

Digitale Teilhabe von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten

Ergebnisse einer explorativen Stakeholderbefragung

„Gleichberechtigte digitale Teilhabe auch im Alter“ (DIWA 4.0, Teilprojekt 12)
Ein Projekt der Augsburger Volkshochschule e.V.

Summary: Die Kernergebnisse auf einen Blick!

Es braucht gezielte Formate, um Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zu erreichen!

Viele Angebote für Seniorinnen und Senioren erreichen Menschen mit Migrationsgeschichte nicht. Gründe dafür sind z. B. Sprachbarrieren oder eine fehlende kultursensible Ausrichtung der Angebote.

Kein ,one-size fit's all': Angebote sollten ressourcen- und bedarfsorientiert ausgerichtet sein.

Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten sind eine sehr heterogene Gruppe, u. a. hinsichtlich digitaler Kompetenzen, Bildungsstand, Deutschkenntnissen. Es braucht didaktische Methoden, die auf diese Heterogenität eingehen und die individuell vorhandenen Ressourcen stärken. Besonders häufig wählen Gesprächspartner 1:1 Formate.

Angebote zur digitalen Teilhabe müssen von Vertrauensarbeit begleitet sein.

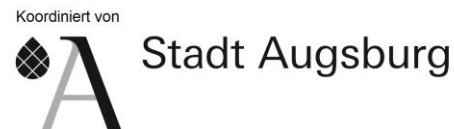
Die bloße Bereitstellung von Angeboten reicht nicht aus, um Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zu erreichen. Zentrale Erfolgsfaktoren sind der persönliche Kontakt und ein Vertrauensaufbau. Dabei spielen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine entscheidende Rolle – insbesondere solche, die den Menschen bereits bekannt sind und ihre Muttersprache sprechen.

Auf dem Weg zur digitalen Teilhabe ist noch viel zu tun!

Ängste, fehlende Selbstwirksamkeit, keine Angebote in der Muttersprache sind Gründe für Zurückhaltung gegenüber digitalen Medien. Bildungsangebote sollten auf diese Herausforderungen eingehen und Erfolgserlebnisse schaffen.

Wir danken unseren Interviewpartnerinnen und Interviewpartnern für Ihre Zeit und Perspektive!

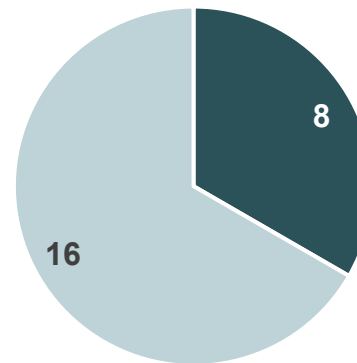
- Christian Wiedenmann, Fachstelle Seniorenarbeit der Stadt Augsburg
- Bernd Kloss, Kursleitung Augsburger Volkshochschule e.V.
- Katharina Kunze, Deutschland sicher im Netz e.V.
- Anna Vahl & Amelie Trossmann, Fachstelle:
Medienpädagogik Stadt Augsburg, Medienscouts Augsburg
- Fachstelle Wohnen und Technik, Seniorenamt Stadt Regensburg
- Rabia Mercimekoglu, Kultur- und Religionssensible Seniorenarbeit,
SmF Kempten e.V.
- Nurten Sertkaya, Nimet Saran-Durmus, INA – Interkulturelles Netz Altenhilfe



Zuerst zur Methodik – wer wurde befragt?

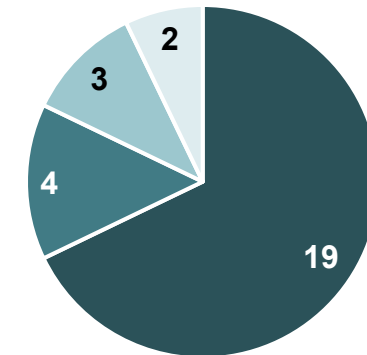
- Insgesamt wurden 24 qualitative Interviews geführt. Die Gespräche wurden von zwei erfahrenen Interviewern geführt und protokolliert.
- In acht Interviews konnten die Gesprächspersonen auf Erfahrungen mit Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zurückgreifen. Bei den Herkunftsländern überwiegen die Türkei und die Ukraine.
- Die befragten Personen sind überwiegend in sozialen Einrichtungen tätig, die Angebote für Seniorinnen und Senioren bereithalten. Ergänzend wurden Interessenvertretungen, Kursleitungen und Angehörige befragt.

Erfahrung



- Seniorinnen und Senioren mit Migrationsgeschichte (Drittstaaten)
- Seniorinnen und Senioren ohne Migrationsgeschichte

Perspektive



- Einrichtung
 - Kursleitung
 - Angehörige
 - Interessenvertretung
- (Mehrfachnennung möglich)

Formate

Was bieten die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner für Seniorinnen und Senioren an?

Bild: Kampus
Production

Beratung



Apps



Bild: Canva

Betreuung

Kurs



Bild: Augsburg vhs

Niedrigschwellige Veranstaltungen



Bild: mit
ChatGPT
generiert

- Die häufigsten Angebote sind **Beratungen**, in denen Fragen zu digitalen Medien im Vordergrund stehen. Aber auch Interviewpartnerinnen und –partner, die zu anderen Themen, z. B. Pflegestufen, beraten, sehen sich immer wieder mit Fragen zu digitalen Medien konfrontiert.
- Andere Einrichtungen bieten klassische **Kursformate** oder Workshops zum Umgang mit digitalen Medien an.
- Einige organisieren auch besonders **niedrigschwellige Veranstaltungen** z. B. ohne Anmeldung und in den Stadtteilen.
- Einzelne bieten **Betreuungsangebote** für Seniorinnen und Senioren mit Pflegestufe an – auch hier kommen Fragen zum Umgang mit digitalen Medien auf.
- Eine Person hat **Apps** für Seniorinnen und Senioren entwickelt.

Das häufig gewählte 1:1 Format geht individuell auf Fragen ein.

Smartphonesprechstunden, Digital Cafés oder Infomobile

Bild: Kampus Production



„Wir bieten ein gut besuchtes Digital Café an. Die Ehrenamtlichen vor Ort kommen oft aus dem technischen oder sozialen Bereich. Es sind peers, also Senioren aber auch Menschen mit Behinderung. Das führt zu Begegnungen, die ganz schön sind. Wir haben festgestellt, im Idealfall gibt es eine 1:1 Betreuung, sonst führt es schnell zu Frust. Also braucht es eine hohe Dichte an Ehrenamtlichen. Und es braucht eine Beständigkeit, also einen regelmäßigen Termin und dieselben Personen vor Ort. Die Leute sollten selbst Erfolge erzielen. Es ist ein Miteinander, hat Freizeitcharakter und ist auch gemütlich. Also es hat nicht so diesen Lerncharakter, sondern ist niedrigschwellig. Außerdem ist es räumlich leicht erreichbar. Wir stellen fest, dass die Vorkenntnisse sehr unterschiedlich sind, also eine sehr heterogene Gruppe.“

Auch informelle Lernsettings sollten mitgedacht werden.

	Im Vordergrund: Lernziel digitale Kompetenzen	Im Hintergrund: Lernziel digitale Kompetenzen
Einzelberatung	z. B. Sprechstunde der Medienscouts, Schwungfeder Internetcafé, ...	z. B. Seniorenfachberatung zu Wohnen, Pflege etc.
Gruppenangebot	z. B. vhs Kurs „Erste Schritte mit Ihrem Android-Smartphone“	z. B. Ina Frühstückstreff



Das macht deutlich: der Erwerb digitaler Kompetenzen passiert auch anlassbezogen an ganz unterschiedlichen Stellen in **informellen Lernsettings** (z. B. beim Frühstückstreff, bei der Beratungsstelle zur Wohnraumsuche, in der Familie etc.).

Wie gelingt es Seniorinnen und Senioren Medienkompetenzen zu vermitteln?

Die Interviewpartnerinnen und –partner beschreiben konkrete Erfolgsfaktoren.

„Man sollte es ihnen **praktisch** zeigen und vielleicht viermal **wiederholen**, das muss man für die Älteren.“

„Die größte Problematik ist, wenn es **nicht** gleich so funktioniert **wie erwartet**. Es ploppt z. B. was auf, da sind sie überfordert.“

„Unser Multiplikator ist um die 80, er hat eine wunderbare **Ruhe**. Jugendliche haben ggf. nicht so die Geduld.“

„Angebote müssen so einfach wie möglich sein. Schön einfach, **wenige Schritte**.“

„Die Person muss die **Motivation** der Zielgruppe erfassen und dort ansetzen. Die Angebote so gestalten, dass die Zielgruppe **performen** kann.“

Allgemeine Angebote für Seniorinnen und Senioren erreichen Personen aus Drittstaaten oft nicht.

„Wir haben sie mal zu einem Mittagstisch eingeladen mit deutschsprachigen Senioren, das nehmen sie nicht an.“

„Wir stellen fest, dass man schwer in bestehende Gemeinschaften reinkommt. Oft erhalten wir die Antwort ‚wir regeln das in unseren Netzwerken, kümmern uns selber‘.“

„Wir adressieren Senioren allgemein, das birgt natürlich die Gefahr, dass bestimmte Gruppen nicht erreicht werden.“

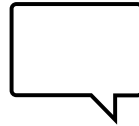
Es braucht also spezifischere Angebote für Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten.

„Wir machen kultursensible Seniorenarbeit und sind offen für alle Senioren. Dadurch haben wir einen besseren Zugang zu den Senioren mit Migrationsgeschichte.“

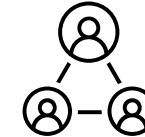
Wie sollten Angebote für Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten gestaltet sein?

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

Muttersprache



Soziale Aktivität



Niedrigschwelligkeit



Kooperation
auf Augenhöhe



In der Muttersprache

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

- Viele Interviewpartner betonen, dass Angebote, wenn möglich, in der Muttersprache stattfinden sollten. Die Sprachbarriere entfällt, Bedürfnisse können leichter geäußert werden und auch die Endgeräte sind in der Muttersprache eingestellt.
- Für Personen(-gruppen), die gerne Deutsch lernen, bieten sich auch Angebote in einfacher Sprache an.

„Die sprachliche Barriere fällt für uns weg bei den Türken, das ist sehr viel wert. Viele Frauen sind zwar lange hier, aber dadurch, dass der Mann gearbeitet hat. Sie fühlen sich im Defizit, wenn sie in der deutschen Sprache nicht so Herr sind. Es gibt auch Hemmungen Bedürfnisse zu äußern, das fällt bei uns weg. Es ist sehr wertvoll, dass sie das in ihrer eigenen Sprache äußern können.“

In Kombination mit einer sozialen Aktivität

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

Das Lernangebot sollte aus Sicht mehrerer Interviewpartner mit einer sozialen Aktivität verbunden werden, z. B. Baklava backen und währenddessen Interesse für Smartphone wecken.

„Interaktiv was zusammen machen, das fände ich eine gute Idee. Sowas wie ein Kochkurs und Handy, das könnte gehen.“



Bild: mit ChatGPT generiert

Möglichst niedrigschwelliger Zugang

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

Einige Interviewpartner weisen darauf hin, dass der Zugang zu Angeboten so niedrigschwellig (leicht und angenehm) wie möglich gestaltet werden sollte. Sie formulieren konkrete Anforderungen an Räume, Formalitäten und Multiplikatorinnen/Multiplikatoren.



Räumlichkeit



Kaum Formalitäten



Multiplikator/in

Sozialraumorientiert

Ohne Anmeldung

Muttersprache

Wohnortnah

Kostenfrei

Vertraute Person

Leicht erreichbar

Einzelberatung

Pädagogische Kompetenz

„Kennt man“

Kontinuität

Digitale Affinität

Kooperativ und auf Augenhöhe

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

Mehrere Interviewpartner betonen die Bedeutung der Beziehungsarbeit zu den Menschen direkt und die Zusammenarbeit mit migrantischen Communities, Kulturvereinen und Religionsgemeinschaften.

„Man sollte das Projekt erstmal vorstellen und dann eine kurze Bildung zum Umgang mit digitalen Medien machen. Das heißt direkt besuchen und Beziehungsarbeit leisten, nicht über Technik (online) sondern persönlich. Sie brauchen einen regelmäßigen Kontakt, um die Beziehung aufzubauen.“

Besondere Bedeutung der Familie und enger Vertraute in eher kollektivistisch geprägten Kulturen.

Erfolgsfaktoren für Formate, die Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten erreichen sollen.

„Alter hat in der Türkei einen hohen Stellenwert. Es gilt der Gedanke ‚was du gibst, kriegst du zurück‘. Angehörige kümmern sich um ältere Angehörige („die Großen“).“

„Familiäre Strukturen sind z. B. bei türkischstämmigen Menschen anders. Die komplette Familie steht stramm, wenn jemand ins Krankenhaus kommt. Wir machen das als Familie, das läuft da anders. Strukturen sind da anders.“

„Aus Recherchen ist es so, dass organisiertes Ehrenamt, das aus Altruismus langfristig ausgeführt wird, das ist sehr auf Deutschland bezogen. Im Angelsächsischen gibt es volunteers, das ist eher projektbezogen. Aus der türkischen Community habe ich bisher gehört, da braucht es kein Ehrenamt, das machen Familien oder Freunde.“

Voraussetzungen für digitale Teilhabe

Mobile Endgeräte sind bei Seniorinnen und Senioren besonders verbreitet.



- Mobile Endgeräte, wie Smartphone und Tablet, sind bei Senioren verfügbar, so die Mehrheit der Interviewpartner. Dies wird sowohl für deutsche Senioren als auch für Senioren aus Drittstaaten so beschrieben.
- Ein Interviewpartner sieht eine zunehmende Verbreitung der Endgeräte bei der Zielgruppe: „Als 2018 mit den Kursen gestartet wurde, hatten deutlich weniger Senioren Endgeräte.“
- Dies mag auch daran liegen, dass die Endgeräte gern verschenkt werden: „Der erste Einstieg ist meist, man bekommt ein Gerät geschenkt. Das kann auch das abgelegte vom Enkel sein. Und dann sind irgendwann die Familienhelfer nicht mehr da oder sie sind zu ungeduldig.“

Der Zugang von Seniorinnen und Senioren zu WLAN ist abhängig von der Wohnform.

- Die meisten Interviewpartner beschreiben, dass WLAN zuhause vorhanden ist und z.T. auch mobile Daten genutzt werden können.
- Bei der Unterbringung in Senioren- oder Asylheimen weisen einige Interviewpartner darauf hin, dass hier kein WLAN vorhanden sei.

Seniorenheim:

„Nein, **bisher gibt es kein WLAN**. Ich bekomme regelmäßig die Info von Bewohnenden: ‚wir brauchen WLAN hier‘.“

„Viele **Flüchtlingsunterkünfte haben kein WLAN**, wird nicht von der Stadt zur Verfügung gestellt. Diese Personen benutzen dann mobiles Internet.“

Messenger Dienste sind besonders hoch im Kurs.

Zur Mediennutzung von Seniorinnen und Senioren.

- Am häufigsten werden Messenger Dienste als konkrete Mediennutzung von Seniorinnen und Senioren beschrieben. Über die Dienste wird u. a. mit Familie und Freunden geschattet, (video-) telefoniert, Standorte und Fotos werden geteilt und Sprachnachrichten versendet. Ein Interviewpartner beschreibt diesen Nutzungszweck als häufigen Grund, weshalb Angehörige mobile Endgeräte an Seniorinnen und Senioren verschenken.
- Weitere genannte Nutzungszwecke sind in der Wortwolke festgehalten.



Sehr individuelle Vorkenntnisse und Kompetenzniveaus



- Viele Gesprächspartner schätzen die Kompetenzen von Seniorinnen und Senioren mit denen sie zusammenarbeiten als grundlegend ein.
- Dabei betonen sie aber die Notwendigkeit einer **individuellen Betrachtung** und wollen die Gruppe nicht pauschal einem Kompetenzniveau zuweisen. Je nach biografischer Prägung sind sehr unterschiedliche Vorkenntnisse möglich.

Was ist an der Mediennutzung von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten spezifisch?

Hinweise auf spezifische Bedarfe von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten.

- In den Interviews haben wir über Seniorinnen und Senioren ohne Migrationsgeschichte und Seniorinnen und Senioren mit Migrationsgeschichte (aus Drittstaaten) gesprochen.
- An vielen Stellen sehen wir bei einem Vergleich der beiden Interviewgruppen ähnliche Ergebnisse (z. B. Aussagen über vorhandene Endgeräte oder Internetzugang).
- Und doch werden im Interviewmaterial auch spezifische Bedarfe von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten artikuliert.
- Hinweise auf eine spezifische Mediennutzung werden auf den nächsten Folien präsentiert.

Online Kontakt
ins Ausland halten

Kommunikation mit
Behörden

Apps unterstützen
bei Sprachbarrieren

Digitalisierung in
Deutschland vs.
Ausland

Online den Kontakt zu Familie und Freunden im Ausland halten.

Spezifischer Bedarf von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten.

- Mehrere Interviewpartner berichten davon, dass Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten Messenger Dienste und Social Media dazu nutzen, um den Kontakt zu Familie und Freunden im Herkunftsland zu halten.
- Einige verweisen auch darauf, dass Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zwischen Herkunftsland und Deutschland pendeln („Pendelmigration“). Über digitale Medien können sie den Kontakt ins jeweils andere Land halten.

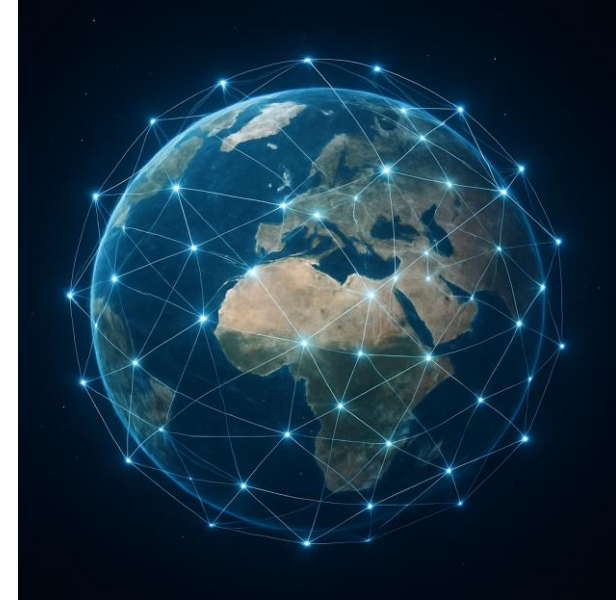


Bild: mit ChatGPT generiert

Wer viel mit Behörden zu tun hat, lässt sich digital unterstützen.

Spezifischer Bedarf von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten bei digitalen Kompetenzen.

- Ein besonderer Bedarf von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten resultiert aus dem häufigen Kontakt mit Behörden, z. B. Ausländerbehörde.
- Interviewpartner beschreiben, dass Terminvereinbarungen bei Behörden oder das Ausfüllen von Formularen digital abläuft und hier Unterstützung benötigt wird.
- Außerdem werden Übersetzerapps genutzt, um die Kommunikation mit Behörden zu unterstützen und Sprachbarrieren abzubauen. Trotzdem bleibt Unsicherheit, ob die Übersetzungen korrekt sind.

„Sie lassen sich z. B. etwas von Google oder ChatGPT übersetzen und haben Bedenken ist das sprachlich richtig. Es herrscht viel Unsicherheit, sie füllen Anträge aus, haben aber Angst was falsch zu machen und bringen sie mir zur Durchsicht.“

Deutschland hängt im Digitalisierungsgrad nach – Türkei und Ukraine scheinen weiter.

Spezifischer Bedarf von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten.

„Die Türkei ist weiter was Digitalisierung angeht als Deutschland, Parktickets löst man online, da ist die Türkei weiter.“

„Beim Thema Digitalisierung da ist die Ukraine weiter als Deutschland. Die Personen haben z. T. Ausweise auf den Smartphones. Die Behörden sind dort stärker digitalisiert. Und dadurch merke ich einen Unterschied zwischen den Kompetenzen der Geflüchteten aus der Ukraine und denen der Spätaussiedler, die hier seit 20-30 Jahren sind.“



Wer Erfahrungen mit digitalen Medien in mehreren Ländern gemacht hat, bringt ggf. andere Voraussetzungen mit bzw. sieht sich beim Aufenthalt im Herkunftsland mit digitalen Anwendungen konfrontiert, die aus dem Alltag in Deutschland unbekannt sind.

Haltung

Die Digitalisierung birgt Chancen und Risiken für Seniorinnen und Senioren.

	Chance	Risiko
Soziales	Soziale Teilhabe stärken (z. B. Online als Ergänzung zu persönlichem Kontakt oder als Ersatz wenn ein Treffen vor Ort nicht möglich ist)	Sorge vor weniger persönlichen Kontakten
Psychologische Aspekte	Psychologische Grundbedürfnisse (Autonomie, Kompetenz, Verbundenheit) stärken (z. B. Lieferdienst bei mobilen Einschränkungen)	Sorge vor negativer Stimmung (z. B. Mediensucht, übermäßiger Nachrichtenkonsum)
Zugang	Zugang zu Angeboten und Informationen, die nur online sind	Sorge davor, ohne ausreichende Medienkompetenz abgehängt zu werden
Sicherheit	Sicherheit im analogen Alltag: Sturzerkennung, Hilfe anrufen etc.	Sicherheitsrisiken im digitalen Alltag: Betrugsmaschen, Abofallen, Desinformation

Für die Mehrheit der Befragten überwiegen die Chancen digitaler Teilhabe.

„Gerade für Senioren sehe ich da viele Potenziale: sie sparen sich Wege, müssen nicht extra an den Bahnhof fahren, um Züge zu buchen oder können online Arzttermine ausmachen. Sie können mit Familienangehörigen in Kontakt bleiben. Eine Alexa hilft im Alltag – gibt z. B. Denksportaufgaben, erinnert daran Wasser zu trinken oder Medikamente einzunehmen. Das Smartphone gibt Senioren Sicherheit im Alltag – dass sie jemanden anrufen können, falls mal etwas passiert. Die SmartWatch hat eine integrierte Sturzerkennung die einen Notruf auslöst – das ist sehr interessant für viele Senioren. Allgemein haben insbesondere die medizinischen Anwendungen viel Potenzial: bspw. ein digitales Tagebuch für Diabetiker, das dem Arzt übermittelt werden kann.“

Zum Teil führen Sorgen der Gesprächspartner noch zu Zurückhaltung.

- Einzelne Gesprächspartner betrachten die digitale Teilhabe eher als „notwendiges Übel“ denn als Chance.
- Es sei zwar wichtig, dranzubleiben um nicht von der Zeit überrollt und abgehängt zu werden, doch es werden noch viele Risiken gesehen.
- Außerdem wird der Umgang mit digitalen Medien nicht allen Seniorinnen und Senioren zugetraut.

Und was hält Seniorinnen und Senioren davon ab, digitale Medien zu nutzen?

Überforderung
Praktischer Nutzen unklar
fehlende Hilfe
Medienkompetenzen
Gefühl der Bevormundung
keine Hilfsangebote in der Muttersprache
fehlende Selbstwirksamkeit
Schnellebige technische Entwicklung
Sehsinn im Alter
Ängste
Bildungsgrad

„Bisher haben einige Endgeräte und Anwendungen noch nicht gebraucht – aber langsam nimmt der Druck zu – bspw. können Arzttermine häufig nur über Doctolib am Smartphone gebucht werden. ‚Ich muss jetzt.‘“

Es braucht also eine sinnhafte Rahmung.

„Bei vielen kommt die Lust auf's Lernen erst, wenn sie merken welche Vorteile digitale Anwendungen für sie hätten.““

„Ich sehe unendlich hohes Potenzial, wenn es sinnhaft ist. (...) Das muss man gut auswählen, denn es gibt viele Sachen z. B. auf der Pflegemesse in Nürnberg. Darunter sind auch komische kommerzielle Angebote, dahinter stehen Geschäftsmodelle mit hohen Margen. Man muss genau schauen, was davon kann man gezielt einsetzen.“

Fazit & Schlussfolgerungen

Und nun? Was wir für unser Projekt ableiten:

1

Die Auswahl passender Multiplikatorinnen und Multiplikatoren ist der Schlüssel, um die digitale Teilhabe von Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zu stärken.

2

Angebote für digitale Teilhabe sollten in der Muttersprache, niedrigschwellig, individuell sein. Informelle Lernsettings sollten mitgedacht werden.

3

Netzwerkarbeit und Kontakt zu Personen mit persönlichem Bezug zur Zielgruppe sind wichtig, um Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten zu erreichen.

4

Die Zielgruppe unterscheidet sich stark, u. a. hinsichtlich formalem Bildungsgrad, Interessen, Selbstwirksamkeit und Deutschkenntnissen.

5

Die Zielgruppe ist online. Kenntnisse, Auffassungsgabe und Fähigkeiten sollten nicht unterschätzt werden.

Und Sie? So können Sie sich engagieren:

Wir suchen Sie, wenn Sie

- Türkisch, Ukrainisch, Bosnisch/Serbisch/Kroatisch oder Russisch sprechen
- und Lust haben, Seniorinnen und Senioren aus Drittstaaten in der digitalen Welt zu begleiten.

Sprechen Sie uns an, wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!



Kristina Kießlich
diwa@vhs-augsburg.de



Monica Hochbauer