projektorganisation erarbeitet (Abb.25).

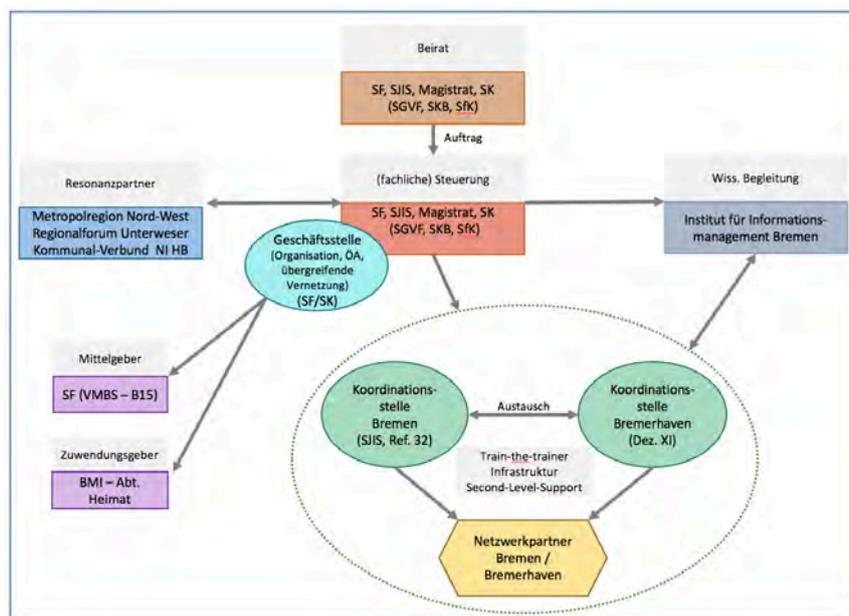


Abbildung 25: Konstellation der Akteure im Netzwerk Digitalambulanzen als Open Government Labore

Eine gemeinsame Geschäftsstelle soll bei der Senatskanzlei geschaffen werden. Die Projektleitung teilen sich Senatskanzlei und Senator für Finanzen. Grundlegende Entscheidungen trifft eine Steuerungsgruppe, in der auch mit Blick auf eine spätere Erweiterung auf andere Bevölkerungsgruppen die für Gesundheit und Bildung zuständigen senatorischen Behörden vertreten sind. Die für die Netzwerkkoordination neu geschaffenen Stellen sollen in Bremen und Bremerhaven in den für die älteren Menschen zuständigen Referaten angesiedelt werden. Der Förderzeitraum erstreckt sich bis zum Dezember 2022. Bremische Eigenmittel sind für den kommenden Doppelhaushalt beantragt. Der Antrag wurde fristgemäß zum 31. Januar eingereicht.

3.6 Älter werden in Bremerhaven – digital und interaktiv

Das ifib hatte in dem EU-Projekt MobileAge 2017 einen digitalen und interaktiven Stadtteilführer für und mit älteren Menschen im Bremer Stadtteil Osterholz entwickelt, der auf www.bremen.de überführt worden ist.¹⁸ Im Sozialausschuss der der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Bremerhaven wurde der Antrag gestellt, einen solchen digitalen Führer auch für Bremerhaven zu entwickeln. Daraufhin lud die Sozialdezernentin den Autor dieses Berichts zu einer Vorstellung des Bremer Projektes ein. In einem Gespräch mit dem Referat Hilfe für Seniorinnen und Senioren und dem Leiter der IT wurde der Bedarf erhärtet. Es hat sich nämlich herausgestellt, dass die bisher erfolgreiche gedruckte Broschüre „Älter werden in Bremerhaven“ in Zukunft nicht mehr aufgelegt werden wird. Der Verleger, der diese Broschüre bisher über Anzeigen finanziert und für die Stadt unentgeltlich erstellt hat, will dies aus verschiedenen Gründen nicht fortführen. Die Kommunen sind nach § 71 SGB XII jedoch verpflichtet, im Rahmen der Altenhilfe ältere Menschen umfassend zu informieren. Da diese Informationen mit digitalen Medien umfassender, verständlicher und anschaulicher vermittelt werden können, bietet es sich an, die gedruckte Broschüre durch ein digitales und interaktives



Abbildung 24: Von der gedruckten Broschüre zum digitalen Angebot

¹⁸ Vgl. <https://www.bremen.de/leben-in-bremen/wohnen/stadtteile/osterholz-senioren>

Informationsangebot zu ergänzen und dieses unter Beteiligung der Zielgruppe und auch der Einrichtungen, über die informiert wird, zu entwickeln. Nach Rücksprache mit Staatsrat Lühr konnte dem Magistrat das Angebot gemacht werden, aus Projektmitteln die Moderation eines partizipativen nutzerzentrierten Entwicklungsprozesses eines digitalen Stadtführers zu finanzieren, wenn der Magistrat die technische Umsetzung übernimmt und für die redaktionellen Arbeiten sorgt. Im Sozialausschuss wurde dieses Angebot vom Autor vorgestellt und von den Abgeordneten begrüßt.

Im Dezember 2018 wurde der Entwicklungsprozess vom Sozialausschuss beschlossen und eine Steuerungsgruppe eingesetzt. Ihr gehörten an:

- Vertreter*innen der Fraktionen im Sozialausschuss
- ein Vertreter des Seniorenbeirats
- die Abteilungsleiterin E-Government beim Betrieb für Informationstechnologie Bremerhaven (BIT)
- der Leiter der IT in der Magistratsverwaltung
- eine Mitarbeiterin des Stadtplanungsamts
- der Leiter des Amts für Menschen mit Behinderungen
- der Leiter der Pressesprecher des Magistrats
- eine Sozialplanerin im Sozialamt

In der ersten Sitzung am 16. Januar 2019 wurde besprochen, wer zu der geplanten Stakeholder-Konferenz am 30. Januar eingeladen werden soll und ein erster Gliederungsvorschlag für das Informationsangebot mit neun als Kacheln visualisierten Themenfeldern beraten. In der zweiten Sitzung am 13.2. wurden die auf der Stakeholder-Konferenz gemachten Änderungsvorschläge der Themengliederung und ein Vorschlag für ein Standard-Profil der Einrichtungen sowie der weitere Prozess der Datensammlung besprochen. Der digitale Führer sollte als Seniorenportal, ähnlich wie bereits ein Familienportal, als eigene Einheit mit einer zusätzlichen separaten Suchfunktion in www.bremerhaven.de eingeordnet werden und aus dem gemeinsamen CMS gespeist werden. BIT sagte zu, die Daten für Einrichtungen, die bereits im CMS enthalten sind, zu ergänzen und bestimmte Funktionen, wie die Standortanzeige und die ÖPNV-Verbindung bereitzustellen, wenn die Adressen in einem geeigneten Format eingegeben werden.

Am 30. Januar 2019 waren auf einer Stakeholder-Konferenz und anschließend am 27. Februar 2019 in zwei Fokusgruppen mit älteren Menschen eine Gliederung des Informationsangebots erarbeitet und ein standardisiertes Profil für die Einrichtungen entwickelt worden, das anschließend schrittweise gefüllt wurde. Technisch erfolgte die Datensammlung zunächst in einer Excel-Tabelle und anschließend im CMS von www.bremerhaven.de. Redaktionell wurden zum einen die knappen Angaben zu den einzelnen Einrichtungen aus der gedruckten Broschüre überprüft und ergänzt, und zum anderen über Web-Recherchen und Fragen in den Fokusgruppen weitere Einrichtungen identifiziert. Dem Wunsch, auch die jeweils aktuellen Veranstaltungen aufzunehmen, konnte nicht entsprochen werden, weil der

damit verbundene Aufwand für die Aktualisierung nicht geleistet werden kann. Stattdessen wurde, soweit vorhanden, für jede Einrichtung ein Link auf deren eigene Ankündigungen gesetzt.



Abbildung 25: Mit Nutzer*innen erarbeitete Startseite für das Seniorenportal auf www.bremerhaven.de

Profil der Einrichtungen
Bezeichnung des Angebots
Kurze Beschreibung
Zielgruppe
Hinweise, z.B. nur für Mitglieder / Terminvereinbarung erbeten
Kosten / Preise
Einrichtung
Adresse
Stadtteil
Ansprechperson
Telefon
E-Mail
Web-Homepage
Soziale Medien
Adresse
Öffnungszeiten
Barrierefreier Zugang
Besuchertoilette
ÖPNV- Haltestelle
Standortanzeige im Stadtplan
Ansprechperson
Logo
Foto des Gebäudes
Träger

Abb. 28: Profil der Einrichtungen

Es zeigte sich bald, dass der Aufwand für die Datenbeschaffung und -aufbereitung erheblich unterschätzt worden war. Die Referentin für Hilfe für Seniorinnen und Senioren hatte nur eine Praktikantin zur Unterstützung, die auch andere Tätigkeiten zu erledigen hatte und daher nur wenige Stunden pro Woche für dieses Projekt aufwenden konnte. Daher wurde über eine Ausschreibung an der Hochschule Bremerhaven eine studentische Hilfskraft zur Verstärkung gesucht und gefunden. Ein Student der Wirtschaftsinformatik, der auch schon für Bremerhaven Erleben arbeitete, wurde im Umfang von 10 Wochenstunden für sechs Monate eingestellt.

Neben einer Darstellung der Treffer einer Suchanfrage als Liste war in dem Bremer Stadtteilführer auch eine Darstellung auf einer Karte möglich. Sie erlaubt es, wenn z.B. mehrere Seniorentreffs existieren, schnell zu sehen, welcher für einen bestimmten Standort der nächste ist. Eine solche Darstellung war jedoch in www.bremerhaven.de nicht vorgesehen. Sie existiert aber in einer separaten Anwendung des Katasteramts. Daher wurde im April Kontakt mit dem zuständigen Mitarbeiter aufgenommen und ein Verfahren zur Integration dieser Stadtplanfunktion in das Seniorenportal verabredet.

Im Juli 2019 war nach mehreren bilateralen Gesprächen mit dem Webmaster und dem Programmierer bei BIT eine erste Version des Seniorenportals verfügbar, die Nutzungstests unterzogen werden konnte. Diese fanden am 18. Juli 2019 in zwei Gruppen in einem Seniorentreff statt, einmal mit acht und einmal mit 11 Personen, die in der Altenarbeit aktiv sind und bisher den gedruckten Führer in der Beratung nutzen.

3.6.1 Testgegenstand und Methode

Um eine realistische Testsituation zu schaffen, wurde auf eine Vorstellung des Prototypen verzichtet. Spätere Nutzende erhalten auch keine Einweisung. Den Teilnehmenden wurde nur mitgeteilt, dass es sich um eine erste Version handelt, die noch nicht vollständig ist, aber soweit mit Einrichtungen aus der gedruckten Broschüre gefüllt worden ist, dass man die inhaltliche Strukturierung, die Navigation und das Layout auf die Benutzungsfreundlichkeit hin testen kann.

Dazu wird um ein offenes, auch kritisches Feedback und ggfs. um Verbesserungsvorschläge gebeten, bevor die restlichen Inhalte erfasst und aufbereitet werden. Zu diesem Zweck sind fünf Aufgaben der Suche bestimmter Informationen formuliert worden, die mit dem derzeitigen Inhalt des Prototyps gelöst werden können. Der Anspruch des digitalen Führers ist es, besser zu sein als die gedruckte Broschüre, d.h. umfassender, detaillierter, aktueller, mit Erweiterungen und wegen einer Suchfunktion auch schneller und gezielter. Ein solches Portal muss sich aber auch an den vorhandenen digitalen Angeboten messen lassen und ihnen gegenüber Vorteile aufweisen. Dies gilt insbesondere für die globale Suchmaschine Google, die die meisten im Alltag als erstes zur Suche nach Informationen heranziehen dürften. Daher wurden die Teilnehmenden gebeten, jede der fünf Aufgaben zunächst mit Hilfe der gedruckten Broschüre, dann mit Google und schließlich mit dem Prototyp zu lösen (Vgl. Abbildung). Dazu wurden Zweiergruppen gebildet, denen jeweils eine gedruckte Broschüre und ein Tablet zur Verfügung gestellt wurde. Für jede Aufgabe sollten die einzelnen Schritte bei der Suche mit Google

und im Vergleich dazu mit dem Prototyp auf einem vorbereiteten Protokollbogen festgehalten werden.

3.6.1.1 Testverlauf und Gesamtergebnis

Bitte versetzen Sie sich in folgende Situationen und versuchen passende Antworten auf diese Fragen zu finden:

Am Wochenende kommen die Enkel einer Kundin nach Bremerhaven zu Besuch und sie möchte mit ihnen **Bootsfahren**. Am besten wäre 11 Uhr, damit alle rechtzeitig zum Mittagessen zurück sind. Wie viel Zeit muss man von der Wohnung in der Hafestraße für den Weg hin und zurück veranschlagen?

Der Ratsuchende möchte wissen, wo er einen **Schwerbehindertenausweis** beantragen kann und welche Unterlagen dazu erforderlich sind.

Die ratsuchende ältere Dame möchte am Wochenende zum **Tanzen für Senioren** gehen, aber keine zu großen Wege dahin in Kauf nehmen. Sie wissen, dass die Seniorentreffs solche Angebote machen und suchen für sie das nächstgelegene Angebot, ausgehend von der Hafestraße.

Ein älteres Ehepaar schafft es nicht mehr den eigenen Haushalt in Ordnung zu halten und sich selbst zu versorgen. Sie bitten Sie, nach einer Möglichkeit des **Wohnens mit hauswirtschaftlicher Unterstützung** zu suchen und ihnen verschiedene Angebote in Bremerhaven zu zeigen. Sie sind beide keine Pflegefälle.

Eine Dame fragt Sie, welche Möglichkeiten der **Betreuung** es für ihren 80-jährigen Vater gibt, der unter **beginnender Demenz** leidet.

Bitte probieren Sie für jede Frage die folgenden drei Möglichkeiten der Informationssuche:

Sie greifen zu der Broschüre „Älter werden in Bremerhaven“ und versuchen dort die passenden Antworten zu finden.

Sie googeln.

Sie haben von dem neuen „Älter werden in Bremen“ auf www.bremerhaven.de gehört (Beta-Version) und versuchen dort Ihr Glück.

Abbildung 29: Beispielaufgabe im Nutzungstest

Alle Teilnehmenden haben sofort mit der Lösung der ersten Aufgabe begonnen und sich dann den weiteren Aufgaben zugewendet. Es gab keine Rückfragen zu den Aufgaben. Sie wurden von allen richtig verstanden. Nach 70 bis 75 Minuten wurde die Testzeit beendet, damit genügend Zeit zur Diskussion der Ergebnisse blieb. Nur in der zweiten Sitzung am Nachmittag hat es eine Zweiergruppe geschafft, alle fünf Aufgaben zu lösen. Die meisten anderen waren zu diesem Zeitpunkt noch mit der vierten Aufgabe beschäftigt.

Die Protokollbögen wurden nicht für alle Aufgaben und unterschiedlich detailliert ausgefüllt. Daher wurden die Erfahrungen mit dem Prototyp und der Vergleich mit der Broschüre und mit Google im Plenum diskutiert. Abschließend wurden die Teilnehmenden gebeten, diese beiden Vergleiche in einer spontan erstellten Bewertung mit Punkten zusammenzufassen (Abb. 30). Grüne Punkte zeigen der Prototyp ist besser, rote Punkte zeigen er ist schlechter:

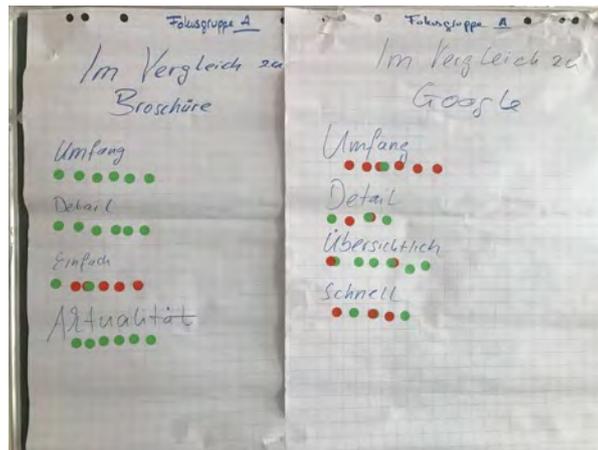


Abbildung 30: Ergebnis einer spontanen Bewertung des Testangebots

Im Vergleich zur Broschüre ist der Prototyp nach einhelliger Meinung umfangreicher, detaillierter und aktueller, aber nicht in allen Fällen einfacher. Dies dürfte u.a. eine Frage der Gewohnheit sein, denn viele kennen die Broschüre. Im Vergleich mit Google verwundert nicht, dass der Prototyp in Bezug auf den Umfang (und die Vollständigkeit) in seinem derzeitigen Stadium schlechter abschneidet. Erfreulich ist die überwiegend positive Einschätzung des Detaillierungsgrades und einer besseren Übersichtlichkeit. Denn man erhält bei Google auch viele sogenannte Treffer, die sich nicht auf Bremerhaven beziehen. Die eher negative Beurteilung der Schnelligkeit der Suche (Anzahl der Schritte bis zum Ziel) liegt überwiegend an der Kritik der Suche im Prototyp und in www.bremerhaven.de im Allgemeinen. Während man von Google eine fehlertolerante Wortstammsuche gewöhnt ist, bietet www.bremerhaven.de bisher nur eine starre zeichenorientierte Suche, bei der schon ein Buchstabe zu wenig oder abweichend dazu führt, dass es keinen Treffer gibt und man es mit einer modifizierten Zeichenfolge erneut probieren muss. Spätestens nach dem dritten Versuch geben die meisten dann auf und kritisieren fehlende Inhalte, obwohl diese enthalten sind.

Daraus haben sich Konkrete Anregungen ergeben:

- Die meisten Testpersonen haben über die Kacheln in den Themengebieten gesucht und nicht gesehen, dass es als Alternative eine Suchfunktion gibt, weil diese unterhalb der Kacheln angesiedelt ist. Daher wurde vorgeschlagen, diese Suche oberhalb der Kacheln zu platzieren und noch deutlicher wahrnehmbar zu gestalten. Die Suchfunktion sollte sich jeweils auf den gesamten Portalinhalt beziehen und keine Filter setzen. (Wenn automatisch Filter gesetzt werden, sollten diese automatisch bei jeder neuen Suche zurückgesetzt werden. Daher können die beiden Buttons zum Filtern entfallen).
- Zu den Kacheln wurde vorgeschlagen, neben einer Vergrößerung der Schrift (die auch auf Smartphones möglich ist) bei „mouse over“ einen kurzen Text erscheinen zu lassen, der erläutert, was man in der jeweiligen Kategorie finden kann. Anscheinend sind die kurzen Bezeichnungen nicht für alle eindeutig und selbsterklärend. Das führt dazu, dass Kacheln angeklickt und alle

Unterkategorien angeschaut werden, bis man feststellt, dass man besser eine andere Kachel hätte wählen sollen. Das wurde als nachteilig angesehen und könnte durch einen Erläuterungstext eventuell vermieden werden.

- Die Fahrplanauskunft, die zumindest bei einigen Einrichtungen angezeigt wird, wurde nur von einem einzigen Testerpaar gesehen und genutzt. Sie sollte noch besser sichtbar gemacht werden.
- Als Nachteil im Vergleich zu Google wurde kritisiert, dass die Anzeige eines Standorts nicht mit einer Routenfunktion verbunden ist, wie dies die meisten Nutzenden heute erwarten.

Als gravierendster Mangel wurden die vielen Fehlversuche bei der Suche kritisiert. Wer bei der ersten Aufgabe „Boot fahren“ oder „Boot mieten“ eingegeben hat, hat keine Treffer erzielt, weil in den Metadaten nur „Bootsfahrten“ und „Bootsverleih“ hinterlegt war. Mehrfach wurde auf die fehlertolerante Suche bei Google verwiesen, die auch hier erwartet wird. Den Teilnehmenden wurde der Unterschied zwischen einer Wortstammsuche und einer zeichenorientierten Suche erklärt und es wurde zugesagt, bei den Metadaten möglichst mehrere Variationen eines Suchbegriffs aufzunehmen. In der Diskussion wurden zu vielen Einrichtungen weitere Schlagworte genannt, die ergänzt werden. Da die meisten Teilnehmenden Einrichtungen vertreten, wurde angekündigt, dass sie per Mail angeschrieben werden, um die jeweiligen Daten zu bestätigen und ggfs. zu ergänzen und dabei auch passende Schlagworte vorschlagen sollen, mit denen ihre Kundschaft vermutlich nach ihnen sucht. Frau Rückert, die inzwischen neu zuständige Dezernentin, hat zusätzlich empfohlen, mit dem Bürgerservice 115 Kontakt aufzunehmen und deren Suchbegriffe zu den entsprechenden Einrichtungen zu übernehmen. Letztlich ist es aber eine grundsätzliche Frage, ob man bei www.bremerhaven.de allen für die Einträge zuständigen Stellen den zusätzlichen Aufwand des Eintrags vielfältiger Variationen von Schlagworten zumutet, statt dem Stand der Technik und den Erwartungen der Nutzerschaft entsprechend eine Wortstammsuche einzuführen, die dies weitgehend überflüssig machen würde.

- Schließlich wurde noch empfohlen unterhalb der Kacheln die gedruckte Broschüre als PDF zum Download anzubieten.

Bei dem Nutzertest wurde auch ein Interview der Nordseezeitung gemacht, das zu einem positiven Bericht geführt hat (Abb. 31).



Abbildung 31: Zeitungsartikel der Nordseezeitung

Die Änderungsvorschläge wurden an BIT übermittelt und parallel wurde die Datensammlung und -aufbereitung fortgesetzt. Die Vergabe von Schlagworten und die Zuordnung zu Kategorien und Unterkategorien mussten mehrfach überprüft und korrigiert werden, damit bei einer bestimmten Suchanfrage auch alle einschlägigen Einrichtungen angezeigt werden. Vor einer Freigabe des Portals musste noch das Einverständnis der Einrichtungen zur Veröffentlichung der Daten eingeholt werden und in vielen Fällen auch um ein Foto gebeten werden. Im Oktober wurden die Einrichtungen entsprechend angeschrieben.

Am 22. Oktober wurden die Umsetzung der Änderungswünsche und die öffentliche Vorstellung des Seniorenportals in der Steuerungsgruppe besprochen. Vor der Öffentlichkeit muss der erreichte Stand dem Sozialausschuss zusammen mit einem Bericht vorgestellt werden. Darin sollte auch erläutert werden, wie nach Beendigung der Unterstützung aus dem Herbsthelfer-Projekt die Datenpflege erfolgen soll und wie aus der digitalen Anwendung zukünftig auch eine gedruckte Version erstellt werden kann.

Bereits im Februar 2019 hatte sich der Verleger Thilo Kelling aus Bremerhaven an die Sozialdezernentin gewandt, um über die Zukunft von Älter werden in Bremerhaven zu sprechen. Seine Agentur für Marketing und Kommunikation gibt bereits in Kooperation mit dem Klinikum Bremerhaven Reinkenheide das regionale Gesundheitsjournal „kern.Gesund“ heraus sowie das monatlich bundesweit erscheinende Apothekenmagazin „Mein Tag“ und verschiedene weitere Publikationen.

Er möchte den Ratgeber periodisieren und das Verzeichnis der Einrichtungen in ein vierteljährlich erscheinendes Magazin einbetten. Dieses Angebot wurde im Oktober aufgegriffen. In einem Gespräch mit Herrn Kelling, dem Leiter der IT, der zuständigen Referentin, der neuen zuständigen Dezernentin und dem Autor dieses Berichts wurde eine Vereinbarung im Grundsatz getroffen, nach der der Verlag ein nicht ausschließliches Nutzungsrecht an und einen Zugang zu den Daten des Seniorenportals im CMS erhält, um diese in einem Magazin in regelmäßigen Abständen anzeigenfinanziert auf eigene Kosten zu veröffentlichen. Im Gegenzug verpflichtet er sich, diese Daten im CMS laufend zu aktualisieren.

In der Sitzung des Sozialausschusses am 29.11.2019 wurden das Seniorenportal und die Grundsatzvereinbarung mit der Agentur vorgestellt. Einstimmig wurde die Freigabe beschlossen und die zuständige Dezernentin gebeten, zusammen mit der Pressestelle einen Termin für die Vorstellung des Portals vorzubereiten und eine entsprechende Vereinbarung mit der Agentur abzuschließen. Mit Unterstützung des Autors dieses Berichts wurde eine solche Vereinbarung entworfen und mit der Agentur abgestimmt. Sie befindet sich zurzeit in der Prüfung durch die Rechtsstelle. Ein Termin für die öffentliche Vorstellung des Portals steht noch aus, da sich die zuständige Referentin bis Anfang April im Mutterschaftsurlaub befindet.

3.6.1.2 Abgebrochener Anlauf in Bremen

In Bremen wird die Broschüre „Älter werden in Bremen“ anzeigenfinanziert vom Kellner Verlag in redaktioneller Kooperation mit dem Referat für ältere Menschen der Senatorin für Soziales, Familie, Integration und Sport auf eigene Kosten hergestellt und vertrieben. Im Gegensatz zu Bremerhaven hält der Verlag dieses Modell weiter für tragfähig, zeigte sich aber auf Anfrage zunächst an einer digitalen Ergänzung interessiert. Er verwies jedoch darauf, dass ein Onlineangebot eine dauerhafte Datenpflege erfordert, während die jährlich erscheinende gedruckte Broschüre nur wenige Wochen vor der Drucklegung aktualisiert wird. Der Verleger wollte auch wissen, ob und wie Werbung in ein solches digitales Angebot einbezogen werden kann. In einem ersten Prototypen wurde dies gezeigt. Neben Werbung auf der Startseite kann z.B. auch auf den Trefferlisten Werbung mit inhaltlichem Bezug eingeblendet werden. Der Verleger hatte jedoch Zweifel, ob für die digitale Version so viel Werbung akquiriert werden kann, dass damit der zusätzliche Redaktionsaufwand gedeckt werden kann. Er hat sich bei der Senatorischen Behörde als letztlich verantwortliche Stelle nach einem Zuschuss erkundigt. Diese sah im laufenden Haushalt dafür keine Möglichkeit, so dass weitere Planungen vorerst unterblieben sind.

4 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Das Ziel des Herbsthelfer-Verbundes für Seniorendienste war die Erprobung neuer Angebote mit neuen Partnern speziell für ältere Menschen, die nicht mehr mobil genug sind, um alle Angelegenheiten selbst zu erledigen, aber auch noch nicht in betreutes Wohnen oder ein Heim möchten. Als ein neuer Partner für Seniorendienste stand dabei die Deutsche Post im Fokus, weil ihre Zusteller*innen täglich in den Stadtteilen unterwegs sind und entweder selbst kleinere Dienstleistungen erbringen können oder zumindest darüber informieren und zur Nutzung motivieren können. Die Vertreter der DP, die auch die Rahmenverträge über die Postleistungen mit dem Senator für Finanzen verhandeln, standen einem Vorschlag von Staatsrat Henning Lühr für ein Pilotprojekt offen gegenüber und haben auf eigenen Kosten das ifib mit einer Machbarkeitsstudie beauftragt. Als Ergebnis wurden sechs Dienstleistungen zur Erprobung vorgeschlagen, von denen drei durch die DP mit jeweils einem weiteren Partner angeboten werden sollten:

1. Ein Lotsendienst in Kooperation mit Bremer Dienstleistungszentren zur Gewinnung von ehrenamtlichen Nachbarschaftshelfer*innen und zur motivierenden Information über das Beratungsangebot
2. Ein Kontaktdienst „POSTPERSÖNLICH“ zusammen mit dem Hausnotrufdienst der Johanniter Unfallhilfe
3. Ein Bargelddienst in Form eines versicherten Wertbriefs in Kooperation mit der Sparkasse Bremen.

Ein zusätzlich vorgesehener Mediendienst in Kooperation mit der Stadtbibliothek Bremen und der Bremer Heimstiftung wurde ohne die DP realisiert, weil eine Lieferung mehrere Medien unterschiedlicher Besteller*innen in eine Einrichtung in Form einer „Bücherkiste“ nicht in die Abläufe passte und der Einzelversand jedes einzelnen Stücks als Büchersendung zu teuer gewesen wäre. Daher wurde dieser Dienst mit eigenen Kräften der Stadtbibliothek erprobt. Zwei weitere Dienste, den Formulardienst und den Ummelddienst für neue Heimbewohner*innen wurden von der Verwaltung alleine angeboten.

Alle drei von der DP angebotenen Dienste haben nicht die erwartete Nachfrage gefunden. Die beiden erst genannten wurden nach der Zwischenevaluation eingestellt. Der Bargelddienst wird zu einem wenig akzeptierten Preis von 9,50 Euro zwar angeboten, aber so gut wie nicht nachgefragt. Die DP hat für sich daraus gelernt, was welche neuen Angebote im Rahmen ihrer Standardprozesse und ihrem derzeitigen Personal möglich sind und welche nicht. Die FHB hat für diese Dienstleistungen keine Mittel aufgewendet oder Zuschüsse gezahlt, sondern lediglich deren wissenschaftliche Begleitung finanziert. Aus deren Sicht sind vor allem drei Schlussfolgerungen zu ziehen:

1. Die Annahme einer nicht ausreichenden Unterstützung für die genannte Teilgruppe älterer Menschen hat sich bestätigt. Der Bedarf an aufsuchender Unterstützung bei täglichen Verrichtungen und Beratung zu Vorkehrungen für einen längeren Verbleib in der eigenen Wohnung wird zurzeit nicht hinreichend gedeckt.

2. Allerdings scheinen auf Wirtschaftlichkeit und Gewinnerzielung ausgerichtete Organisationen nicht die besten neuen Partner zu sein, um diesen Bedarf zu decken. Vor allem bei der Kooperation mit den DLZ im Lotsenprojekt, aber auch in der Kooperation mit der Johanniter Unfallhilfe bei „POSTPERSÖNLICH“ sind die unterschiedlichen Ziele, die andere Organisation und auch Kultur des Großunternehmens Deutsche Post als Hindernisse für eine nachhaltige Wirksamkeit in Sinne der Altenhilfe deutlich geworden. Diese muss kleinräumig und responsiv für die lokal und individuell unterschiedlichen Problemlagen gestaltet sein und kann nicht nach bundesweit standardisierten Minutentakten erfolgen. Auch bei den deutlich kleineren Partnern Johanniter Unfallhilfe und Sparkasse hat sich gezeigt, dass kostendeckende Preise für einen großen Teil der Zielgruppe nicht erschwinglich sind, eine Kostenunterdeckung für diese Betriebs auf Dauer jedoch nicht tragbar ist.
3. Nachhaltig positive Wirkung hat demgegenüber die Unterstützung der Kooperation zwischen den verschiedenen Trägern ähnlicher Leistungen gezeugt. Dies gilt für die in der zweiten Projektphase erstellten gemeinsamen Flyer und die gemeinsame Homepage der vier Träger der Bremer Dienstleistungszentren. Ältere Menschen, die sich für eine Nachbarschaftshilfe oder eine Beratung interessieren, müssen nicht mehr auf den Seiten der einzelnen Träger suchen, sondern sehen auf einen Blick, wo sich das für sie nächste DLZ befindet. In Zukunft soll dies auch für die Digitalambulanzen geschehen.
4. Zukunftsweisend war auch die Unterstützung bei der Erweiterung der Dienstleistungen um digitale Äquivalente, insbesondere bei der aufsuchenden Digitalassistentz im Rahmen der Nachbarschaftshilfe. In diesem Pilotprojekt wurden die unterschiedlichen Bedarfslagen deutlich. Mit der Umfrage unter den Nachbarschaftshelfer*innen wurde auch das Potenzial zur Deckung dieses Bedarfs sichtbar. Mit dem beantragten Netzwerk Digitalambulanzen werden gute Voraussetzungen geschaffen, um differenzierte Angebote für unterschiedliche Bedarfslagen zu erproben. Dabei sollten verstärkt auch Gesundheitsdienste einbezogen werden. Das Digitale Versorgung Gesetz bringt zwar neue Dienstangebote, stößt aber bei weitem nicht auf die notwendigen Fähigkeiten und Möglichkeiten insbesondere der älteren Menschen als Nutzende.
5. Programmatisch folgt aus diesen Erfahrungen, dass mittelfristig für alle bisher analogen Leistungen der Altenhilfe gemäß § 71 SGB XII ergänzend die digitalen Äquivalente geschaffen, angeboten und in die Erstattungs- und Transferregelungen einbezogen werden sollten:
6. Die kooperative Zusammenarbeit zwischen der Verwaltung sowie privaten und zivilgesellschaftlichen Akteure hat sich als positiv erweisen. Mit Blick auf die Daseinsvorsorge im kommunalen Handeln ergeben sich hieraus neue Tätigkeitsfelder für das Zusammenwirken von Verwaltung und Zivilgesellschaft, die in zukünftige Projekte einfließen sollen

§ 71 SGB XII: Altenhilfe	Digitale Angebote (Webseiten im Internet, Apps)
Leistungen zu einer Betätigung und zum gesellschaftlichen Engagement	Ehrenamtsbörse, Web-Seiten von Vereinen und Initiativen
Leistungen bei der Beschaffung und zur Erhaltung einer Wohnung , die den Bedürfnissen des alten Menschen entspricht,	Web-Seiten des Seniorenamts/Wohnungsamts, der Wohlfahrtsverbände und anderer Beratungsangebote
Beratung und Unterstützung im Vor- und Umfeld von Pflege , insbesondere in allen Fragen des Angebots an Wohnformen bei Unterstützungs-, Betreuungs- oder Pflegebedarf sowie an Diensten, die Betreuung oder Pflege leisten,	Pflegenavigator, Webseiten der Kranken- und Pflegekassen, von Pflegestützpunkten, Vereinen und Initiativen, Selbsthilfegruppen, auch für Angehörige
Beratung und Unterstützung in allen Fragen der Inanspruchnahme altersgerechter Dienste ,	Nachbarschaftshilfe, Seniorenreisen, Lieferdienste, Videosprechstunden, ÖPNV
Leistungen zum Besuch von Veranstaltungen oder Einrichtungen, die der Geselligkeit, der Unterhaltung, der Bildung oder den kulturellen Bedürfnissen alter Menschen dienen,	Veranstaltungskalender im Internet, Mediathek von ARD und ZDF, YouTube, Google Earth, Örtliche Tageszeitung, Onleihe der Stadtbibliothek und Tausende von Internetangeboten zu kulturellen Themen, Unterhaltung und Bildung, Spiele für Tablets und Smartphones.....
Leistungen, die alten Menschen die Verbindung mit nahestehenden Personen ermöglichen .	E-Mail und WhatsApp, insbes. für die Verbindung mit entfernt wohnenden Kindern und Enkeln

Abbildung 32: Digitale Angebote für Leistungen der Altenhilfe

5 Anhang

A.1 Tätigkeitsbericht Projekt "Herbsthelfer"

Zeitraum: Januar bis Juni 2019

Standort: Findorff

Teilprojekt Lotsendienst Findorff mit Umsetzung der Kampagne 1 und 2 (ohne Unterstützung der Zusteller mit Stunden aus dem Herbsthelferprojekt)
Die Zeiträume der einzelnen Kampagnen verliefen parallel.

Kampagne 1: Evaluation der Gewinnung neuer Nachbarschaftshelfer*innen

In einem ersten Schritt der Kampagne sollte die gezielte Anwerbung von Nachbarschaftshelfer*innen im Stadtteil Findorff evaluiert werden. Dafür wurden unterschiedliche Wege der Rekrutierung (analog und über das Internet) von Nachbarschaftshelfer*innen erprobt und ausgewertet. Ziel war es, insgesamt 20 neue Ehrenamtliche für die Unterstützung älterer Menschen im Stadtteil Findorff im 1. Halbjahr 2019 zu gewinnen.

Dafür wurde der Infolyer der AWO Dienstleistungszentren und Plakate zur Suche für Nachbarschaftshelfer*innen in verschiedenen „Türöffner“-Institutionen in Findorff ausgelegt, die regelmäßig von potentiellen zukünftigen Ehrenamtlichen frequentiert werden. Zudem wurden die Mitarbeiter*innen der Institutionen über die Aufgaben des Dienstleistungszentrums der AWO aufgeklärt, um so auch als mögliche Multiplikator*innen über die Ehrenamtsarbeit des AWO Dienstleistungszentrums in Findorff zu informieren.

Folgende Institutionen gehörten hierzu:

- Supermärkte und kleinere Einzelhandelsgeschäfte
- Einrichtungen des Gesundheitswesens: Arztpraxen, Apotheken
- Sportvereine
- Kirchliche Einrichtungen
- Cafés
- Student*innenwohnheim
- Postfilialen
- Krippen und Kindergärten, um insbesondere Mütter als Zielgruppe für die Nachbarschaftshilfe zu gewinnen

Insgesamt wurden im Zeitraum Januar – Juni 2019 in 48 verschiedenen Institutionen Flyer verteilt und Plakate aufgehängt. In manchen Einrichtungen wurde das Verteilen oder Aushängen wiederholt, da bereits Flyer vergriffen waren bzw. keine Plakate mehr dort hingen.



Aufbauend auf den positiv gemachten Erfahrungen der Kampagne 1 des Lotsendienstprojekts im Stadtteil Walle im Jahr 2018, Nachbarschaftshelfer*innen auf den klassisch-analoge Wege anzuwerben, war es Ziel der Kampagne 1, ebenfalls Wege der Rekrutierung von Nachbarschaftshelfer*innen über das Internet zu erproben. Dafür wurden in den Monaten Januar bis März monatlich eine Anzeige beim lokal digitalen Kleinanzeigenmarkt „Schwarzes Brett“ der Stadt Bremen und einmalig eine Anzeige auf dem Internetportal „eBay Kleinanzeigen“ zur Suche von neuen Ehrenamtlichen geschaltet.

Ergebnisse der Gewinnung von Ehrenamtlichen im Zeitraum 01-06/2019:

	Anzahl Meldung Interessierte	Anzahl Ehrenamtliche eingesetzt*
Insgesamt	69	30, zusätzlich 13 aktiv, die für möglichen Einsatz bereit stehen (Stand 01.07.2019)
Rekrutierungswege		
Internetportal und Zeitraum		
Schwarzes Brett 01/2019	12	4
Schwarzes Brett 02/2019	7	1
Schwarzes Brett 03/2019	4	1
Ebay Kleinanzeigen 03/12019	4	0
Andere Rekrutierung		
Aushang Büro	15	7
Mund-zu-Mund-Propaganda	20	11
Bereits früher NBH-Tätigkeit	3	3
Kund*innen mitgebracht	4	3
*hierbei handelt es sich um die Anzahl der Ehrenamtlichen, die aktiv einen ehrenamtlichen Einsatz im Zeitraum 01-06/2019 aufgenommen haben.		

Insgesamt zeigt sich, dass der Großteil der interessierten Nachbarschaftshelfer*innen über den Aushang im Büro und über Mund-zu-Mund-Propaganda für die ehrenamtliche Tätigkeit des Dienstleistungszentrums Findorff angeworben wird. Eher vereinzelt haben sich Personen auf den Flyer oder die Plakate gemeldet. Meist wurde der Aushang gesehen, die Flyer wurden nur in ganz vereinzelt Fällen wahrgenommen. Des Weiteren ist auffällig, dass die Rekrutierung von Nachbarschaftshelfer*innen über das Internet auf eine sehr unterschiedliche Resonanz stieß. Beginnend mit einer hohen Anzahl an Meldungen auf die erste Anzeige beim Schwarzen Brett, von denen ein Drittel auch aktiv einen ehrenamtlichen Einsatz aufnahmen, nahm die Resonanz stetig ab. Auf die zweite Anzeige im Februar meldeten sich noch 7 Personen, auf die letzte Anzeige im März nur noch 4 potentiell an Nachbarschaftshilfe Interessierte, aktiv einen Einsatz davon nahm jeweils

nur 1 Person auf. Ein möglicher Grund für die stetige Abnahme könnte sein, dass meist der gleiche Kreis von Personen, die dort veröffentlichten Anzeigen liest. Durch die mehrmalige Veröffentlichung wurden keine neuen potentiellen Ehrenamtlichen mehr erreicht. Überraschend war die geringe Anzahl an Meldungen auf die Anzeige beim Internetportal „eBay Kleinanzeigen“. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass dort nicht nach einer ehrenamtlichen Tätigkeit gesucht wird.

Der eindeutige Unterschied zwischen der Anzahl an Personen, die sich im Dienstleistungszentrum für eine potentielle Tätigkeit als Nachbarschaftshelfer*in gemeldet haben und die im Vergleich dazu geringe Anzahl an aktiv im ehrenamtlichen Einsatz tätigen Personen, zeigt zudem, wie aufwändig die Rekrutierung und Auswahl von potentiellen Nachbarschaftshelfer*innen sich ausgestaltet. Die Gründe, weshalb es bisher zu keinem aktiven Einsatz kam sind dabei vielfältig. Sie beginnen damit, dass sich ca. ein Drittel Interessierter z.B. auf die Anzeige gemeldet haben, die aus weiter entfernten Stadtteilen kamen und an das Dienstleistungszentrum ihres Stadtteils verwiesen wurden. Anderen Personen wurde im persönlichen Gespräch deutlich, dass die Tätigkeit als Nachbarschaftshelfer*in nicht dem entspricht, was sie suchen. Des Weiteren gibt es potentielle Nachbarschaftshelfer*innen, die zwar aufgenommen wurden, jedoch aus unterschiedlichen Gründen bisher noch nicht vermittelt werden konnten, wie z.B. eine gleichzeitig ausgeübte Vollzeittätigkeit, Arbeit in Wechselschichten, die regelmäßige Absprachen schwierig machen, noch nicht vorhandene Sprachkenntnisse, eigene schwierige Persönlichkeit.

Besonderheiten der Gruppe der ehrenamtlichen Nachbarschaftshelfer*innen in Findorff

Aus den Erfahrungen der Rekrutierung in Kampagne 1 sollten ebenfalls Spezifika der Gruppe der „Nachbarschaftshelfer*innen im Stadtteil Findorff herausgearbeitet werden. Dafür wurden bestimmte Strukturdaten der Nachbarschaftshelfer*innen erhoben, mit denen es möglich war, Aussagen über Besonderheiten dieser Gruppe zu erfassen. Zu diesen Strukturdaten gehören das Geschlecht, Alter, Familienstand, Wohnort, Qualifikation und der Berufsstand.

Die Gruppe der Ehrenamtlichen des AWO Dienstleistungszentrums Findorff setzt sich aus vielfältigen Personen zusammen, die einige Spezifika aufweisen: Erhöhter Anteil von neuen männlichen Nachbarschaftshelfer*innen,

- erhöhter Anteil an Personen mit Vorqualifikationen im sozialen Bereich (Altenpflegehelfer*in, Erzieher*in, Demenzschulung, etc.
- Teilgruppe von Personen, die Erwerbsunfähigkeitsrente beziehen,
- erhöhter Anteil von Nachbarschaftshelfer*innen, die langjährig im Einsatz sind, jedoch zunehmend nicht durch neue Ehrenamtliche ersetzt werden.

Kampagne 2: Evaluation der Gewinnung neuer Kund*innen

In der Kampagne 2 sollte die gezielte Anwerbung von Kund*innen im Stadtteil Findorff evaluiert werden. Dafür wurden unterschiedliche Wege erprobt und ausgewertet, auf das Angebot des Dienstleistungszentrums aufmerksam zu machen. Dafür wurde der Infolyer der Dienstleistungszentren in verschiedenen „Türöffner“-Institutionen in Findorff ausgelegt, die von älteren Menschen, Menschen mit Einschränkungen und deren Angehörigen frequentiert werden. Zudem wurden die Mitarbeiter*innen der Institutionen über das Dienstleistungszentrum der AWO informiert, um so auch als Multiplikator*innen zu fungieren.

In folgenden Einrichtungen wurden Flyer verteilt:

- Einrichtungen des Gesundheitswesens (Arztpraxen, Apotheken, Physiotherapiepraxen, Sanitätshaus)
- Supermärkte und kleinere Einzelhandelsgeschäfte
- Postfilialen
- Kirchliche Einrichtungen
- Pflegedienste
- Cafés
- Austausch mit der Kontaktpolizei über das Angebot des Dienstleistungszentrums
- andere soziale Einrichtungen/ Kooperationspartner

Ebenso war es geplant, den Findorffer Markt als wichtigen sozialräumlichen Anlaufpunkt des Stadtteils zu nutzen, um an einem Stand über das Angebot des AWO Dienstleistungszentrums zu informieren und potentielle neue Kund*innen zu erreichen. Aufgrund extrem schlechter Wetterverhältnisse musste das Vorhaben jedoch am jeweiligen Tage abgebrochen werden. Ein späterer Termin kam nicht mehr zustande.

Insgesamt wurden im Zeitraum von Januar bis Juni 2019 in 41 verschiedenen Institutionen und Einrichtungen Flyer verteilt. In manchen Einrichtungen wurde das Verteilen oder Aufhängen wiederholt, da bereits keine Flyer mehr auslagen bzw. Plakate mehr dort hingen.

Ergebnisse der Gewinnung von Kund*innen im Zeitraum 01-06/2019:

	Anzahl Meldung Hilfegesuche	Anzahl Aufnahme Kund*innen
Insgesamt	71	38
Art der Kontaktaufnahme		
Flyer ausgelegt	1	1
Pflegekasse	24	14
Mund-zu-Mund-Propaganda	21	10
Keine Zuordnung möglich	10	4
Amt für Soziale Dienste	8	5
Aushang Büro	3	1
Sozialdienst Krankenhaus u.a. soziale Einrichtungen	4	3

Insgesamt zeigt die Auswertung, dass der Großteil der Neukund*innen, die sich beim Dienstleistungszentrum Findorff melden, über die Pflegekasse und Mund-zu-Mund- Propaganda kommen. Bei 10 Personen konnte nicht mehr nachverfolgt werden, über wen sie über das Angebot des Dienstleistungszentrums erfuhren. Lediglich 1 Person erwähnte, dass sie über die Auslage eines Flyers in einer Physiotherapiepraxis auf das Angebot des Dienstleistungszentrums gestoßen ist. Eine andere Kundin erwähnte, dass sie den Flyer gesehen habe, aber gleichzeitig bereits über das Angebot von ihrer Nachbarin wusste.

Zahlen des Referenzstandortes:

Als Referenzstandort diente das DLZ Neustadt. Hier haben sich im ersten Halbjahr 29 Interessierte für die Nachbarschaftshilfe gemeldet. Insgesamt 19 Ehrenamtliche konnten in Einsätze vermittelt werden, bei den anderen gibt es noch Klärungsbedarfe oder nur besondere Einsatzmöglichkeiten.

Anfragen von älteren Menschen gab es im Halbjahr insgesamt 96. Darunter 8 reine Beratungsgespräche, 24 Vermittlungen in die Nachbarschaftshilfe und 64 Vermittlungen an andere Unterstützungsanbieter (Tagespflege, ambulante Pflege, Kurzzeitpflege, andere Unterstützungsangebote wie Mittagstisch, Hausnotruf etc.

Resümee Projekt Herbsthelfer 08-2019

Was hat es gebracht – was nehmen wir mit?

- Website und Flyer sind erstellt und nachhaltig vorhanden
- Öffentlichkeitsarbeit, vieles konnte erprobt werden, wir haben Erfahrungen gemacht was nicht funktioniert und wie Rahmenbedingungen sein müssen, es gab eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema,
- hilfreich für die Umsetzung des Projekts waren die zusätzlichen Personalstunden
- es hat sich bestätigt, dass der persönliche Kontakt / Mund zu Mund Propaganda am hilfreichsten für die Gewinnung von Nachbarschaftshelfer*innen ist,
- gleichzeitig haben sich neue Wege der Online-Rekrutierung von Nachbarschaftshelferinnen und –Helfern haben sich als Ergänzung zu den bisherigen Wegen der Gewinnung etabliert und werden weiter in die DLZ-Arbeit integriert
- Der Blick von außen hat zu einer schärferen/klarerer Darstellung und Selbstwahrnehmung unserer Aufgaben geführt
- Digitalassistent: Feststellung es gibt einen Bedarf für den es bisher noch keine funktionierenden Lösungsansätze gibt. Hier sehe ich die Aufgabe der Träger der freien Wohlfahrtspflege an einer Strategie mitzuarbeiten.
- Die DLZ werden sich auch mit dem Thema auseinandersetzen müssen, wie sie Menschen digital erreichen können, E-Mailverkehr mit Nachbarschaftshelfern gehört bei uns noch nicht zum Standard.
- Erfreulich war, dass die Teilnehmerinnen alle gerne bei dem Projekt mitgewirkt haben. Die Zusammenführung der Digitalassistenten mit den Kundinnen hat sehr gut gepasst. Zum Teil treffen sie sich weiterhin (in zwei Fällen haben sich trotz großer Altersunterschiede „Freundschaften“ ergeben; jung (28 J.) und alt (82J;72J.) profitieren voneinander).
- Mit Hilfe der Digitalassistenten konnten die Kundinnen u.a. Interessen intensiver verfolgen, indem sie das Internet für Recherchen zu bestimmten Themen genutzt haben oder sich Orte anschauen konnten, die sie bereist oder wo sie früher gewohnt haben.
- Bei Aufgeschlossenheit gegenüber den neuen Medien ergeben sich für ältere Menschen viele Möglichkeiten/Chancen, Interessen und Hobbies ohne großen Mobilitätsaufwand zu verfolgen bzw. nachgehen zu können. Zudem haben sie durch die Nutzung dieser Medien die Möglichkeit, den Zeitgeist mitzuerleben.

A.2 Fragebogen für Ehrenamtliche

Die Bremer Dienstleistungszentren



Fragebogen für Ehrenamtliche

1) Seit wann sind Sie in der Nachbarschaftshilfe tätig?

- Weniger als 1 Jahr 1-3 Jahre 4-5 Jahre mehr als 5 Jahre

2) Warum engagieren Sie sich in der organisierten Nachbarschaftshilfe?

(es sind mehrere Antworten möglich)

- Ich kann sagen, was ich machen möchte und wie viel.
 Es macht mir Spaß.
 Ich kann das Geld gut gebrauchen.
 Ich helfe gerne anderen Menschen.
 Ich möchte nicht den ganzen Tag zu Hause sein.
 Ich bekomme Lob und Anerkennung.

3) Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Tätigkeit insgesamt?

(Bitte verwenden Sie Schulnoten von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“.)

- Sehr zufrieden 1 2 3 4 5 6 Sehr unzufrieden

4) Wie oft übernehmen Sie die folgenden Tätigkeiten?

(bei den Tätigkeiten sind mehrere Antworten möglich)

	immer	oft	selten	nie
Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Putzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wäsche waschen, bügeln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesellschaft leisten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kochen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begleiten (z.B. zum Arzt, Einkauf, Spaziergang etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei Formularen, Briefen etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5) Sie bekommen eine pauschale Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro pro Stunde. Was trifft auf Sie zu?

Dieses Geld...

- ... ist für meinen Lebensunterhalt fest eingeplant.
 ... ist eine zusätzliche Einnahme, die ich gut gebrauchen kann.
 ... spielt für mich keine Rolle.

6) Wenn Sie bei Frau X oder Herrn Y im Einsatz sind, welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu? (es sind mehrere Antworten möglich)

- Wenn noch etwas zu tun ist, schaue ich nicht so genau auf die Uhr und bleibe länger.
 Wir trinken noch einen Kaffee, obwohl die Zeit eigentlich vorbei ist.
 Wenn ich für mich einkaufe, kaufe ich auch mal für sie/ihn mit ein.
 Ich kann es mir nicht leisten, länger als vereinbart zu bleiben.

7) Wie zufrieden sind Sie mit den Schulungen als Alltagsassistent*in in Ihrem DLZ?
(Bitte verwenden Sie Schulnoten von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“.)

sehr zufrieden
 1 2 3 4 5 6
 sehr unzufrieden

Ich habe bisher an keiner Schulung teilgenommen.

8) Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung durch das DLZ?
(Bitte verwenden Sie Schulnoten von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“.)

sehr zufrieden
 1 2 3 4 5 6
 sehr unzufrieden

9) Wie gut kennen Sie sich mit Hilfen für ältere Menschen in Ihrem Stadtteil aus?

sehr gut
 1 2 3 4 5 6
 gar nicht

10) Was bekommen Sie durch Ihre Tätigkeit in der organisierten Nachbarschaftshilfe?

- Dankbarkeit von den Menschen, denen ich helfe
- Lob und Anerkennung von anderen für mein Engagement
- Eine umfangreiche Schulung, die mich gut auf den Einsatz vorbereitet
- Kontakt zu anderen Nachbarschaftshelfer*innen
- Erfahrungen, die ich für eine Berufstätigkeit nutzen kann
- Informationen und Erfahrungen, die ich auch privat für mich nutzen kann.

11) Würden Sie die Tätigkeit als Nachbarschaftshelfer*in weiterempfehlen?

Ja Nein

12) Wurden Sie schon einmal in der organisierten Nachbarschaftshilfe darum gebeten, bei der Nutzung eines Smartphones, Tablets oder PCs zu helfen?

Ja, häufiger Ja, aber sehr selten Nein, noch nie

13) Können Sie sich vorstellen, im Rahmen der organisierten Nachbarschaftshilfe ältere Menschen bei der Nutzung des Internets (z.B. E-Mail, Whats-App, Google, YouTube) zu unterstützen?

Ja, auf jeden Fall Ja, aber nur mit einer entsprechenden Schulung Nein

14) Würden Sie an einer entsprechenden Schulung zur Nutzung des Internets teilnehmen? (ca. 10 Stunden verteilt auf mehrere Tage)

Ja, auf jeden Fall eher Ja eher Nein Nein, auf keinen Fall

Freiwillige Angaben zur Person

Alter: Geschlecht: weiblich männlich

Ich bin zurzeit: berufstätig arbeitssuchend erwerbsunfähig
 Rentner/in Student/in Hausmann/-frau

Leben in Ihrem Haushalt Kinder unter 18 Jahren? Ja Nein

A.3 Zehn Grundsätze für eine responsive Förderung digitaler Kompetenzen älterer Menschen

Auszug aus Herbert Kubicek und Barbara Lippa: Nutzung und Nutzen des Internet im Alter. Empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine responsive Digitalisierungspolitik. VISTAS Verlag Dezember 2017.

Wie erwähnt konnten wir in unserer Studie die Begleitangebote nicht systematisch untersuchen. Aus den Gesprächen mit den Verantwortlichen in den Einrichtungen, den Unterstützern und der hier zitierten Literatur können wir jedoch zehn praxisbezogene Grundsätze formulieren, denen eine responsive Förderung digitaler Kompetenzen folgen sollte, um den unterschiedlichen Lernmotivationen und -fähigkeiten der sehr heterogenen Gruppe älterer Menschen gerecht zu werden und sie nachhaltig zur Teilhabe an der digitalen Gesellschaft zu ermutigen und zu befähigen.

1. Lernerfahrung und –Motivation klären: Jede Planung eines Angebots sollte davon ausgehen, dass die Adressaten mehr oder weniger große Zweifel an ihrer Selbstwirksamkeit haben. Je älter die Personen und je weniger Lernerfahrungen auf anderen Gebieten vorliegen, um so größer sind tendenziell die (Selbst-)Zweifel. Manche Teilnehmende kommen vielleicht nicht ganz freiwillig, sondern fühlen sich gedrängt, etwas zu lernen, was sie aus eigener Überzeugung nicht wollen und sich auch nicht ganz zutrauen. Diese Zweifel betreffen sowohl die Bewältigung von Problemen bei der Internetnutzung als auch das Selbstvertrauen, die Lernziele des jeweiligen Angebots erreichen zu können. Als erstes sollten daher die Lernmotivation, die bisherige Lernerfahrung in der Nachberufsphase und die Einschätzung der Lernfähigkeit besprochen werden. Hierzu kann ein vorbereiteter Fragebogen sinnvoll sein, der dann in einem Beratungsgespräch erörtert wird.
2. Ermutigung als Ziel: Das Ziel eines Angebots soll nicht in erster Linie darin bestehen, die Bedienung eines Geräts (z.B. Tablet PC, Smartphone) oder einzelner Internet-Anwendungen zu vermitteln, sondern die Befähigung und Ermutigung zum Einsatz digitaler Medien für die Bewältigung von Alltagsaufgaben sowie zum Lernerfolg. Dies erfordert besondere didaktische Elemente, Die Ermutigung kann durch positive Berichte altersähnlicher Personen, möglichst persönlich als Gäste, ersatzweise durch Videotestimonials unterstützt werden. Weitere Anregungen sind in geragogischen Anleitungen zu finden.
3. Möglichst homogene (Klein-)Gruppen: Gruppen für einen Kurs oder ein Training sollten möglichst homogen sein in Bezug auf Lernerfahrung und Lernfähigkeit, damit es nicht den einen zu langsam geht, während andere sich nicht trauen, Fragen zu stellen. Je geringer die Lernerfahrung, umso kleiner sollten die (Teil-)Gruppen sein.
4. Kursinhalte an den bevorzugten Gratifikationen orientieren: Die Lernmotivation kann erhöht werden, wenn das Angebot darauf gerichtet ist, einen Nutzen bei der Bewältigung von Alltagsverrichtungen oder in

Übergangssituationen erfahrbar und selbst nutzbar zu machen. Alltagsverrichtungen älterer Menschen sind die in der Studie „Digital mobil im Alter – Tablet PCs für Senioren“ untersuchten Gratifikationen wie Kontakte mit Familie und Bekannten, Wissen verbessern, Unterhaltung und Zeitvertreib, Orientierung und Bewegung in neuen Umgebungen, Laufereien ersparen u.ä., Übergangssituationen sind der Eintritt in den Ruhgestand oder der Verlust von Angehörigen. Die jeweilige Alltagssituation sollte im Vordergrund stehen, die bisherige Praxis besprochen werden und dann der zusätzliche Nutzen digitaler Medien aufgezeigt und erfahrbar gemacht werden. Deren Bedienung wird dabei – quasi nebenbei – schrittweise gezeigt und geübt.

5. Die Komplexität schrittweise erhöhen: Für alle Gratifikationen gibt es einfachere und kompliziertere Anwendungen. Ein Lernangebot sollte stets mit den einfacheren Anwendungen beginnen und erst wenn diese beherrscht werden, die nächst höhere Komplexitätsstufe mit einem entsprechenden Zusatznutzen einführen. Am Beispiel der häufigsten Nutzung, Kontakte/Kommunikation, heißt das mit E-Mails beginnen – das können alle – und dann die etwas kompliziertere Videotelefonie wie Skype mit dem Zusatznutzen des gegenseitigen Sehens einführen, danach einen Messengerdienst wie WhatsApp mit der Möglichkeit des Austauschs von Fotos zeigen. Beim Einkaufen kann man mit dem Preisvergleich von Waren vor einem traditionellen Einkauf beginnen oder ein Geschäft in der Nähe suchen, das einen bestimmten Artikel führt, bevor man einen niedrigpreisigen Artikel als Gast ohne Registrierung bestellt.
6. Schriftliches Begleitmaterial: Ältere Menschen möchten mehr als alle anderen schriftliche Unterlagen zu dem Lernstoff, damit sie in Ruhe das Nachlesen können, was sie gesehen und unter Anleitung getan haben. Dieses Material sollte jeden einzelnen Bedienungsschritt möglichst mit genau den Geräten und Anwendungen zeigen, die im Training geübt wurden. Das ist nicht immer einzuhalten, wenn in einer Gruppe unterschiedliche Geräte mit verschiedenen Browsern verwendet werden. Falls möglich sollte daher zu Beginn eine Festlegung auf einen von allen benutzten Browser erfolgen.
7. Probleme besprechen und Lösungen üben: Die Teilnehmenden haben aus den Medien und vom Hören-Sagen diffuse oder konkrete Bedenken und Ängste. Diese betreffen die Angst etwas falsch und kaputt zu machen, finanzielle Schäden bei Online-Einkäufen oder Online-Banking, den Missbrauch persönlicher Daten im Internet oder auch die Angst, Dinge preiszugeben, die sich Einbrecher oder Betrüger im wirklichen Leben zu Nutze machen, so dass die Risiken steigen. Bei jeder Anwendung sollten daher die jeweiligen Bedenken besprochen und an Beispielen mögliche Gegenmaßnahmen vertieft werden. So haben die Verbraucherzentralen u.a. Informationsseiten zu Phishing Mails und Fakeshops, die man besprechen kann. Anschließend sollten Problembewältigungsmöglichkeiten gezeigt werden. Was macht man, wenn man ein Passwort vergessen hat? Was kann man tun, wenn eine online bestellte Ware beschädigt ist oder ein falscher Artikel geliefert wird. Es ist gut zu wissen, dass man ein 14-tägiges

Rückgaberecht hat. Noch besser ist es, wenn von diesem Recht nach dem Kauf eines niedrigpreisigen Artikels, z.B. eines gebrauchten Buchs bei Amazon für 1,99 Euro, tatsächlich innerhalb des Lernangebots Gebrauch gemacht wird.

8. Hausaufgaben, Hilfe und Üben – Üben – Üben: In allen Fällen gilt, dass jeder Schritt von jedem Teilnehmer und jeder Teilnehmerin mindestens einmal mit Hilfestellung und einmal alleine geübt werden sollte, bevor es weitergeht. Wenn ein Lernangebot nur ein- oder zweimal in der Woche stattfindet, sollten Hausaufgaben mitgegeben werden, die entweder genau das im Angebot Geübte noch einmal wiederholen oder es in einer leichten Variante üben lassen. Da dabei mit großer Wahrscheinlichkeit Fragen auftreten, sollte ein Hilfsangebot in Form einer persönlichen oder telefonischen Sprechstunde an ein oder zwei Zwischenterminen angeboten werden.
9. Unterstützungsangebote und Nachsorge: Ein Lernangebot endet meistens bevor sich wirklich alle Teilnehmenden das Gelernte nachhaltig angeeignet haben. Manche Seniorinnen und Senioren nehmen erst gar nicht an einem Training teil, weil sie Zweifel an ihrer Lernfähigkeit haben und für sich schon vorher einen anschließenden Unterstützungsbedarf vermuten. Andere haben vielleicht schon früher einmal ein Lernangebot besucht, besitzen nun ein neues Gerät oder erwägen die Anschaffung, vielleicht haben sie auch einige Anwendungen wieder vergessen. In diesen Fällen sind Unterstützungsangebote wie regelmäßige Sprechstunden oder organisierte Gesprächsgruppen zum Erfahrungsaustausch hilfreich. Schon bei der Ankündigung eines Lernangebots sollte darauf hingewiesen werden, dass es während und nach dem Angebot persönliche und/oder telefonische Sprechstunden gibt. Außerdem kann in einem Lernangebot auf andere existierende Unterstützungsangebote mit Lernvideos u.ä. hingewiesen werden.
10. Nicht nur gemeint, sondern auch gut gemacht: Nicht jedes Angebot, das zur Förderung digitaler Kompetenzen älterer Menschen gemacht wird, ist für diese Zielgruppe auch wirklich geeignet und effektiv. Deshalb müssen im Sinne einer responsiven Digitalisierungspolitik Qualitätsmaßstäbe für Angebote definiert werden, deren Einhaltung regelmäßig evaluiert werden, damit das Ziel der nachhaltigen Teilhabe auch der älteren Menschen an der digitalen Gesellschaft erreicht werden kann. Dabei sind auch Mindestanforderungen an Kursleiter, Trainer und Sprechstundengeber zu definieren die neben Internetkenntnissen auch die Eignung zur Erreichung der Lernziele der Ermutigung und der Stärkung von Selbstwirksamkeit umfassen.



Am Fallturm 1
28359 Bremen
Tel. ++49(0)421 218-56590
Fax: ++49(0)421 218-56599
E-Mail: info@ifib-consult.de
www.ifib-consult.de