

Evaluation eines bestehenden Angebotes zur Erhöhung der digitalen Kompetenz von SeniorInnen

Das Projekt „qualitätszeit“ als Beispiel in
Wien/Österreich

Johanna Mayrwöger

Bachelorarbeit 2

Eingereicht zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts in Social Sciences
an der Fachhochschule St. Pölten

Datum: 30.03.2017

Version: 1

Begutachterin:

bei FH-Prof. Mag. Dr. Michaela Moser

Abstract, deutsch

Die vorliegende Arbeit untersucht die Frage, inwieweit SeniorInnen ihre digitale Kompetenz durch den Besuch von Einzelcoachings bei der Initiative qualitätszeit erhöhen können bzw. wie hilfreich sie diese empfinden. Zur Evaluierung des Angebots wurden drei leitfadenorientierte ExpertInneninterviews mit NutzerInnen bzw. der Gründerin von qualitätszeit durchgeführt. Die Daten wurden mit dem Kodierparadigma nach Strauss & Corbin ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen eine hohe Zufriedenheit der SeniorInnen mit den Coachings und eine Erhöhung der Inklusion durch verbesserte digitale Kompetenz. Die ermittelte hohe Bedeutung von Lernen im Alter sowie die Lernbedürfnisse von SeniorInnen, bieten wichtige Anhaltspunkte für die Gestaltung von Bildungsangeboten im Bereich digitale Medien für SeniorInnen.

Abstract, englisch

The present research examines the extent to which seniors can increase their digitale competences by visiting individual coachings at „qualitätszeit“ and how helpful they define them. To evaluate the offer, two guideline-oriented expert interviews with users as well as one with the founder of „qualitätszeit“ were carried out. For analysis, the coding paradigm by Strauss & Corbin was used. The results point to a high level of satisfaction among seniors with the coachings and an increase of inclusion by improved digital competence. The identified importance of learning in old age as well as the learning needs of seniors show essential indications for the design of educational offerings in digital media for seniors.

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Relevanz des Themas	1
3. Forschungskontext	2
3.1. Die Initiative „qualitätszeit“	3
3.2. Die NutzerInnen	4
3.3. Vergleichbare Angebote in Wien.....	5
4. Begriffserklärungen	5
4.1. Digitale Medien	5
4.2. Digitale Kompetenz.....	6
4.3. Gesellschaftliche Teilhabe/Inklusion	6
5. Forschungsprozess	7
5.1. Zugang zum Feld.....	7
5.2. Forschungsfrage.....	7
5.3. Persönliche Vorannahmen	8
6. Datenerhebung und Methode	8
6.1. Qualitative Evaluation	8
6.2. Leitfadenorientiertes ExpertInneninterview	10
6.3. Auswertungsmethode.....	10
7. Darstellung der Ergebnisse	11
7.1. Persönliche Einstellung und Bedeutung digitaler Medien und des Internets	11
7.1.1. Positive und negative Aspekte der Nutzung digitaler Medien	11
7.1.2. Vergleich der Nutzung digitaler Medien durch Jung und Alt	13
7.2. Lernbedürfnisse von SeniorInnen	13
7.3. Zugang zu qualitätszeit.....	15
7.4. Bewertung der Coachings von qualitätszeit.....	16

7.4.1.	SeniorInnen als Zielgruppe?	16
7.4.2.	Vergleich mit anderen Angeboten	17
7.4.3.	Zufriedenheit mit den Coachings bei qualitätszeit	18
7.4.4.	Negative Aspekte bzw. Veränderungswünsche von qualitätszeit	19
7.4.5.	Veränderungen im Nutzverhalten durch Coachings	20
7.4.6.	Weitere Lernziele	22
7.4.7.	Erhöhung der digitalen Kompetenz?	23
7.5.	Exklusion/Inklusion und qualitätszeit.....	23
8.	Resümee und Ausblick auf die Soziale Arbeit.....	25
9.	Quellenverzeichnis.....	30
9.1.	Literaturverzeichnis.....	30
9.2.	Internetquellen	31
9.3.	Daten.....	31
10.	Anhang	32
10.1.	Abkürzungsverzeichnis.....	32
10.2.	Leitfadeninterviews	32
10.2.1.	Leitfadeninterview SeniorInnen	32
10.2.2.	Leitfadeninterview Gründerin qualitätszeit	33
10.3.	Transkription Interview (Auszug).....	35
10.4.	Auswertungsbeispiel (Auszug)	36
10.5.	Eidesstattliche Erklärung	37

1. Einleitung

Die vorliegende Bachelorarbeit wurde im Rahmen der Projektwerkstatt „Inklusion und Social Media“ erstellt. In unterschiedlichen Fragestellungen sollten dabei Theorie, Praxis und Nutzen von Social Media für die Stärkung der Inklusion untersucht werden. Dabei ging es unter anderem um die Frage, wie eine sinnvolle Begleitung und Unterstützung von durch Ausgrenzung betroffenen Personen durch die Soziale Arbeit aussehen kann (vgl. Moser 2016).

Als Zielgruppe der vorliegenden Untersuchung wurden ältere Menschen bzw. SeniorInnen ausgewählt, welche nach meinen beruflichen und privaten Erfahrungen, durch ihren geringen bzw. angstbesetzten Umgang mit digitalen Medien von einer Exklusion aus der digitalen Welt betroffen sein können. Ziel der vorliegenden Arbeit soll es sein, den Nutzen der Coachings von „qualitätszeit“ zu evaluieren, wodurch SeniorInnen bei einem Einstieg in die digitale Welt begleitet werden sollen. Mittels qualitativer Einzelinterviews soll aufgezeigt werden, wie und ob TeilnehmerInnen von den Coachings profitieren und in welchen Bereichen ihre Handlungsmöglichkeiten erweitert werden. Abschließend soll erörtert werden, welche Kriterien für Bildungsangebote zu digitalen Medien bedeutend sind und welche Verantwortung die Soziale Arbeit dabei trägt.

2. Relevanz des Themas

Digitale Medien, wie etwa das Internet oder Smartphones, werden von SeniorInnen deutlich weniger genutzt als von Menschen anderer Altersgruppen. Laut Zahlen der Statistik Austria nutzten im Jahr 2015 beispielsweise 99,0% der 25-34-Jährigen und nur 47% der 65-74-Jährigen das Internet (vgl. Statistik Austria 2015). Für den Einstieg in die digitale Welt kommt interessierten SeniorInnen oftmals wenig Unterstützung zu (vgl. ÖIAT 2014: 7).

Nicht in der Lage zu sein das Internet zu nutzen, bedeutet für Betroffene oft Nachteile auf finanzieller, sozialer und politischer Ebene (vgl. ebd.: 84). Bedeutende Nachteile stellen etwa der fehlende Zugang zu Informationen, Dienstleistungen oder reinen Online-Diensten (digital by default) dar. Zu Letzteren zählen beispielsweise kostenlose Internet-Kommunikationsmöglichkeiten, preisgünstige oder kostenlose Online-

Bankkonten, Online-Förderanträge, preisgesenkte Produkt- oder Dienstleistungsangebote oder auch Möglichkeiten der Partizipation und politischen Mitbestimmung (vgl. ÖIAT 2012: 10).

In der so genannten Offliner-Studie des Instituts für Strategieberatung (2011), äußerten 26% der NichtnutzerInnen als Anreiz das Internet doch zu verwenden, den Wunsch, dass jemand ihnen das Internet *„in Ruhe erklären“* müsse. Knapp 80% der Befragten gaben an, dass das Internet heutzutage gesellschaftlich nicht mehr wegzudenken wäre und 47% der NichtnutzerInnen meinten, dass es ohne Internet zu einer spürbaren Benachteiligung kommen würde (vgl. Institut für Strategieberatung, zit. in ebd.: 18).

Da es aufgrund des demographischen Wandels zu einem Anstieg an älteren Menschen in der Gesellschaft kommen wird und wie oben beschrieben für NichtnutzerInnen des Internet bedeutende Nachteile festgestellt werden können, kann es als wichtige sozialpolitische Aufgabe gesehen werden, älteren Menschen die Teilhabe an der digitalen Welt zu gewähren und zu verbessern (vgl. ÖIAT 2014: 84). Auch in der österreichischen SeniorInnenpolitik bildet *„lebenslanges Lernen“* einen Schwerpunkt. Ältere Menschen sollen einen *„gleichberechtigten Zugang zu hochwertigen und vielfältigen Lernangeboten und zu einer Vielzahl von Lernerfahrungen“* (BMASK 2015) bekommen. Dazu soll Grundlagenforschung gemacht werden (vgl. ebd.).

Die Evaluation des Angebots von *„qualitätszeit“* soll einen wissenschaftlichen Beitrag zu einem hochaktuellen Fachgebiet liefern, das erst in den letzten Jahren verstärkt untersucht wurde. Es soll dabei erforscht werden, inwieweit ältere Menschen vom Angebot des Projekts *„qualitätszeit“* profitieren, wie und ob es dadurch gelingt, sie im lebenslangen Lernen zu unterstützen um ihre Möglichkeiten zur Teilhabe zu erhöhen.

3. Forschungskontext

Im folgenden Abschnitt sollen die Initiative *„qualitätszeit“* sowie deren NutzerInnen vorgestellt werden. Für einen besseren Überblick wurde nach vergleichbaren Angeboten in Wien gesucht und diese kurz skizziert.

3.1. Die Initiative „qualitätszeit“

Die Initiative „qualitätszeit“ des Vereins für Medienarbeit und Generationen (MuG) wurde vor etwa zwei Jahren von der Medienpädagogin Daniela Weinholtz und dem Mediendesigner Kornelius Pesut gegründet. Die beiden sammelten an ihrem früheren Arbeitsplatz, dem Cooperate Social Responsibility (CSR)-Projekt „A1 Internet für Alle“ die Erfahrung, dass ältere Menschen gerne und zahlreich an den dort angebotenen kostenlosen Internetkursen teilnahmen, bis dahin fehlten aber Angebote um individuelle offene Fragen zu klären (vgl. Weinholtz 2016: Z.8-12).

Weinholtz und Pesut entwickelten daraufhin das Konzept, SeniorInnen vornehmlich in Einzelcoachings „*digitalfit*“ zu machen, das heißt, sich allen „*technischen und digitalen Herausforderungen, die es so gibt*“ mit den SeniorInnen gemeinsam zu stellen (ebd.: Z. 3-5). Zu Anfang fanden die Coachings in PartnerInnen-Cafés oder in Form von Hausbesuchen statt. Im März 2016 eröffneten Pesut und Weinholtz ein Ladenlokal, das sogenannte Coaching-Wohnzimmer als „*Anlaufstelle für SeniorInnen zu allen Themen rund um Internet, Smartphone und Co.*“ (seniorkom 2016)

Die Initiative qualitätszeit versucht dabei „*so niederschwellig wie möglich*“ zu sein. Termine können direkt im Ladenlokal, telefonisch, per E-Mail oder persönlich ausgemacht werden (vgl. Weinholtz 2016: Z.10-15). Auch Hausbesuche sind möglich. Die Kosten können mit 35€/Stunde im Ladenlokal und 45€/Stunde für Hausbesuche durch „*Querfinanzierungen und teilweise Förderungen*“ auf einem relativ niedrigen Niveau gehalten werden (vgl. ebd.: Z. 14-15; qualitätszeit 2016).

Basisförderungen gibt es laut Weinholtz für Projekte dieser Art nicht, daher sei es schwierig, den laufenden Betrieb langfristig zu sichern (vgl. Weinholtz 2016: Z.97-101). Die Initiative qualitätszeit finanziert sich daher einerseits durch Sponsoren aus der Wirtschaft, wie die Firmen paysafecard¹ und Hoerbiger². Andererseits bezieht qualitätszeit auch immer wieder projektbezogene Förderungen, etwa durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK) oder der Abteilung Bildung und außerschulische Jugendbetreuung der Stadt Wien (MA 13)

¹ www.paysafecard.com/de-at/

² www.hoerbiger.com/#home

(qualitätszeit 2016). Weinholtz beschreibt diese Art der Finanzierung als mühsam. Es sei notwendig, *„sich immer wieder kleinere oder größere Projekte auszudenken, jetzt in Anführungszeichen, wo man wieder ein bisschen Geld einreichen kann dafür“* (Weinholtz 2016: Z.99-100).

Eine Stunde qualitätszeit beschreibt Weinholtz als *„Frage/Antwort-Stunde“* (ebd.: Z.39). KundInnen, die die erste Stunde qualitätszeit buchen, kommen oft mit einem neuen Gerät, etwa einem Smartphone, Tablet oder Laptop und möchten *„einfach mal so einen Grundeinstieg in das Gerät haben.“* Dann geht es darum, die Grundfunktionen des Gerätes zu erklären. Typische Fragen dabei sind folgende: *„Wie kann ich lauter/leiser schalten? Mir einen Klingelton aussuchen? Wie kann ich Fotos machen? Wie finde ich die Fotos wieder? Wo kann ich mir einen Weg anschauen? Und was sind überhaupt diese Apps und was gibt's da so? Was wär vielleicht interessant für mich? Was kann ich runterlöschen von meinem Smartphone?“* (ebd.: Z.32-40).

3.2. Die NutzerInnen

Die Zielgruppe von qualitätszeit genau zu definieren gestaltet sich schwierig. Auf der Homepage der Initiative wird keine genaue Zielgruppe genannt (vgl. qualitätszeit 2016). In Medienberichten ist von einem Angebot für SeniorInnen, älteren Menschen oder der Generation 65+ die Rede (vgl. Kurier 2015; seniorkom 2016).

Weinholtz nennt *„Begriffsproblematiken“* (Weinholtz 2016: Z.17) als Grund dafür. Qualitätszeit wolle zwar vor allem ältere Menschen ansprechen, doch diese beispielsweise als SeniorInnen zu bezeichnen, bringt oft nicht die gewünschte positive Resonanz, da sich diese selbst nicht als SeniorInnen definieren. Daher verzichtet qualitätszeit nun darauf, die Zielgruppe direkt zu benennen, sondern arbeitet mit Bildern, um ihre Zielgruppe anzusprechen. Der Großteil der NutzerInnen sind SeniorInnen, immer wieder kommen jedoch auch Menschen ab vierzig mit technischen Fragen (vgl. ebd.: Z.17-21).

In der Literatur werden das Altern bzw. ältere Menschen/SeniorInnen verschiedenartig eingeteilt und definiert. In der vorliegenden Arbeit wird der Begriff SeniorInnen verwendet und meint damit Menschen, die sich nicht mehr im Berufsleben befinden und das 55. Lebensjahr bereits überschritten haben (vgl. ÖIAT 2014: 13).

3.3. Vergleichbare Angebote in Wien

In Wien konnten einige Angebote zu den Themen Computer, Handy und Internet speziell für die Zielgruppe SeniorInnen gefunden werden. Die wichtigsten Parameter dieser Angebote sollen in der nachfolgenden Tabelle dargestellt werden.

Einrichtung	Art des Lernangebots	Kosten
„A1 Internet für Alle“ Campus ³	Kurse zu verschiedenen Themen	kostenlos
Volkshochschule Wien (VHS) ⁴	Kurse zu verschiedenen Themen	121,2€/12 Einheiten 90,9€/6 Einheiten
SeniorColleg ⁵	AnfängerInnen- und Vertiefungskurse	150€/10 Stunden
	Privatschulungen	Online keine Informationen
EDV-Oase ⁶	Einzelunterricht	120€/2 Einheiten
	AnfängerInnenkurse	160€/5 Einheiten
Computerclub Margareten ⁷	Vorträge und gemeinsames Lernen	Kostenlos, freiwillige Spenden
EDV Pannendienst und Coaching ⁸	individuelle Trainingseinheiten bei den KundInnen zuhause	29€/30 Minuten plus Fahrtpauschale von 5€

4. Begriffserklärungen

In diesem Kapitel sollen die wichtigsten Begriffe, die für die vorliegende Forschungsarbeit relevant sind, definiert werden.

4.1. Digitale Medien

Im Gegensatz zu analogen Medien, wie etwa Zeitung, Radio oder Analog-Fernsehen, ist mit „digitalen Medien“ die Digitalisierung von Medien-, Wissens- oder Lebensbereichen gemeint. In Anlehnung an eine Studie des Österreichischen Instituts für angewandte Telekommunikation (ÖIAT), werden in der vorliegenden Arbeit als

³ <http://a1internetfueralle.at>

⁴ www.vhs.at

⁵ www.seniorencolleg.at

⁶ www.edv-oase.at

⁷ www.margareten.spo.e.at/cc

⁸ www.edv-pannendienst.at

„digitale Medien“ vor allem das Internet, Handy bzw. Smartphones sowie Tablets bzw. Computer bezeichnet (vgl. ÖIAT 2014: 12).

4.2. Digitale Kompetenz

Als digitale Kompetenz lässt sich das Erwerben von Fähigkeiten und Kenntnissen im Bereich der neuen Technologien beschreiben, welche immer häufiger im täglichen Leben benötigt werden. Es fließen darin die *„IT-Kompetenz, als Lernen über den Computer und die Kompetenz in Multi- und Telemedien als Lernen mit dem Computer zusammen.“* (BMUKK 2010: 3)

Im Rahmen des Forschungsprojektes DIGCOMP, das im Auftrag der Europäischen Kommission durchgeführt wurde, konnten 21 digitale Kompetenzen erarbeitet werden, die „zur digitalen Integration“ von Menschen in die Gesellschaft notwendig sind (vgl. Ferrari 2013, zit. in Amann-Hechenberger, et.al. 2015: 9).

Folgende Bereiche sind davon erfasst:

- **Information:** Informationen gewinnen, speichern, analysieren und Quellen kritisch hinterfragen
- **Kommunikation:** mit geeigneten Online-Tools digital kommunizieren
- **Content-Produktion:** Online-Inhalte selbstständig produzieren unter Einhaltung technischer und rechtlicher Gesichtspunkte (z.B. Urheberrecht)
- **Sicherheit:** Daten und die digitale Identität schützen; das Internet sicher und verantwortungsvoll nutzen
- **Problemlösung:** Digitale Möglichkeiten und Erfordernisse kennen und verwenden; Probleme unter Einbezug digitaler Medien lösen können, Kompetenzen weiterentwickeln (vgl. ebd.: 9f)

4.3. Gesellschaftliche Teilhabe/Inklusion

Nach dem Prinzip der Sozialen Inklusion soll es für alle Menschen möglich sein, gesellschaftliche und soziale Prozesse zu nutzen und mitzugestalten. Dies wird als Basis für eine selbstbestimmte Lebensführung angesehen (vgl. Ilse Arlt Institut 2013). Auf europäischer Basis wird mittels einer EU-Strategie für nachhaltige Entwicklung nach einer kontinuierlichen Verbesserung der Lebensqualität heutiger und zukünftiger Generationen gestrebt (vgl. Eurostat 2015). Eine Schlüsselherausforderung dabei ist die *„Schaffung einer sozial integrativen Gesellschaft durch Berücksichtigung der*

Solidarität zwischen und innerhalb von Generationen sowie die Wahrung und Verbesserung der Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger als Voraussetzung für dauerhaftes individuelles Wohlergehen“. (Eurostat 2013) Unter dem operativen Indikator „*Bildung*“ werden dabei als umschreibende Indikatoren unter anderem „*lebenslanges Lernen*“ sowie das „*Niveau der Computer- bzw. Internetkenntnisse*“ von Menschen genannt (vgl. ebd. 2013).

5. Forschungsprozess

5.1. Zugang zum Feld

Von 2011 bis 2013 arbeitete ich im Projekt „A1 Internet für Alle“ und lernte dort Daniela Weinholtz und Kornelius Pesut kennen. Aus der in Kapitel 3.1 beschriebenen Problematik heraus, entwickelten wir gemeinsam die Idee und das Konzept zur Initiative „qualitätszeit“, Weinholtz und Pesut setzten im Folgenden das Projekt um. Mit einer gewissen zeitlichen Distanz, interessiert es mich nun, am Ende meines Studiums, die Initiative aus dem Blickwinkel der Sozialen Arbeit neu zu betrachten. Die beiden GründerInnen der Initiative qualitätszeit standen der Forschungsarbeit sehr offen gegenüber und gaben mir die Kontaktdaten einiger KundInnen, aus denen ich nach dem Zufallsprinzip zwei für die Durchführung von Interviews auswählte. Auch selbst standen sie für Interviews bereit.

5.2. Forschungsfrage

Hauptfrage

Wie hilfreich empfinden SeniorInnen die Angebote von „qualitätszeit“ für SeniorInnen?

Daraus ergeben sich folgende Unterfragen

- Was sind die Lernbedürfnisse von SeniorInnen, die erfüllt bzw. nicht erfüllt werden konnten?
- Inwiefern erweitern sich die Handlungsfähigkeiten für SeniorInnen?
- Inwiefern erhöht sich die digitale Kompetenz der SeniorInnen?
- Inwiefern verbessert sich die gesellschaftliche Teilhabe von SeniorInnen durch erhöhte digitale Kompetenzen?

5.3. Persönliche Vorannahmen

Qualitative Forschung dient nach Lamnek (2010) nicht dazu, Hypothesen zu überprüfen, sondern neue Hypothesen zu erstellen. Als ForscherIn muss während des Forschungsprozesses, an dessen Ende erst die Generierung von Hypothesen stehen soll, Offenheit gegenüber Veränderungen und neuen Gesichtspunkten bewahrt werden (Lamnek 2010: 20).

Mayring (2002) misst dem Bewusstwerden des eigenen Vorverständnisses in der Hermeneutik große Bedeutung zu, es „beeinflusst immer die Interpretation“ (Mayring 2002: 29). Im Sinne einer „hermeneutischen Spirale“ ist es folglich wichtig, sich die eigenen Vorannahmen bewusst zu machen, diese offen zu legen um sie während des Forschungsprozesses greifbar zu haben und ihren Einfluss auf die Ergebnisse prüfen zu können (vgl. Mayring 2002: 30).

Folgende persönliche Vorannahmen konnten für die vorliegende Forschungsarbeit definiert werden und wurden regelmäßig herangezogen und geprüft:

- SeniorInnen profitieren durch das Angebot von „qualitätszeit“.
- Ihr Handlungsspielraum erweitert sich dadurch.
- SeniorInnen können besser an der digitalen Welt teilnehmen.
- Das Angebot von „qualitätszeit“ und der damit verbundene verbesserte Umgang mit digitalen Medien erhöht die Inklusion.
- Durch die Kosten für die Einzelcoachings steht das Angebot nicht allen Menschen offen.

6. Datenerhebung und Methode

Dieses Kapitel dient dazu, die verwendeten Forschungsmethoden genauer vorzustellen. Die Herangehensweise der qualitativen Evaluation soll dabei näher beleuchtet werden. Leitfadenorientierte ExpertInneninterviews wurden zur Generierung der Daten und offenes Kodieren zur Auswertung ebendieser verwendet.

6.1. Qualitative Evaluation

Wissenschaftliche Evaluation bzw. Evaluationsforschung wird als Prozess verstanden, bei dem „auf der Basis von Forschungsergebnissen in einem wissenschaftlichen Prozess durch sozialwissenschaftlich qualifizierte Evaluationsfachleute“ (Döring &

Bortz 2016: 977) Bewertungen vorgenommen werden. Die dafür verwendeten Daten werden in den meisten Fällen neu erhoben, manchmal wird dabei auf bereits erhobenes Datenmaterial zurückgegriffen (vgl. ebd.: 977f).

Ein **Evaluationsgegenstand** (die Initiative qualitätszeit) wird dabei mit sozialwissenschaftlichen Methoden anhand relevanter **Anspruchsgruppen** (den teilnehmenden SeniorInnen) und bestimmter **Evaluationskriterien** (Zufriedenheit, Erweiterung der Handlungsfähigkeiten, Lernbedürfnisse, gesellschaftliche Teilhabe) bewertet. (vgl. ebd.: 979f). Nach Döring und Bortz gibt es fünf unterschiedliche **Evaluationsfunktionen**, die eng miteinander zusammenhängen: Erkenntnisfunktion, Lern- und Dialogfunktion, Optimierungsfunktion, Entscheidungsfunktion und Legitimationsfunktion (vgl. ebd.: 987). Die vorliegende Untersuchung soll alle oben genannten Funktionen erfüllen. Die Evaluationsergebnisse sollen in der Praxis verwendet werden (**Evaluationennutzung**). Die Forschungsergebnisse der vorliegenden Arbeit sollen dabei einerseits in Form eines Evaluationsberichtes mit Praxisempfehlungen an alle Betroffenen übermittelt werden. Andererseits sollen „*die Bedeutung und die Konsequenzen der Evaluationsergebnisse mit den entsprechenden Stakeholdern diskutiert und Umsetzungsprozesse organisiert werden.*“ (ebd.: 989). So können die Ergebnisse dazu verwendet werden, sachgerechte Entscheidungen zu treffen und sinnvolle Veränderungen vorzunehmen (vgl. ebd.: 989).

Ein wichtiger Vorteil des Einsatzes qualitativer Methoden in der Evaluationsforschung wird darin gesehen, dass dadurch neue Phänomene erfasst werden können, die im Vorwissen des/der UntersuchungsleiterIn nicht vorhanden sind und daher in einem standardisierten Verfahren keinen Platz finden würden. So können bisher unbekannte Effekte, erwünschte oder unerwünschte Nebenfolgen von Interventionen/Maßnahmen erfasst werden (vgl. Kelle & Erzberger 2006: 287). Um Heterogenität in der Untersuchung zu gewährleisten, sollte eine große Anzahl von Fällen miteinbezogen werden, manchmal müssten sogar Vollerhebungen durchgeführt werden. Aufgrund erheblicher Ressourcenprobleme, die qualitative Methoden in der Evaluationsforschung nach sich ziehen, wurde in der vorliegenden Arbeit die Zahl der Interviews auf drei beschränkt (vgl. ebd.: 293).

6.2. Leitfadenorientiertes ExpertInneninterview

Für die Generierung der Daten wurden in der vorliegenden Arbeit leitfadenorientierte ExpertInneninterviews durchgeführt. Durch die Erstellung von Leitfäden lassen sich dafür zwar Themenbereiche definieren, die Fragen werden jedoch offengehalten. Dadurch steht den Befragten eine große Vielfalt an Antworten zur Verfügung und sie werden in ihrer Antwort nicht eingeengt (vgl. Froschauer & Lueger 2003: 76).

Menschen, die in einem bestimmten Feld über Wissen verfügen, das nicht für andere Personen zugänglich ist, können als ExpertInnen bezeichnet werden (vgl. Meuser & Nagel 2009: 37). Im Sinne einer „*rekonstruierenden Untersuchung*“, bei der soziale Situationen oder Prozesse zurückverfolgt werden sollen, geben ExpertInnen im Interview Wissen weiter, das sie aufgrund ihrer Beteiligung an einem Sachverhalt erworben haben (vgl. Gläser & Laudel 2006: 13).

Für die vorliegende Forschungsarbeit wurden zwei Interviews mit SeniorInnen durchgeführt, die bereits an Coachings von qualitätszeit teilgenommen haben. Ein drittes Interview wurde mit Daniela Weinholtz, einer der beiden GründerInnen von qualitätszeit, abgehalten. Alle interviewten Personen weisen spezielles Fach- bzw. Handlungswissen auf und können dadurch als ExpertInnen angesehen werden (vgl. Meuser & Nagel 2009, 73).

6.3. Auswertungsmethode

Zur Auswertung der detailgetreu transkribierten Interviews, wurde das Kodierparadigma nach Strauss & Corbin herangezogen.

In einer detaillierten Untersuchung des Datenmaterials, können durch offenes Kodieren Phänomene benannt und kategorisiert werden (vgl. Strauss & Corbin 1996: 44). Dazu werden „*die Daten in einzelne Teile aufgebrochen, gründlich untersucht, auf Ähnlichkeiten und Unterschiede hin verglichen und es werden Fragen über die Phänomene gestellt, wie sie sich in den Daten widerspiegeln*“ (ebd.: 44) Die Kategorien werden dabei nicht im Voraus festgelegt, sondern stammen aus dem Datenmaterial selbst (vgl. Froschauer & Lueger 2003: 163). Dadurch werden eigene und fremde Vorannahmen in Frage gestellt, was zu einer offenen Forschungshaltung führt und wodurch es zu neuen Erkenntnissen kommen kann (vgl. ebd.: 44).

7. Darstellung der Ergebnisse

7.1. Persönliche Einstellung und Bedeutung digitaler Medien und des Internets

Das Internet wird von beiden interviewten SeniorInnen im Allgemeinen als etwas definiert, das Menschen und unterschiedliche Vorgänge miteinander verbindet (vgl. I1, Z. 3-8; I2, Z. 5-6). Es konnten sowohl positive, als auch negative bzw. zwiespältige Aspekte ermittelt werden, welche im Folgenden genauer erläutert werden sollen.

7.1.1. Positive und negative Aspekte der Nutzung digitaler Medien

Von den SeniorInnen werden digitale Medien einerseits als positiv und nützlich beschrieben. Durch digitale Medien seien laut Herrn M. beispielsweise internationale Vernetzung und Austausch möglich. Die weltweite Vernetzung führe dazu, dass Informationen unabhängig von der Entfernung für jede/n unmittelbar zugänglich sind (vgl. I1, Z50-56). Ortsunabhängig kann schnell auf Informationen jeglicher Art zugegriffen werden (vgl. I1, Z. 8-10; I2, Z. 206-207). Herr M. nennt als Beispiel die direkte Vernetzung per Skype mit einer Berufskollegin in Australien, die Informationsbeschaffung bezüglich Reisen oder das Internetbanking (vgl. I1, Z. 317-327). Frau H. beschreibt als Vorteil der Nutzung digitaler Medien, dass sich dadurch ihre Mobilität erhöhen würde: „*dass es fein ist, weil ma mobil bleibt oder sich mobil machen kann*“. (I2, Z. 29-31). Auch ein bequemerer Kontakthalten sei durch digitale Medien möglich (vgl. I2, Z. 51-55), die Nutzung könne des Weiteren zur Entspannung beitragen (vgl. I2, Z. 42-43).

Andererseits finden sich auch etwas zwiespältige und negative Meinungen zum Thema Internet und digitale Medien. Wie bei jeder anderen neuen und bedeutenden Technologie, werden umwälzende Veränderungen vorgenommen, ohne die Konsequenzen abschätzen zu können (vgl. I1, Z. 16-23). Der Interviewpartner Herr M. vergleicht dies mit der „*Büchse der Pandora*“, wenn diese geöffnet wurde, „*kriegen Sie's nicht mehr rein.*“ (I1, Z. 32-33)

Frau H. sieht das Internet zwar „*als zusätzliche Wissensmöglichkeit ..., aber ansonsten, lieber nicht, Hände weg, würd ich sagen.*“ (I2, Z. 33-34) Sie hat ein großes Ruhebedürfnis, was sie durch digitale Medien gefährdet sieht und stellt eine große Gefahr der Abhängigkeit fest, vor der man sich und auch die Kinder in der Gesellschaft

schützen müsse (vgl. I2, Z. 21-26, Z. 35-46). Als Beispiel für eine bereits bestehende Abhängigkeit von digitalen Medien, sieht Frau H. die in Kapitel 2 erwähnten reinen Online-Dienste. Viele Freizeitangebote, wie Gondelfahrten oder Hüttenübernachtungen müsse man heutzutage schon im Vorhinein online buchen (vgl. I2, Z. 132-141), es sei *„heute gar nimma anders möglich, zu reisen oder wos, ma muss immerwieder alles übers Internet.“* (I2, Z13-14) Auch bei Herrn M. können zwiespältige Gefühle beobachtet werden. Im Vergleich zu der *„neuen, digitalen Welt“* sei ihm seine *„alte Welt lieber. ... Wo i mei Karteikarten ghabt hab und des gschriebn hab.“* (I1, Z. 313-315). Die zuvor postulierte Schnelligkeit der digitalen Medien bezweifelt er zu einem späteren Zeitpunkt, *„ich bin ma nicht sicher, ob ich teilweise wirklich mit der elektronischen Welt deswegen schneller bin.“* (I1, Z. 315-316)

Der Faktor Zeit spielt bezüglich der Nutzung digitaler Medien bei beiden interviewten SeniorInnen eine große Rolle. Beide wollen der Nutzung wenig Raum in ihrem Leben geben oder fürchten sich davor, dass zu viel Zeit davon eingenommen wird (vgl. I1, Z. 115-118). Herr M. bezeichnet dies, vor allem, wenn aufgrund eines kleinen Fehlers etwas nicht so funktioniert, wie erwünscht, als *„Zeitdiebstahl“*. Er vergleicht solche Situationen mit dem Film *„Momo“*, in dem *„die grauen Männer die Zeit stehlen.“* (I1, Z. 115-118)

Diese zweigespaltenen Gefühle werden in einer in Kapitel 4.1 erwähnten Studie des ÖIAT bestätigt. SeniorInnen haben größere Sorgen um ihre persönlichen Daten. Sie stehen daher Angeboten wie Online-Shopping sehr kritisch gegenüber (vgl. ÖIAT 2014: 15). Auch ein grundsätzliches Interesse von SeniorInnen an digitalen Technologien ließ sich im Rahmen der Studie feststellen. Es fehlen jedoch oft Anlaufstellen für offene Fragen außerhalb des familiären Umfeldes (vgl. ebd.: 21).

Eine gewisse positive Einstellung bzw. Offenheit gegenüber digitalen Medien ist wahrscheinlich Voraussetzung dafür, sich gegenüber neuen Entwicklungen nicht grundsätzlich zu verschließen. Grundsätzlich darf natürlich nicht davon ausgegangen werden, dass sich alle SeniorInnen mit digitalen Medien auseinandersetzen wollen (vgl. BMASK 2013, zit. in ÖIAT 2014: 17). Es müssen jedoch im Sinne einer Inklusion Möglichkeiten geschaffen werden, ältere Menschen in ihrer digitalen Kompetenz zu

stärken, „damit sie nicht aus gesellschaftlichen Partizipationsprozessen ausgeschlossen werden, die zunehmend medial ablaufen...“ (ebd.: 17).

7.1.2. Vergleich der Nutzung digitaler Medien durch Jung und Alt

Im Vergleich zu jüngeren Menschen, beschreiben beide InterviewpartnerInnen den Umgang mit digitalen Medien für SeniorInnen als schwer und kompliziert. „*I bewunder die Jugend, die schon damit aufwacht, die das noch leichter beherrschen.*“ (I2, Z. 260-261) Allein durch die höhere Fingerfertigkeit im Bedienen digitaler Geräte sieht Herr M. junge Menschen im Vorteil gegenüber SeniorInnen (vgl. I1, Z. 180-190).

Herr M. stellt die Gefahr fest, dass seine Generation in Sachen digitaler Medien „*abgehängt*“ wird. Nach seiner persönlichen Einschätzung sind mindestens 80 bis 85% seiner Generation nicht in der Lage, mit digitalen Medien selbstständig umzugehen (vgl. I1, Z. 175-177). Für jüngere Menschen sei Vieles selbstverständlich, was ältere Menschen erst mühevoll lernen müssten (vgl. I1, Z. 161-165). SeniorInnen fehle oft der „*ganzheitliche [...] systemische Überblick*“ bzw. das Grundwissen in Sachen digitaler Medien, wodurch es ihnen erschwert wird, schon einfache digitale Tätigkeiten, wie etwa das Öffnen des Browsers, ohne Hilfe durchzuführen (vgl. I1, Z. 257-260). Auch Frau H. gibt an, dass SeniorInnen, aufgrund häufigen Scheiterns an bereits einfachen Tätigkeiten, digitale Medien schnell „*verteufeln*“ würden (vgl. I2, Z. 261-262).

Eine Gefahr der Exklusion von SeniorInnen aus der digitalen Welt, lässt sich auch aus den eingangs erwähnten Daten der Statistik Austria erkennen: 99,0% der 25-34-Jährigen, jedoch nur 47% der 65-74-Jährigen nutzen das Internet (vgl. Statistik Austria 2015).

7.2. Lernbedürfnisse von SeniorInnen

Die SeniorInnen legen in den Interviews die Lernbedürfnisse ihrer Altersgruppe dar. Beide SeniorInnen betonen, dass es in ihrem Alter wichtig sei, sich neue Wissensinhalte ganz individuell und langsam anzueignen. Frau H. weist auf die besondere Bedeutung des Lernens im Laufe des Lebens hin. (vgl. I2, Z. 90, I1, Z. 495). Dementsprechend nennt die bereits in Kapitel 4.3 erwähnte EU-Strategie für nachhaltige Entwicklung „*lebenslanges Lernen*“ als einen Indikator für eine verbesserte gesellschaftliche Teilhabe (vgl. Eurostat, 2013). Wie bereits in Kapitel 2 erwähnt, bildet „*lebenslanges Lernen*“ auch in der österreichischen SeniorInnenpolitik

einen Schwerpunkt, der älteren Menschen einen gleichberechtigten Zugang zu Lernangeboten von hoher Qualität und Vielfalt und vielen Lernerfahrungen bieten soll (vgl. BMASK 2015).

Herr M. betont die Spezifität dieser Zielgruppe, *„die ein bestimmtes Problem haben und deren Denken in eine andere Richtung ist.“* (I1, Z. 266-267) In einem Vergleich mit der Entwicklungshilfe der 1980er Jahre in Afrika, die er über einen Freund gut kennengelernt hat, berichtet er: *„und die [EntwicklungshelferInnen] waren immer so fürchterlich enttäuscht, dass doch die Afrikaner das net gmacht haben, war wir ihnen so wertvolles und scheinbar so sinnvolles angeboten haben.“* (I1, Z. 272-274) Das Problem der Herangehensweise der EntwicklungshelferInnen der 80er Jahre sieht er darin, dass nicht bedacht wurde, dass die Wertigkeit von Lerninhalten nicht davon abhängig ist, *„was ich denke, was für den anderen gut ist, sondern des, was der andere für sich in seiner Welt für wichtig hält.“* (I1, Z. 275-277) Das Gleiche gilt seiner Einschätzung nach auch für SeniorInnen und digitale Medien: Neues Wissen könne nicht mechanistisch, nach den eigenen Denkmustern vermittelt werden, sondern müsse immer an die Lebenswelt von Menschen angepasst sein (vgl. I1, Z. 268-269, Z. 289-293). Herrn M.s Beobachtungen in der Entwicklungshilfe der 1980er Jahre, decken sich mit einem konzeptionellen Umdenken in Richtung Partizipation in der Entwicklungshilfe bzw. Entwicklungszusammenarbeit in ebendieser Zeit (vgl. Van der Sand 2009:7).

SeniorInnen fehle es weiters oft an emotionaler Erfahrung mit digitalen Medien und daher reagieren sie eher mit Angst und Abwehr (vgl. I1, Z. 587-590). Herr M. postuliert, dass neues Wissen mit emotionalen Erfahrungen verknüpft werden müsse um gut integriert zu werden, sonst gehe es schnell wieder verloren (vgl. I1, Z. 308-310). Wichtig sei dabei, dass neue Lerninhalte wiederholt werden und praktisch nutzbar sind, erst dann erlerne man Dinge nachhaltig (vgl. I2, Z. 438-440).

Die ermittelten Lernbedürfnisse von SeniorInnen decken sich auch mit den Erkenntnissen der in Kapitel 4.1 erwähnten Studie des ÖIAT. Vermittlungsangebote müssen realitätsnah gestaltet sein, so dass SeniorInnen einen Bezug zu ihrer Lebenswelt herstellen können. Neu Erlerntes sollte alltagstauglich sein und sich an aktuellen Herausforderungen orientieren. Erworbenes Wissen sollte in verschiedenen

Lebenssituationen sofort angewendet werden können und an Erfahrungen aus dem Langzeitgedächtnis angeknüpft werden. Dazu braucht es Maßnahmen, die sehr breit gefächert sind und die sehr variable Zielgruppe mit ihren unterschiedlichen Grundvoraussetzungen und Vorkenntnissen ansprechen (vgl. ÖIAT 2014: 5-6, vgl. mobi.senior.A 2015). Lebensweltorientierte Soziale Arbeit muss nach Hans Thiersch, in Anlehnung an die von ihm postulierte lebensweltorientierte Jugendhilfe, als „*Hilfe zur Selbsthilfe*“ strukturiert sein und soll innerhalb vorliegender Struktur, Verständnis- und Handlungsmustern, die „*individuellen, sozialen und politischen Ressourcen so stabilisieren, stärken und wecken, daß (sic!) Menschen sich in ihnen arrangieren, ja vielleicht Möglichkeiten finden, Geborgenheit, Kreativität, Sinn und Selbstbestimmung zu erfahren.*“ (Thiersch 2012: 21)

7.3. Zugang zu qualitätszeit

Die GründerInnen der Initiative qualitätszeit versuchen, wie in Kapitel 3.1 bereits erwähnt, den Zugang zu qualitätszeit niederschwellig zu halten. Termine können telefonisch, per Mail oder direkt im Ladenlokal vereinbart werden (vgl. Weinholtz 2016). Beide Interviewpersonen beschreiben den Erstkontakt zu qualitätszeit dementsprechend als unkompliziert (vgl. I1, Z. 495-497; vgl. I2, Z. 319-323, Z. 373-375).

Als Anlass ein Coaching bei qualitätszeit zu machen, sieht Frau H. den Neuerwerb eines Smartphones. Die Gegenstimme und Zweifel ihres erwachsenen Sohnes zum Smartphone-Kauf, „*na, des brauchst ja net*“ (I2, Z. 325-326), bestärkten Frau H. an ihrem Plan festzuhalten: „*Und des war der ausschlaggebende Grund! (lacht) Nix da!*“ (I2, Z. 326-237)

Um die von den GründerInnen der Initiative erwünschte Niederschwelligkeit zu prüfen, soll im Folgenden Niederschwelligkeit in ihren Umsetzungsdimensionen mit den Ergebnissen der Studie abgeglichen werden. Nach Mayrhofer lässt sich Niederschwelligkeit im Hinblick auf zeitliche, räumliche, sachliche und soziale Gegebenheiten untersuchen (vgl. Mayrhofer 2012: 160ff.).

qualitätszeit erfüllt die Bedingungen von zeitlicher Niederschwelligkeit nur bedingt. Die Öffnungszeiten des Ladenlokals sind begrenzt, durch Terminvereinbarungen müssen KundInnen eine hohe Zeitdisziplin aufweisen (vgl. Mayrhofer 2012: 160f). Zu den

Öffnungszeiten sind jedoch auch unabhängig von festgelegten Terminen, Coaches erreichbar, die bei dringenden Problemen weiterhelfen. Des Weiteren streichen SeniorInnen die zeitliche Verfügbarkeit des Angebotes von qualitätszeit im Vergleich zu anderen Angeboten, als besonders positiv hervor. qualitätszeit ist zum einen über das Ladenlokal räumlich gut zu erreichen und bietet zum anderen die Möglichkeit von Hausbesuchen an. Das Angebot kann daher in der räumlichen Dimension durchaus als niederschwellig bezeichnet werden (vgl. ebd.: 162). Die Angebote von qualitätszeit sind auf technische Probleme und Hilfestellungen begrenzt. Die genaueren Inhalte und Ziele der Coachings bestimmen allerdings die teilnehmenden SeniorInnen selbst. In sachlicher Dimension kann qualitätszeit auch als niederschwellig angesehen werden (vgl. ebd.: 166). Auch die Voraussetzungen für soziale Niederschwelligkeit erfüllt qualitätszeit nur bedingt. Die Möglichkeit zur Anonymität ist nicht gegeben, die Angebote sind jedoch freiwillig (vgl. ebd.: 171).

7.4. Bewertung der Coachings von qualitätszeit

Im Folgenden finden sich die Evaluationsergebnisse der vorliegenden Studie.

7.4.1. SeniorInnen als Zielgruppe?

Wie in Kapitel 3.2 bereits angesprochen, verzichtet qualitätszeit aufgrund von Schwierigkeiten in der Begriffsbestimmung darauf, die Zielgruppe von qualitätszeit genau zu definieren. Es wird mit Bildern gearbeitet, um die (überwiegend älteren) KundInnen anzusprechen. Frau H. kommt im Interview auf diese Unklarheit zu sprechen: „*i was net, was für a Altersgruppe sie anspricht?*“ (I2, Z. 386-387) Unabhängig der Frage ihrer eigenen Zugehörigkeit zur Zielgruppe, beschloss Frau H. bei ihrem ersten Besuch bei qualitätszeit selbstbewusst: „*I hob (lacht), i hob net gfragt ob sie mi überhaupt will (lacht), i bin halt dort gwesen. I bin hoit hingangen.*“ (I2, Z. 387-388)

Die Zielgruppe der SeniorInnen kann, wie in Kapitel 3.2 erwähnt, als heterogen bezeichnet werden. Da Altern ein sehr individueller Prozess ist, können gleichaltrige Menschen sehr unterschiedlich in ihrem Verhalten, ihren Einstellungen, Erfahrungen, Interessen und Bedürfnissen sein (vgl. Amann-Hechenberger, et.al. 2015: 7). Diese Unklarheiten, die sich bei qualitätszeit in einem Verzicht auf eine direkte Benennung

der Zielgruppe zeigen, sind scheinbar auch für die KundInnen spürbar. Frau H. fühlt sich aber dennoch in irgendeiner Form angesprochen, da sie das Angebot von qualitätszeit wahrnahm.

7.4.2. Vergleich mit anderen Angeboten

Vor den Einzelcoachings bei qualitätszeit haben beide SeniorInnen schon andere Kurse zum Thema Internet/digitale Medien besucht. Grundsätzlich zufrieden mit den Angeboten, gibt es jedoch einige Aspekte, die für die beiden gegen Gruppenkurse sprechen. Die eingeschränkte zeitliche Verfügbarkeit dieser Angebote und die große Gruppenanzahl entspreche nicht den oben erwähnten Lernbedürfnissen der beiden bzw. den von SeniorInnen im Allgemeinen. In Kursen mit festgelegten Lerninhalten werde umfangreiches Wissen vermittelt, das jedoch meist nicht unmittelbar anwendbar ist und daher schnell wieder vergessen wird. Auf individuelle Bedürfnisse könne in derartigen Kursen nicht genügend eingegangen werden. (vgl. I1, Z. 122-124, Z. 264-266, Z. 426-439, vgl. I2, Z.73-75, Z. 281-282, siehe dazu auch Kapitel 7.2). Kurse seien nach Herrn M. „*schon hilfreich*“, konnten ihm „*jetzt nicht bei dem Problem so helfen..., was ich eigentlich wollte*“ (I1, Z. 472-473) und daher eher für „*Leute wichtig, die generell a Grundwissen brauchen.*“ (I1, Z. 454-455)

Eine Abgrenzung zu anderen Angeboten sieht Weinholtz in der hohen Individualität des Angebots, im möglichst geringen Preis der Coachings und dem leichten Zugang zu qualitätszeit, der es gewährleisten soll, „*dass jeder und jede wirklich teilnehmen kann*“ (Weinholtz Z. 59-60, vgl. ebd.: Z. 57-62). Laut den KundInnen wird bei anderen Angeboten im Sinne einer klassischen Dienstleistung oft „*einfach nur ein Problem gelöst*“ (ebd.: Z.70). Qualitätszeit setze dagegen ganz auf Empowerment, die SeniorInnen sollen dazu befähigt werden, das Gelernte zuhause weiterzuführen (vgl. ebd.: Z. 67-74).

Im Zuge der Recherchen zum Forschungskontext der vorliegenden Arbeit konnten, wie in Kapitel 3.3 ersichtlich, eine Reihe vergleichbarer Angebote in Wien gefunden werden. Hauptsächlich handelt es sich dabei um Gruppenangebote zu bestimmten Themen. Eines dieser Angebote ist kostenlos, alle anderen Kurse sind kostenpflichtig. Bei dreien der Angebote können neben Kursen auch Einzelstunden vereinbart werden, wobei einmal kein Preis ersichtlich war und die anderen beiden Angebote mit 120€ für

zwei Mal 50 Minuten und 29€ für 30 Minuten (plus 5€ Fahrtkosten/exklusive Mehrwertsteuer) als erheblich teurer eingestuft werden können als die Einzelcoachings bei qualitätszeit. Eine Besonderheit bildet das Angebot vom Computerkurs Margareten, wo SeniorInnen voneinander lernen können.

7.4.3. Zufriedenheit mit den Coachings bei qualitätszeit

Im Vergleich mit diesen Gruppenangeboten empfinden beide SeniorInnen die Coachings bei qualitätszeit als für sich passender. Individuelle Lernbedürfnisse können dabei maßgeschneidert abgedeckt werden (vgl. I1, Z. 118-121, Z. 449-450, Z. 471-473; vgl. I2, Z. 67-69, Z. 77). „*Da geht ma kurz hin und fragt was man braucht und fertig.*“ (I2, Z. 399-400) Die individuelle Terminvereinbarung bei qualitätszeit sehen beide als Vorteil (vgl. I1, Z. 483-489; I2, Z. 194). Für Frau H. sind die räumliche Nähe zum Geschäftslokal (vgl. I2, Z. 66-68, Z. 197) sowie die Professionalität der Coachings (vgl. I2, Z. 430) weitere Pluspunkte. Die Atmosphäre während der Coachings beschreibt Frau H. als vertrauensvoll und familiär: „*Des hab i im Gschäft net. Des ist wie privat!*“ (I2, Z. 404) Es sei des Weiteren leichter, sich fremden Menschen anzuvertrauen, als Freunden oder Familie (vgl. I2, Z. 525-527). Feedback, dass die beiden GründerInnen häufig bekommen, bezieht sich ebenfalls auf die „*lockere Atmosphäre*“, bei der es „*immer irgendeinen Schmäh*“ (Weinholtz, Z. 77) gebe. Weinholtz und Pesut sind darum bemüht, in ihrem Geschäftslokal ein „*Wohnzimmerflair*“ zu schaffen, wo sich die Menschen entspannen können und sich eine „*fast liebevolle, familiäre Atmosphäre*“ entwickeln würde (Weinholtz, Z. 79-80).

Das Angebot von qualitätszeit beschränkt sich laut Herrn M. nicht nur auf Internet oder Computer, sondern deckt eine breitere Vielfalt von technischen Fragen bzw. Bedürfnissen ab: „*dass i am Fernseher mei Fernsehprogramm aufrufen kann oder ... steuern kann. Ja? Wie hol i ma a App runter oder sowas, ja? Und des eben so, was net so immer in den Kursen kommt.*“ (I1, Z. 473-476)

Im Interview mit Frau H. kristallisiert sich ein Gender-Aspekt als bedeutend heraus. Bei ihrem ersten Besuch war Frau H. sehr positiv überrascht, als ihr Frau Weinholtz gegenüberstand. Im Vergleich zu ihrem Mann und Herren, die ihr früher bei technischen Problemen geholfen haben, ist Frau H. aufgefallen, „*dass ma als Frau*

andere Logiken hat, des hab i jetzt am Internet schon erkannt.“ (I2, Z. 104-105) Darum und aufgrund Frau Weinholtz`s „lieber und angenehmer Art“ (I2, Z. 438), ist Frau H. mit ihr als Coach sehr zufrieden. Um ihrer Zufriedenheit Ausdruck zu verleihen, erzählt Frau H. im Interview, dass sie schon zwei ihrer Bekannten zu qualitätszeit geschickt habe, die beide ebenfalls sehr zufrieden waren (vgl. I2, Z. 370-371). Da durch gesellschaftliche Geschlechter-Stereotype gerade (älteren) Frauen oft jegliche Technik-Kompetenz abgesprochen wird und diese somit oft schwer zu technischen Schulungen zu motivieren sind, sind Frauen als Trainerinnen für ebendiese Seniorinnen wahrscheinlich besonders ansprechend (vgl. mobi.senior.A 2012: 8).

7.4.4. Negative Aspekte bzw. Veränderungswünsche von qualitätszeit

Die Frage nach negativen Aspekten oder Veränderungswünschen an qualitätszeit verneinten beide InterviewpartnerInnen zunächst sehr vehement: *„Also Nachteile ... also seh ich überhaupt keine, ja? Nachteile seh ich gar keine.“ (I1, Z. 502-503) „Na, da wüsst i nix!“ (I2, Z. 370) Der Umgang mit Nachteilen kann bei den InterviewpartnerInnen als pragmatisch angesehen werden. Beide möchten sich nicht über das Angebot beschweren (vgl. I1, Z. 556-558, I2, Z. 377-379), „wenn einer das net mag, na dann geht er net hin.“ (I1, Z.557)*

Herr M. nennt jedoch nach genauerem Nachdenken eine Verbesserung der Vermittlungsstrategie als Veränderungswunsch. Als ein erstes Lernmotiv nennt er, sich etwas zeigen zu lassen, damit es danach funktioniert (vgl. I1, Z. 514-517). Ein zweiter wichtiger Lernschritt wäre, sich die Dinge so zeigen zu lassen *„dass möglichst viel davon hängen bleibt.“ (ebd.: Z. 518) Von Zeit zu Zeit passiere es ihm nach den Coachings, dass er trotzdem alleine nicht weiterkommt und dann seinen Coach anrufen muss „wie so a Art, wie wenn i in Installateur kommen lass, der ma halt schnell amal mein tropfenden Wasserhahn macht. (ebd.: Z. 518-519) Man sei als KundIn dann auch leicht verleitet, einen Coach zu bitten, etwas zu reparieren und nicht selbst zu lernen, wie es selbst zukünftig repariert werden kann (I1, Z. 546-549). Herr M. sieht es daher als wichtig an, das Vermittlungskonzept genau im Auge zu behalten und immer wieder zu reflektieren, damit *„die Arbeit, die Mühe und des sehr menschliche, emotionale Engagement, dass da möglichst viel davon hängen bleibt.“ (I1, Z. 543-545)**

Grundsätzlich sieht Weinholtz, wie bereits oben erwähnt, das Empowerment der SeniorInnen als Besonderheit der Coachings von qualitätszeit. Gewünscht ist, die Menschen zu befähigen, Gelerntes zuhause weiter zu nutzen (vgl. Weinholtz, Z. 67-74). Als Verbesserungsmöglichkeit wäre vermehrt darauf zu achten, dass die TeilnehmerInnen Gelerntes mitschreiben und direkt ausprobieren. Erst dann würde sich meistens das Gelernte nachhaltig im Gedächtnis verankern (vgl. ebd.: 89-93). Herr M. bestätigt dies in der Frage nach einem spezifischen Lerninhalt: *„I hab mas aufgeschrieben und des kann i jetzt überhaupt.“* (I1, Z. 134)

Als mögliche Gründe für eine Nicht-Teilnahme nennen die interviewten SeniorInnen *„Faulheit“* (I2, Z. 384) den Intellekt der NutzerInnen bzw. die mangelnde *„Bereitschaft, sich auf was Neues einzulassen.“* (I1, 562-563)

Ein Verbesserungswunsch von qualitätszeit ist, laut Weinholtz, Schulungen auch kostenlos anbieten zu können, damit sie wirklich für möglichst viele Menschen zugänglich seien. Es sei qualitätszeit ein Anliegen, Coachings *„so kostengünstig wie möglich zu halten, dass jeder und jede wirklich teilnehmen kann.“* (Weinholtz, Z. 82-83). Wie in den Kapiteln 3.3 und 7.4.2 bereits erwähnt, sind vergleichbare Angebote zwar tatsächlich erheblich teurer, jedoch wurden die Preise für ein Coaching vom Zeitpunkt des Interviews im Jänner 2016 bis zum Fertigstellen der Forschungsarbeit im April 2017 von 35€ auf 39€ angehoben.

7.4.5. Veränderungen im Nutzverhalten durch Coachings

Durch die Coachings gelang es den beiden SeniorInnen Berührungängste in Bezug auf digitale Medien abzubauen: *„dass ich ein paar andere Sachen mach, die ich mi vorher net getraut hätt.“* (I1, Z. 103-104) *„... sonst würde ma sich nie trauen.“* (I2, Z. 184)

Ihr früheres Nutzverhalten vor den Coachings sieht Frau H. aus heutiger Perspektive als eingeschränkt: *„Naja, i hob zu wenig gekannt, ne.“* (I2, Z. 65) Nach den Coachings bei qualitätszeit hat sich Frau H.s Nutzverhalten stark erweitert. Sie nutzt digitale Medien etwa zur Informationsbeschaffung (z.B. über Theaterprogramme, Zeitungen, berühmte Persönlichkeiten, etc.) (vgl. ebd. Z. 84-89, Z. 115-116) oder zur Unterhaltung. Anstatt wie früher Karten zu spielen, *„catcht“* sie sich heute mit ihrem Mann, *„was er besser ist oder i“* (ebd. Z. 103-104), gemeinsam hätten sie *„da echt*

Spaß.“ (ebd. Z. 105-106; vgl. ebd. Z. 114-115). Die Nutzung zur Orientierung und Mobilität findet Frau H. für sich und ihren Mann am wichtigsten (vgl. ebd. Z. 117-129). Frau H., die große Unsicherheiten beim Kauf ihres neuen Smartphones empfand, welche durch die Beratung in den Coachings gelöst wurden, kauft heute selbstbestimmt digitale bzw. technische Geräte. So hat sie für ihre Enkel selbstständig und ohne weitere Beratung verschiedene digitale Geräte als Geschenke gekauft (vgl. I2, Z. 340-345, Z. 445-447, Z. 482-484). Als besonders bereichernd sieht Frau H. den Vorteil, mit ihrer Familie über digitale Geräte auf einer zusätzlichen Ebene in Kontakt zu bleiben. Ihre Enkelkinder schicken ihr beispielsweise Fotos, die sie mit der Unterwasserkamera geschossen haben oder sie überrascht ihren Sohn mit einem Foto eines Rosenstrauchs aus seinem Garten, der ihm vorher noch nie so richtig aufgefallen ist (vgl. ebd. Z. 484-487, Z. 347-353).

Frau H. ist sehr stolz auf ihr erlerntes Können in Bezug auf digitale Geräte und Medien. Fotos zu verschicken sei etwa ein erwünschtes Lernziel gewesen und dies sei im Gegensatz zu ihren Freundinnen, die teilweise erhebliche Schwierigkeiten damit hätten, für sie kein Problem mehr (vgl. ebd. Z. 504-509). Missgeschicke passieren ihr nur mehr ganz selten (vgl. ebd. Z. 527). Ein weiterer Lernerfolg sei die höhere Geschwindigkeit in der Informationsbeschaffung: *„wenn i über irgendwas mi informieren will, oder... bin i eigentlich jetzt schön langsam wirklich am schnellsten übers Internet.“* (I2, Z. 206-208) Frau H. fühlt sich durch ihr derzeitiges Nutzverhalten im Vorteil, vor allem wegen der auch oben genannten höheren Geschwindigkeit in der Informationsbeschaffung (vgl. I2, Z. 250-254). Bei Frau H. lässt sich eine Erhöhung ihres Selbstbewusstseins und eine Stärkung beobachten.

Auch Herr M.s Nutzung digitaler Medien wurde durch die Coachings vielseitiger. Schon seit längerer Zeit nutzt er E-Mails als Kommunikationsmedium (vgl. I1, Z. 225-229) und verschafft sich Informationen auf ihm bekannten Webseiten, wie Wikipedia oder PharmaWiki (vgl. ebd. 242-248). In den Coachings konnte er sein Wissen um hilfreiche Aspekte erweitern. So kann er heute etwa ein aus dem Internet heruntergeladenes Video schneiden und in eine Powerpoint-Präsentation einbinden (vgl. ebd. 128-131) oder Fotos in Photoshop bearbeiten (vgl. ebd. Z. 136-137). In den Coachings hat er sich des Weiteren erstmals mit dem Thema Datensicherung auseinandergesetzt (vgl.

ebd. Z. 138), das er eigentlich grundsätzlich als sehr wichtig empfindet. Herrn M. gelang es, im Zuge der Coachings, mit Hilfe von Google-Programmen seine technischen Geräte so zu vernetzen, dass er von überall aus auf die gleichen Dinge zugreifen kann. Das bereitet ihm einerseits Freude, andererseits zeigt er sich auch skeptisch bezüglich der Datensicherheit (vgl. ebd. Z. 146-159) Online Angebote wie Internetbanking werden von Herrn M. genutzt, E-Government Angebote allerdings aus mangelnden Vertrauen in die Sicherheit und der weiteren Nutzung der Daten nicht. Auch Facebook steht er skeptisch gegenüber: *„Also Facebook ist für mich ein typisches Beispiel, wo i an elektronischen Striptease mach und denk ich gwinn was dabei und gwinna tun bloß immer nur die anderen.“* (I1, Z. 372-374) Trotzdem scheint Facebook für Herrn. M. interessant zu sein, denn er überlegt sich, in seiner Pension unter einem Pseudonym anzumelden. Aus einem erhöhten Sicherheitsbedürfnis in der digitalen Welt, das sich bei SeniorInnen im Vergleich zu anderen Altersgruppen feststellen lässt, kann für Vermittlungsangebote geschlossen werden, dass das erhöhte Sicherheitsbewusstsein ernst genommen werden muss, versucht werden sollte, auf die Themen einzugehen und durch Aufklärung und fundierte Informationen Ängste zu nehmen (vgl. mobi.senior.A: 15).

Auch Herr M. sieht sich durch die Art, wie er digitale Medien und Geräte heute nutzt, *„eher im Vorteil, weil ich dadurch an Informationen schneller komme die ich sonst mühsamer recherchieren und erwerben müsste.“* (I1, Z. 396-397) Die Bedeutung, die er dabei den Coachings von qualitätszeit beimisst, kann als hoch eingestuft werden. *„Des hätt i ja vorher nie gekonnt... das wär net gegangen.“* (I1, Z. 135)

7.4.6. Weitere Lernziele

Beide interviewten SeniorInnen empfinden die Coachings bei qualitätszeit noch nicht als abgeschlossen. Frau H. möchte noch mehr lernen um digitale Medien noch weiter und umfassender nützen zu können (vgl. I2, Z. 65-66). Für Herrn M. ergeben sich aus beantworteten Fragen immer wieder neue Fragestellungen, *„weil wenn ich das eine Ding hab, ergeben sich automatisch neue Aspekte.“* (I1, Z. 612-616)

Weitere Lernziele für beide SeniorInnen sind lebenspraktische Dinge, wie etwa Fahrscheine für die öffentlichen Verkehrsmittel online zu kaufen (vgl. I1, Z. 156-159, I2, Z. 130-131). Herr M. möchte demnächst in seinen Coachings das Thema

Netzsicherheit behandeln. Ihn interessieren dabei die Möglichkeiten, wie er „*net gehackt werden kann oder so.*“ (I1, Z. 145) Ein weiteres großes Lernziel stellt für Herrn M. das Produzieren von Online-Inhalten dar. So möchte er beispielsweise lernen, wie er auf Webseiten, wie Wikipedia, die er als Konsument schon nützt, Inhalte beitragen kann (vgl. ebd. Z. 250-253). Videos selber zu schneiden und diese und andere Inhalte online zu stellen (vgl. ebd. 441-442, Z. 618-623) wären weitere wichtige Lernziele für Herrn. M.

Die Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass aufgrund der Vielfältigkeit digitaler Medien, eine längerfristige Begleitung von SeniorInnen sinnvoll wäre.

7.4.7. Erhöhung der digitalen Kompetenz?

Um abzuklären, ob es zu einer Erhöhung der digitalen Kompetenz der SeniorInnen durch die Teilnahme an den Coachings bei qualitätszeit gekommen ist, sollen folgend die Forschungsergebnisse mit den digitalen Kompetenzen aus Kapitel 4.2 abgeglichen werden. Durch den Besuch der Coachings sind die Bereiche Information und Kommunikation bei beiden besonders gut ausgebildet und werden sehr positiv hervorgehoben. Auch im Bereich Content Produktion lässt sich durch die Coachings eine Wissenserweiterung feststellen. Frau H. gelingt es, Fotos zu machen und ihren EnkelInnen und Kindern zu schicken. Herr M. kann Fotos bzw. Videos herunterladen, bearbeiten und neu einbetten. Das Produzieren von Online-Inhalten wird allerdings auch explizit als weiteres Lernziel genannt. Digitale Kompetenz in den Bereichen Sicherheit und Problemlösung ist bei den beiden SeniorInnen zum Zeitpunkt der Untersuchung sicher noch am wenigsten ausgeprägt. Netzsicherheit wird als zukünftiges Lernziel genannt und im Bereich Problemlösung lässt sich eine Tendenz feststellen, eher die Coaches heranzuziehen, als selber auszuprobieren. Zusammengefasst lässt sich somit sagen, dass durch die Coachings bei qualitätszeit die digitalen Kompetenzen in einigen Bereichen deutlich verstärkt wurden. In anderen Bereichen ist allerdings noch Entwicklungspotential vorhanden.

7.5. Exklusion/Inklusion und qualitätszeit

Als Veränderung, die die Initiative qualitätszeit im alltäglichen Leben von SeniorInnen hervorruft, sieht Weinholtz die Einbindung der SeniorInnen in die Community und die Vernetzung untereinander. Durch den Besuch von Coachings würden die SeniorInnen

regelmäßig rauskommen, ihre Coaches und auch andere SeniorInnen treffen. Als weiterer positiver Aspekt lasse sich eine geübtere Handhabung von digitalen Geräten und Medien erkennen. Die SeniorInnen würden, auch wenn sie anfangs durch Verwandte „*zwangsbeglückt*“ wurden, durch die Coachings merken „*Ah, da gibt's einen echten Nutzen für mich und einen Mehrwert in meinem alltäglichen Leben.*“ (Weinholtz, Z. 104-112) Auch die beiden interviewten SeniorInnen stellen eine Verbesserung ihres Umgangs mit digitalen Medien und Geräten fest. Herr M. könne beispielsweise „*manche Dinge ... geübter handeln.*“ (I1, Z. 602-603)

Einen weiteren Aspekt, wie die kompetente Nutzung digitaler Medien zur Inklusion von SeniorInnen beitragen kann, sieht Weinholtz darin, dass sie „*nicht so außen vor sind ... oder nicht so hinten nach*“. SeniorInnen seien durch erhöhte digitale Kompetenz in der Lage, mitzureden: „*also der Klassiker ist, dass wir oft hören auf Familienfeiern, wo eben grad Jung und Alt zusammenkommen. Dann reden sie halt irgendwie natürlich über Handy, über WhatsApp ... und dann sind sie halt wieder aktiv dabei.*“ (Weinholtz, Z. 120-122) Nach Weinholtz verändere sich durch digitale Medien die Art, wie und über was kommuniziert wird. Auch in der Informationsbeschaffung habe es durch digitale Medien starke Veränderungen gegeben. Zu brisanten Themen, wie etwa der Bundespräsidentenwahl 2016, ließe sich aus digitalen Medien gezielter und viel schneller Informationen ermitteln, als es früher aus Zeitung oder Fernsehen möglich gewesen sei (vgl. ebd. Z. 123-126).

Auch die beiden SeniorInnen beschreiben, wie in Kapitel 7.1.1 bereits erwähnt, Veränderungen durch eine kompetentere Nutzung digitaler Medien, die auf eine Erhöhung ihrer Teilhabe an der Gesellschaft schließen lassen können. Beispiele für diese Veränderungen sind etwa in der weltweiten Vernetzung und einem schnellen Zugang zu Informationen (vgl. I1, Z. 8-10, Z. 50-56; I2, Z. 206-207), in einer Erhöhung der Mobilität (vgl. I2, Z. 29-31) oder einem bequemerem Kontakthalten (I2, Z. 51-55) zu sehen.

Herr M. sieht SeniorInnen schon bezüglich ihrer körperlichen Ausstattung (z.B. Sehvermögen, Fingerfertigkeit, etc.) als gefährdet, von der digitalen Welt ausgeschlossen zu sein. Bei Smartphones wäre alleine die Größe der Tasten bzw. Icons oft nicht altersgerecht (vgl. I1, Z. 569-571). Die Ausstattung von digitalen Geräten

so zu gestalten, dass sie auch für ältere Menschen gut handhabbar sind, sieht Herr M. als wichtigen Entwicklungsschritt (vgl. I1, Z. 569-583).

Nicht an der digitalen Welt teilnehmen zu können führe dazu, dass weniger Informationen zur Verfügung stehen (vgl. I1, Z. 576-577). Werden SeniorInnen nicht ausreichend in die digitale Welt eingebunden, seien sie manipulierbarer. Die digitalen Medien kompetent nutzen zu können halte die Autonomie von älteren Menschen aufrecht (vgl. ebd.: Z. 593-596). Im Vergleich zu jüngeren Menschen, seien SeniorInnen oft „Lichtjahre“ von einer alltäglichen und selbstverständlichen Nutzung digitaler Medien entfernt. Angesichts der Gefahr einer Exklusion aus der digitalen Welt sieht Herr M. „*qualitätszeit in der Lage ... ne extrem wichtige Lücke ... zumindest zu bearbeiten.*“ (I1, Z. 168-169) Auch Frau H. beschreibt die Arbeit von *qualitätszeit* als wichtig und äußert im Interview ihre Sorge bezüglich eines weiteren Bestehens von *qualitätszeit* (I2, Z. 415-419)

Digitale Medien sind in der heutigen Gesellschaft allgegenwärtig und haben daher auch im Rahmen der Bildung große Bedeutung (vgl. Lerche 2010: 87). Soziale Arbeit in ihrer Bildungsfunktion hat die traditionelle Zuständigkeit, Individuen zur Mündigkeit und zur gesellschaftlichen Beteiligung zu befähigen. So ist sie einerseits für die Vermittlung von Medienkompetenz zuständig und andererseits für die „*Bearbeitung entwicklungshemmender Strukturen ..., um Bildung allen Menschen gleichermaßen zugänglich zu machen und Exklusion aufgrund mangelnder (Medien-) Bildungschancen zu vermeiden.*“ (ebd.: 91) Im Sinne des lebenslangen Lernens ist darauf zu achten, dass Angebote und Leistungen zur Vermittlung von praktischem und theoretischem Wissen für unterschiedliche AdressantInnengruppen ausgerichtet sind.

8. Resümee und Ausblick auf die Soziale Arbeit

Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse der vorliegenden Forschungsarbeit zusammengefasst. Außerdem sollen wichtige Erkenntnisse für den Fachbereich der Sozialen Arbeit ausgearbeitet werden.

Die interviewten SeniorInnen stehen dem Internet und digitalen Medien grundsätzlich offen gegenüber. Neben bedeutenden Vorteilen digitaler Medien, finden sich eine ganze Reihe zwiespältiger bzw. negativer Gesichtspunkte sowie eine gewisse Angst

vor nicht abschätzbaren Folgen. Bei beiden SeniorInnen ist eine starke Verbundenheit mit ihrer „alten Welt“, eine große Sehnsucht nach Ruhe und sinnvoller Nutzung vorhandener Zeit spürbar. Aber auch der Wille, mit neuen technischen Entwicklungen mitzugehen, ist deutlich wahrnehmbar.

Ältere Menschen sind laut den beiden SeniorInnen eher gefährdet von der digitalen Welt ausgeschlossen zu sein, als junge Menschen. Aufgrund des fehlenden Basiswissens und Überblicks sowie einer gewissen Angst und Skepsis, sei es für SeniorInnen viel schwieriger, mit digitalen Medien selbstständig umzugehen.

In den Interviews kristallisiert sich eine besondere Bedeutung des Lernens für die SeniorInnen heraus. „Lebenslanges Lernen“ wird dementsprechend auch sozialpolitisch von verschiedenen Seiten als bedeutend für eine gesellschaftliche Teilhabe genannt (vgl. Eurostat 2013; vgl. BMASK 2015). Lernen für SeniorInnen sollte laut den befragten SeniorInnen unter anderem individuell und langsam mit genügend Wiederholungen stattfinden. Das Schaffen von emotionalen Erfahrungen und ein Bezug zur eigenen Lebenswelt sind dabei wichtig. Lerninhalte müssen realitätsnah, praktisch und anwendbar sein.

Die interviewten SeniorInnen beschreiben den Zugang zu Qualitätszeit als unkompliziert. Telefonisch oder direkt im Ladenlokal wurde ein für sie passender Termin vereinbart. In der negativen Haltung von Frau M.s Sohn wird eine gesellschaftliche Einstellung zur Nutzung digitaler Medien durch ältere Menschen ersichtlich. Sich dem zu widersetzen und trotzdem an der digitalen Welt teilzunehmen braucht großes Selbstbewusstsein. Die Angebote von Qualitätszeit können im Hinblick auf die in Kapitel 7.3 näher ausgeführte Definition von Niederschwelligkeit teilweise als niederschwellig bezeichnet werden. Eine wichtige Komponente, die die Niederschwelligkeit der Angebote stark einschränkt, sind allerdings die Kosten der Coachings.

Die Zufriedenheit der beiden SeniorInnen kann aufgrund der erhobenen Daten als hoch eingestuft werden. Es wird eine Vielzahl an positiven Aspekten der Coachings genannt. Die von der Gründerin genannten Vorteile der Coachings von Qualitätszeit, wie etwa das individuelle Angebot oder das Empowerment durch die Coachings,

decken sich Großteils mit jenen der SeniorInnen. Eine große Rolle scheint neben den inhaltlichen Vorteilen auch die persönliche Beziehung zwischen Coach und KundIn zu spielen. Aufgrund unterschiedlicher Lernstrategien von Männern und Frauen, empfindet die befragte Seniorin Frauen als Trainerinnen im technischen Bereich als besonderen Vorteil.

Die Frage nach Nachteilen der Coachings bei Qualitätszeit wird zunächst vehement verneint, woraus sich allgemein auf den Umgang mit negativen Aspekten der beiden SeniorInnen schließen lässt, welcher als pragmatisch bezeichnet werden kann. In weiterer Folge wird eine Verbesserung der Vermittlungsstrategie genannt, die auch von der Gründerin Daniela Weinholtz als wesentlicher Punkt erachtet wird, der ständig im Auge behalten und angepasst werden muss. Auffällig ist, dass von den beiden SeniorInnen als Zugangsbarrieren lediglich Gründe persönlichen Unvermögens oder Unwillens genannt werden. Weinholtz sieht jedoch als wichtige Zugangsbarriere die Kosten der Einzelcoachings. Wäre es finanziell bzw. förderungstechnisch möglich, würde Qualitätszeit im Sinne der Inklusion die Kosten noch weiter senken bzw. die Coachings gratis anbieten. Der Preis der Coachings stellt folglich wie oben erwähnt in Hinblick auf die Niederschwelligkeit, aber auch bezüglich des Inklusionscharakters der Angebote eine Einschränkung dar. Auch die Kosten für einen Zugang zur digitalen Welt (Internetanschluss, Endgerät wie Computer oder Smartphone) können einen Exklusionsgrund darstellen.

Betrachtet man die Veränderungen im Nutzungsverhalten der SeniorInnen, so können diese als vielfältig bezeichnet werden. Im Allgemeinen konnten Berührungängste durch die Coachings abgebaut werden und es lässt sich eine starke Erweiterung des Nutzverhaltens beobachten. Qualitätszeit wird dabei eine hohe Bedeutung beigemessen. SeniorInnen empfinden die Angebote von Qualitätszeit im Hinblick auf ihre Einbindung in die digitale Welt als sehr hilfreich. Wie auch als persönliche Vorannahme eingangs festgehalten, lässt sich aus den Forschungsergebnissen ableiten, dass die befragten SeniorInnen durch die Coachings profitieren und sich ihr Handlungsspielraum stark erweitert.

In Bezug auf E-Government-Angebote und Social Media-Angebote ist eine weiterhin kritische Einstellung zu erkennen. Vermittlungsangebote müssen das erhöhte

Sicherheitsbedürfnis von SeniorInnen in der digitalen Welt ernst nehmen und durch Aufklärung und fundierte Informationen Ängste nehmen.

Die SeniorInnen empfinden die Coachings noch nicht als abgeschlossen, beide nennen eine Reihe weiterer Lernziele. Eine längerfristige Begleitung von SeniorInnen in Bezug auf digitale Medien kann aufgrund des sehr komplexen Themenbereichs und der besonderen Lernbedürfnisse älterer Menschen somit als sinnvoll erachtet werden.

Die digitale Kompetenz der beiden SeniorInnen konnte durch die Coachings bei qualitätszeit in einigen Bereichen deutlich gesteigert werden. Andere Bereiche zeigen noch Entwicklungspotential, werden allerdings auch als weitere Lernziele genannt.

Der Besuch von Coachings im Bereich digitaler Medien, wie jene von qualitätszeit, kann meines Erachtens zur Inklusion von SeniorInnen beitragen. Wie die Forschungsergebnisse zeigen, hat die kompetente Benutzung digitaler Medien zahlreiche Vorteile im alltäglichen Leben von älteren Menschen. Beide SeniorInnen fühlen sich durch die Art, wie sie heute digitale Medien benutzen im Vorteil gegenüber ihrem früheren Nutzverhalten, was zu einer Stärkung und Erhöhung der Autonomie geführt hat. SeniorInnen bleiben am Puls der Zeit und können bei vielen Themen wieder mitreden. Es kann als Aufgabe der sozialen Arbeit in ihrer Bildungsfunktion erachtet werden, Menschen in ihrer Mündigkeit zu unterstützen und zur gesellschaftlichen Beteiligung in der digitalen Welt zu befähigen (vgl. Lerche 2010: 87ff.).

Mithilfe der ermittelten Daten soll abschließend zusammengefasst werden, welche Kriterien für Bildungsangebote zu digitalen Medien bedeutend sind und welche Verantwortung die Soziale Arbeit dabei trägt.

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass SeniorInnen in Bezug auf digitale Medien ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis haben. Es wird also eine grundlegende Aufgabe sein, Angebote zu schaffen, die älteren Menschen zu einer positiven emotionalen Bindung verhelfen und durch welche vorhandene Ängste abgebaut werden können. Gruppenkurse sind eine gute Möglichkeit um sich Basiswissen anzueignen. Das gezielte Eingehen auf individuelle Bedürfnisse braucht jedoch Angebote wie die Coachings von qualitätszeit. Die ermittelten Daten weisen auf eine gesellschaftliche

Notwendigkeit hin, mehr vergleichbare Angebote zu schaffen. Diese müssen auf die speziellen Lernbedürfnisse von SeniorInnen abgestimmt und bestenfalls im Sinne der Inklusion kostenlos sein. Damit auch ältere Menschen mit der technischen Entwicklung mithalten können, braucht es daher staatliche Förderungen für Einrichtungen zur Erhöhung der digitalen Kompetenz von SeniorInnen. Darauf weisen auch die Ergebnisse des ÖIAT hin: *„Der wichtigste Grundsatz für politische Maßnahmen ist die Förderung lokaler bzw. regionaler Initiativen. Diese sollten idealerweise von einer Kampagne begleitet werden, die älteren Menschen Mut macht, sich auf die digitale Welt einzulassen.“* (ÖIAT 2014: 84) Neben konventionellen Angeboten, wie Gruppenkursen und Einzelcoachings, bieten Ideen wie generationenübergreifendes Lernen oder Peer-Lernen interessante Aspekte. Auch auf eine gendergerechte Vermittlung muss geachtet werden, insbesondere was die TrainerInnenzusammenstellung betrifft. Zur Gestaltung von Vermittlungsangeboten im Bereich digitaler Medien ließen sich einige grundlegende Aspekte der Sozialen Arbeit herausarbeiten. Wissen sollte nicht von oben herab aufgedrängt, sondern an die Lebenswelt der SeniorInnen angepasst vermittelt werden. SeniorInnen müssen als ExpertInnen für ihre eigene Lebenswelt wahrgenommen und akzeptiert werden.

Eine weitere Gefahr der Exklusion ergibt sich aus den Kosten und der mangelnden Bedienungsfreundlichkeit digitaler Geräte. Digitale Geräte sollten kostengünstig so designt werden, dass auch ältere Menschen diese zufriedenstellend nutzen können. Dazu braucht es Maßnahmen, die sehr breit gefächert sind und die sehr variable Zielgruppe mit ihren unterschiedlichen Grundvoraussetzungen und Vorkenntnissen ansprechen (vgl. ÖIAT 2014: 5-6).

9. Quellenverzeichnis

9.1. Literaturverzeichnis

Amann-Hechenberger, B., Buchegger, B., Erharter, D., Fitz, B., Jungwirth, B., Kettinger, M., Knoll, B., Schwaninger, T., Xharo, E. (2015): Leitfaden: Bildungsangebote für Seniorinnen und Senioren zum Ausprobieren und Erlernen digitaler Medien (Smartphone, Tablet). Didaktische Szenarien und Beispiele für die Umsetzung.

Döring, N., Bortz J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Heidelberg. 5. Auflage.

Froschauer Ulrike & Lueger Manfred (2003): Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. Wien.

Gläser Jochen & Laudel Grit (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden.

Lamnek Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch, 5. Auflage, Basel.

Kelle, U., Erzberger, Ch. (2006): Stärken und Probleme qualitativer Evaluationsstudien – ein empirisches Beispiel aus der Jugendhilfeforschung. In: Flick, U. (Hg.): Qualitative Evaluationsforschung. Konzepte, Methoden, Umsetzungen. Reinbek bei Hamburg

Meuser Michael & Nagel Ulrike (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander/ Littig, Wolfgang/ Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das ExpertInneninterview. Theorie, Methode, Anwendung, 2. Auflage, Wiesbaden, 71 – 94.

Mayring Philipp (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung – eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5. Auflage, Weinheim und Basel.

Mayrhofer H. (2012): Niederschwelligkeit in der Sozialen Arbeit. Funktionen und Formen aus soziologischer Perspektive. Wiesbaden.

ÖIAT – Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation (2012): Von 80 auf 100 Prozent: Internet für alle ÖsterreicherInnen. Wien.

ÖIAT – Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation ÖIAT (2014): Studie. Maßnahmen für Senior/innen in der digitalen Welt. Im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz.

Strauss, A. & Corbin, J. (1996): Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim.

Thiersch, H. (2012): Lebensweltorientierte Soziale Arbeit. Aufgaben der Praxis im sozialen Wandel. Weinheim und München. 9. Auflage.

Van der Sand, K. (2009): Was ist aus der Armutsbekämpfung und Partizipation in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit geworden? In: Auslandsinformationen der Konrad Adenauer Stiftung; Ausgabe 11/2009, 7-19

9.2. Internetquellen

- BMASK (2015): Lebenslanges Lernen. Website. http://www.sozialministerium.at/site/Soziales/Seniorinnen_und_Senioren/Lebenslanges_Lernen/ [11.02.2016]
- BMUKK (2010): Informationserlass „Digitale Kompetenz an Österreichs Schulen“ im Rahmen der neuen IT-Strategie des bmukk „efit-21“. PDF. https://www.bmb.gv.at/schulen/efit21/web20/dig_erlass_20116.pdf?4du4y2 [18.07.2016]
- Eurostat (2013): Indikatoren für nachhaltige Entwicklung, Thema 3: Soziale Eingliederung. Website. <http://ec.europa.eu/eurostat/de/web/sdi/indicators/social-inclusion> [17.07.2016]
- Eurostat (2015): Sustainable Development Monitoring Reports. Website. <http://ec.europa.eu/eurostat/de/web/sdi/publications> [17.07.2016]
- Ilse Arlt Institut für soziale Inklusionsforschung (2013): Inklusion ist... Multiperspektivische Annäherungen an einen Begriff und seine Bedeutung. PDF. http://inclusion.fhstp.ac.at/downloads/Al_Inklusion2013.pdf [17.07.2016]
- Kurier (2015): Der Generationen-Klick. Website. <http://kurier.at/wirtschaft/karriere/der-generationen-klick/140.410.513> [8.07.2016]
- mobi.senior.A (2015): Leitfaden „Bildungsangebote für Seniorinnen und Senioren zum Ausprobieren und Erlernen digitaler Medien (Smartphone, Tablet) Didaktische Szenarien und Beispiele für die Umsetzung“. Website. <http://www.mobiseniora.at/links-downloads> [28.12.2016]
- Seniorkom (2016): Fit für die digitale Welt. Website. http://www.seniorkom.at/0/Content/article/_id27346 [18.07.2016]
- Moser, Michaela (2016): Projektvernissage Inklusion und Social Media. Website. <http://projektevernissage.fhstp.ac.at/wordpress/projekt-detail-2016/?projekt=25> [12.01.2017]
- qualitätszeit (2016): Unser Angebot. Website. <http://www.qualitaetszeit.at/> [07.01.2016]
- Statistik Austria (2015): Internetnutzerinnen und Internetnutzer 2015. Website. https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/073636.html [07.08.2016]

9.3. Daten

ExpertInneninterview mit dem Coaching-Nutzer Herr M. (I1)

ExpertInneninterview mit der Coaching-Nutzerin Frau H. (I2)

ExpertInneninterview mit der Gründerin von qualitätszeit Daniela Weinholtz

10. Anhang

10.1. Abkürzungsverzeichnis

App – Applikation, die auf Smartphones heruntergeladen werden kann

BMASK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

CSR – Cooperate Social Responsibility

DIGCOMP – European Digital Competence Framework for Citizens

E-Government – Electronic Government

EU – Europäische Union

IT – Informationstechnik

MA13 – Abteilung Bildung und außerschulische Jugendbetreuung der Stadt Wien

MUG – Verein für Medienarbeit und Generationen

ÖIAT – Österreichischen Instituts für angewandte Telekommunikation

VHS – Volkshochschule Wien

10.2. Leitfadeninterviews

10.2.1. Leitfadeninterview SeniorInnen

Begriffsdefinition/Allgemeines:

Woran denken Sie, wenn wir vom Internet reden?

Was ist ihre persönliche Meinung zum Internet?

Internetnutzung früher und heute:

Wie haben Sie das Internet vor den Coachings genutzt?

Wie benutzen Sie es heute?

Mit welchen Geräten benutzen Sie das Internet?

Welche Internetseiten nutzen Sie regelmäßig und warum?

Wo sehen Sie für sich persönlich die Vor- und Nachteile in der Nutzung des Internet?

Inwiefern fühlen Sie sich eingeschränkt/ im Vorteil durch ihr Nutzverhalten?
(gesellschaftliche Teilhabe?)

Erfahrungen aus dem Coaching/Nutzen des Coachings:

Haben Sie schon vor qualitätszeit Schulungen oder Kurse zum Internet besucht?

- Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie dort gemacht?

Warum haben Sie sich dazu entschlossen ein Coaching bei qualitätszeit zu machen?

Welche Vor- und Nachteile sehen Sie an den Coachings von qualitätszeit?

- Wie hilfreich empfinden Sie die Coachings von qualitätszeit? (Erweiterung der Handlungsspielräume? Erfüllte/unerfüllte Lernbedürfnisse?)

Was hat sich seit den Einzelcoachings bei qualitätszeit für Sie verändert?

- Wie wirken sich diese Veränderungen auf ihr alltägliches Leben aus?

10.2.2. Leitfadeninterview Gründerin qualitätszeit

Kannst du mir bitte die Initiative „qualitätszeit“ beschreiben?

Was ist die Zielgruppe von „qualitätszeit“?

Was sind die Ziele der Initiative?

Kannst du mir eine typische Stunde „qualitätszeit“ beschreiben?

Wird die Initiative evaluiert?

Wenn ja, mit welchen Methoden?

Was passiert mit den Ergebnissen?

Wenn nein, inwiefern ist eine Evaluation geplant?

Gibt es vergleichbare Angebote in Wien?

Wenn ja, wie unterscheiden sich diese?

Wo siehst du die Vorteile von den coachings bei qualitätszeit

Kannst du dir Verbesserungen der Initiative vorstellen? (z.B. bez. Niederschwelligkeit, Zugänglichkeit,...)?

Wie wird qualitätszeit finanziert?

Wie hoch sind die Kosten für die TeilnehmerInnen?

Inwiefern profitieren die TeilnehmerInnen der Coachings in ihrem alltäglichen Leben?

Inwiefern verbessert sich ihre gesellschaftliche Teilhabe?

10.3. Transkription Interview (Auszug)

I1 #00:00:02-9# Ja vielen Dank, dass Sie sich bereiterklärt habn mit mir dieses Interview zu führen. Meine erste Frage ist eher so a allgemeine Frage. Und zwar würd i Sie gern fragen, woran Sie denken, wenn wir vom Internet reden? Was kommt Ihnen da in den Sinn? #00:00:13-8#

B2 #00:00:13-8# Naja, es ist in erster Linie kulturell für mich auszuwerten oder überhaupt Informationen zu haben und da muss i nu einiges lernen bei der Daniela. des ist (unverständliches) jetzt hab i amoi mitn Telef, Handy angefangen und es san a de Enkelkinder sehr begeistert von diesem Handy Samsung. #00:00:33-8#

I1 #00:00:33-8# Super. #00:00:35-6#

B2 #00:00:35-6# (lacht) Aber in erster Linie muss ma natürlich schon immer wieder etwas Professionelles lernen, net nur, dass ma sich ana Sache ausliefert, sondern eben Vorteile haben kann. I bin jemand der sagt, braucht eher meine Ruhe und nicht das Internet (lacht). Aber trotzdem ist es heute gar nimma anders möglich zu reisen oder wos, ma muss immer wieder alles übers Internet. #00:01:06-2#

I1 #00:01:06-2# Ja, mhm. Sie meinen des is unabhkömmlich so in der heutigen Welt? #00:01:11-2#

B2 #00:01:11-2# Ja, relativ relativ. I man es is nur so, dass ma eher zur Bequemlichkeit des verwendet und nicht davon abhängig wird, das ist das wichtigste. #00:01:18-5#

I1 #00:01:18-5# Ja, ja. #00:01:18-6#

B2 #00:01:18-6# Und die Kinder auch diesbezüglich ermahnt. #00:01:21-5#

I1 #00:01:21-5# Mhm. Das finden Sie a wichtig, dass die Kinder, denen das a bewusst ist? #00:01:25-7#

B2 #00:01:25-7# Ja, i bin noch irgendwie an der Quelle, wie ma so sogt. Das a bissl zu beeinflussen, aber man muss sich trotzdem wehren, weil es nimmt scho sehr überhand, na? #00:01:40-8#

I1 #00:01:40-8# Was ist da ihr persönliche Meinung zum Thema Internet? #00:01:45-3#

B2 #00:01:45-3# Na, meine Meinung ist, dass es fein ist, weil ma mobil bleibt oder sich mobil machen kann. Fahrpläne etc. Also man ist natürlich mit alle möglichen Routen und ah i moch auch Stadtbesichtigungen und so a scho leidergottes braucht ma des a scho bald.

10.4. Auswertungsbeispiel (Auszug)

Passage	Konzept/Kategorie	Eigenschaft	Dimensionen	Memo
Naja, es ist in erster Linie kulturell für mich auszuwerten oder überhaupt Informationen zu haben	Definition Internet	Kulturell Informativ	Kulturell – nicht kulturell Informativ – nicht informativ	B2 definiert das Internet als etwas, das ihr Informationen und Kultur leichter zugänglich macht.
und da muss i nu einiges lernen bei der Daniela	Einschätzung eigene digitale Kompetenz	Defizit vorhanden	Viel – w enig Einiges – w eniges	Ein eigenes Defizit im Hinblick auf die eigene digitale Kompetenz w ird beschrieben.
des ist (unverständliches) jetzt hab i amoi mitn Telef, Handy angefangen und es san a de Enkelkinder sehr begeistert von diesem Handy Samsung.	Ressonanz auf Einstiegsgerät	Gut	Gut – schlecht Begeistert – nicht begeistert Erfreut – nicht erfreut	Auf das Einstiegsgerät, ein Smartphone bekam B2 gute Ressonanz.
Aber in erster Linie muss ma natürlich schon immer w ieder etwas Professionelles lernen , net nur, dass ma sich ana Sache ausliefert, sondern eben Vorteile haben kann .	Bedeutung des Lernens	Hoch	Wichtig – unwichtig Professionell – unprofessionell Ausgeliefert – nicht ausgeliefert	Professionelles Lernen wird von B2 als besonders bedeutend eingeschätzt. Durch die Entwicklung eigener Kompetenzen vermindere sich die Abhängigkeit zu anderen.
I bin jemand der sagt, braucht eher meine Ruhe und nicht das Internet (lacht).	Eigene Bedürfnisse Bewertung Internet Vergleich neue/alte Welt	Schafft Unruhe	Ruhe – Unruhe Gut – schlecht	B2 drückt ihr Bedürfnis nach Ruhe aus. Das Internet schafft Unruhe und wird deswegen eher negativ bew ertet.
Aber trotzdem ist es heute gar nimma anders möglich zu reisen oder wos, ma muss immer w ieder alles übers Internet.	Bedeutung Internet Bewertung Internet	Notwendig Abhängig sein	Notwendig – unnötig Reisen -nicht reisen Übers Internet – nicht übers Internet	Für bestimmte Angebote, wie etwa Reiseangebote, sieht B2 das Internet als unabhkömmlich.
Ja, relativ. I man es is nur so, dass ma eher zur Bequemlichkeit des verwendet und nicht davon abhängig wird, das ist das wichtigste.	Gefahren Internet Bewertung Internet	Macht abhängig	Abhängig – nicht abhängig Gefährlich – nicht gefährlich Bequem – unbequem	B2 betont die Gefahr einer Abhängigkeit durch das Internet.

10.5. Eidesstattliche Erklärung

Ich, Johanna Mayrwöger, geboren am 01.12.1982 in Gutau, erkläre,

1. dass ich diese Bachelorarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe,
2. dass ich meine Bachelorarbeit bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,

Wien, am 22.03.2017



Unterschrift