Beiträge aus der Forschung

Band 198

sfs
tu dortmund
sozial
forschungs
stelle
dortmund

Bastian Pelka,
Projektgruppe Projektgruppe Get Online Week Dortmund 2017

Get Online Week 2017 Eine Woche zur Verbesserung der digitalen Teilhabe in Dortmund

Autorinnen der Projektgruppe:
Julia Ackermann, Milana Busch, Mira Demhold, Sophie Dietz, Anna Grabowski, Kirsten Klute, Katrin Krenz, Sarah Ruberg, Katharina Schäfsmeier, Marie Westecker

Dortmund 2017

technische universität dortmund

Vorwort Dr. Bastian Pelka

Der vorliegende Band der „Beiträge aus der Forschung“ ist erneut das Produkt eines Lehrprojektes an der TU Dortmund. Im Wintersemester 2016/17 und Sommersemester 2017 haben zehn Studentinnen im Studiengang „Rehabilitationspädagogik“ an der Fakultät für Rehabilitationswissenschaften gemeinsam mit mir die „Get Online Week - Dortmund 2017“ vorbereitet, durchgeführt und wissenschaftlich evaluiert. Dieser Bericht stellt die Evaluationsergebnisse vor und ist damit das Ergebnis des „Projektstudiums“, das Studierende in den letzten beiden Semestern des Bachelor-Studiums absolvieren und dessen Ziel es ist, theoretisches Wissen mit praktischen Umsetzungskompetenzen zu verknüpfen. Er zeigt auf, dass dieses Lehrkonzept gute Früchte tragen kann. Kern der „Get Online Week“ (GOW) ist eine Kampagnenwoche – im Fall der GOW 2017 die Woche vom 27. März bis zum 2. April 2017 – in der europaweit durch verschiedene Einrichtungen und nationale wie regionale und lokale Bündnisse auf das Thema der digitalen Exklusion aufmerksam gemacht werden soll. Thematisiert wird also die Problematik, dass durch die Digitalisierung aller gesellschaftlichen Bereiche Gewinner_innen und Verlierer_innen erzeugt werden. Während einige Menschen beispielsweise von Online-Verträgen, E-Learning oder eHealth profitieren, bleiben andere Menschen von diesen Vorteilen aufgrund fehlender Zugänge, Motivationen oder Kompetenzen ausgeschlossen – sind aber vielfach von den Nachteilen betroffen. Diese „Spaltung“ wird in der Gesellschaft jedoch kaum diskutiert; sie bleibt auch in Diskursen über die Nutzung digitaler Medien oft unberücksichtigt. Neben der Thematisierung dieser gesellschaftlichen Exklusionslinie haben sich die GOW-Partner_innen auf die Fahnen geschrieben, innerhalb der Kampagnenwoche konkret durch Kompetenzvermittlung

digitale Exklusion abzubauen. Die Kampagne wird europaweit durch den Interessenverband der digitalen Lernorte – „All Digital“[1] – ausgerufen und in Deutschland durch den nationalen Partner „Stiftung digitale Chancen“[2] koordiniert. Die Projektgruppe „Get Online Week – Dortmund“ ist damit ein lokaler Partner in diesem Netzwerk.

Die diesjährige Projektgruppe ist die dritte Kohorte von Studierenden, die die GOW in Dortmund durchführt. Europaweit haben 2017 rund 3.500 Veranstaltungen in 25 Ländern mehr als 90.000 Menschen erreicht.[3] Die zehn Studentinnen der GOW Dortmund haben in 36 Kursen die digitalen Kompetenzen von 268 Menschen durch jeweils rund zweistündige Interventionen geschult. Die Bandbreite an Themen ist dabei groß: Wir haben Kurse zu Sprach-Lern-Apps angeboten, zu kindgerechten Medien, zur Tablet-Nutzung oder zu Privatsphäreeinstellungen in sozialen Medien wie Instagram und Snapchat. Pädagogisches Ziel war dabei, das Empowerment zu eigenständiger und kompetenter Techniknutzung. Auch die Zielgruppen waren weit gestreut: Unter anderem waren Seniorinnen und Senioren, Eltern, Strafgefangene, Lehrkräfte und Menschen mit Behinderung unsere Zielgruppen. Hier haben wir Zielgruppen angesprochen, die laut wissenschaftlicher Befunde überproportional von digitaler Exklusion betroffen sind (vgl. Kapitel 3.2).

In diesen Zielgruppen haben wir einerseits konkret Kompetenzen vermittelt; hier muss die Wirkung einer nur zweistündigen Intervention jedoch realistisch betrachtet werden. Da-

[1] http://all-digital.org/
[2] http://www.digitale-chancen.de/
[3] http://getonlineweek.eu/gow17-results/

her war es außerdem unser Ziel, für die Potenziale und Gefahren digitaler Medien zu sensibilisieren und Motivation zur dauerhaften Beschäftigung mit Digitalisierung aufzubauen. Nur durch die dauerhafte Beschäftigung mit diesem Thema – sowohl auf individueller Ebene der betroffenen Menschen als auch auf Ebene der mit diesen Menschen arbeitenden Einrichtungen – kann der Digitalisierung so begegnet werden, dass sie von allen Menschen aktiv mitgestaltet wird. Diese Nachhaltigkeitsperspektive unserer Intervention haben wir stets mitgedacht – eine wissenschaftliche Evaluation steht jedoch noch aus.

Evaluiert wurde hingegen die kurzfristige Wirkung unserer Interventionen. Und dies mit beachtlichen Ergebnissen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der von den Studentinnen durchgeführten Kurse zeigen sehr hohe Zustimmungswerte zu Sinnhaftigkeit und Qualität der Kurse (vgl. Kapitel 5.1). Diese Rückmeldungen sind Ansporn, die GOW auch in den folgenden Jahren in Dortmund durchzuführen. Auch das seit nun drei Jahren wachsende Netz von unterstützenden Einrichtungen aus Dortmund ist Motivation, diese Kampagne auch 2018 erneut durchzuführen. 25 Einrichtungen aus Dortmund und Umgebung beteiligten sich an der GOW – entweder indem sie unsere Kurse für ihre Einrichtungen „buchten“ oder selber Kurse und Öffentlichkeitsarbeit für die GOW durchführten. Damit findet die GOW allmählich Verbreitung in der Dortmunder Stadtgesellschaft sowie bei den mit Medienpädagogik befassten wissenschaftlichen und praktischen *Communities*.

Neben den projektinhärenten Zielen der gesellschaftlichen Thematisierung von digitaler Exklusion und konkreter Kompetenzvermittlung durch die GOW ist es ein übergeordnetes Ziel

des Projektstudiums, Studierende auf eine berufliche Tätigkeit in der rehabilitationspädagogischen Praxis vorzubereiten. Auch hier liefert die im folgenden Bericht dokumentierte Evaluation wichtige Hinweise: Die Studentinnen wurden von den Kursteilnehmer_innen als professionelle Lehrende wahrgenommen; die Einrichtungen empfanden die Zusammenarbeit als qualitativ hochwertig; die Tatsache, dass neben diesem Bericht auch zahlreiche Pressemitteilungen sowie die Bewerbung für einen europäischen Förderpreis erstellt werden konnten – für den das Ergebnis zum Zeitpunkt dieses Berichts noch aussteht! – weisen auf ein hohes professionelles Niveau der studentischen Aktivitäten hin.

An dieser Stelle möchte ich allen beteiligten Einrichtungen danken und mich dem Dank der Studierenden auf der folgenden Seite an konkrete Partner_innen anschließen. Hier sind vor allem unsere Sponsoren – DOKOM21 und die Stiftung digitale Chancen – zu nennen, aber auch Unterstützer_innen wie Christiane Vollmer (Behindertenbeauftragte der Stadt Dortmund), Dimitrios Karakatsanis (Fachreferent für Medienkompetenz der Stadt Dortmund) und Christian Wirtz von der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund sowie Anne Pferdekämper (Projektkoordination der Fakultät für Rehabilitationswissenschaften). Ihnen herzlichen Dank.

Ich wünsche der GOW auch im Jahr 2018 eine so erfolgreiche Durchführung wie in 2017 – vielleicht ja auch mit weiteren teilnehmenden Einrichtungen.

Dr. Bastian Pelka,
7. Juli 2017

Inhaltsverzeichnis

Vorwort Dr. Bastian Pelka 2

Abbildungsverzeichnis 10

Tabellenverzeichnis 10

1. Einleitung 11

2. Theoretische Grundlagen 15

2.1 Ausgangs- und Problemlage 15

2.2 Modelle und Theorien als Erklärungsansätze für digitale Ungleichheit 20

2.3 Forschungsstand 23

2.3.1 Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung ... 24

2.3.2 Nutzungsverhalten von Menschen mit Behinderung 28

2.3.3 Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen 30

2.3.4 Nutzungsverhalten von inhaftierten Jugendlichen 32

2.3.5 Nutzungsverhalten von Senior_innen 34

2.3.6 Nutzungsverhalten von pädagogischen Lehrkräften 39

2.3.7 Leitmotive der Offliner_innen 40

2.4 Forschungsfragen 44

2.5 Hypothesen 46

3 Die Get Online Week – Dortmund 2017 53

3.1 Ziele 54

3.2 Öffentlichkeitsarbeit 55

3.3 Kooperierende Einrichtungen 63

3.4 Kurse der Get Online Week – Dortmund 2017 70

3.4.1 Kurs: Facebook, Instagram, Snapchat – Aber sicher! 71

3.4.2 Kurs: Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten der Zukunft & Facebook- meine soziale Identität 76

3.4.3 Kurs: Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern zum Thema „Mediennutzung in der Familie“ 79

3.4.4 Kurs: Senior_innen: fit im Netz 81

3.4.5 Kurs: Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte 84

4. Forschungsdesign 89

4.1 Forschungsablauf 90

4.2 Methodendesign 91

4.3 Quantitative Methoden 96

4.4 Qualitative Methoden 103

5. Ergebnisse 108
5.1 Ergebnisse der quantitativen Erhebung 109
5.1.1 Erreichte Zielgruppen 109
5.1.2 Kompetenzerwerb 112
5.1.3 Motivation 117
5.1.4 Nachhaltigkeit der Kurse 118
5.1.5 Gestaltung der Kurse 121
5.1.6 Medien- Nutzungsverhalten 123
5.1.7 Bewertung der Kurse 128
5.1.8 Fazit der quantitativen Erhebung 132
5.2 Ergebnisse der qualitativen Erhebung 133
5.2.1 Partner_innengewinnung 134
5.2.2 Informationsaustausch 135
5.2.3 Impulssetzung 137
5.2.4 Aufmerksamkeit 138
5.2.5 Medienpädagogisches Angebot 140
5.2.6 IT-Infrastruktur 142
5.2.7 Schulungsmaßnahmen 145
5.2.8 Fazit der qualitativen Erhebung 146
5.3 Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit 150
6. Ergebnisse der Triangulation 159
7. Handlungsempfehlungen 168
8 Danksagung 180
9 Literaturverzeichnis 182
10 Anhang 195
Anhang A: Örtliche Verteilung der kooperierenden Einrichtungen 195
Anhang B: Kurskonzepte 196
Kurs: Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher! .. 196
Kurs: Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten der Zukunft & Facebook- meine soziale Identität 200
Kurs: Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern zum Thema „Mediennutzung in der Familie“ 225
Kurs: Senior_innen: fit im Netz 228
Kurs: Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte 233
Anhang C: App-Pool 236
Anhang D: SPSS-Outputs 245

Abkürzungsverzeichnis

FMSI	Facebook- meine soziale Identität
FIS	Facebook, Instagram, Snapchat – Aber sicher!
GOW	Get Online Week
JVA	Justizvollzugsanstalt
MArS	Medien- und Arbeitsraum für Studierende
MKW	Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten der Zukunft
MNF	Mediennutzung in der Familie
N	Anzahl
p	Wahrscheinlichkeit
r	Reliabilitätskoeffizient
SFN	Senior_innen: fit im Netz!
SPSS	Statistical Package for the Social Science
SLA	Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte
TU	Technische Universität
UN BRK	Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Spiralwirkung der Internetnutzung 23
Abbildung 2 Internetnutzung im Jahresvergleich 26
Abbildung 3 Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland . 35
Abbildung 4 Medien-Nutzungsverhalten nach Alter 36
Abbildung 5 Internetnutzung von Offliner_innen 41
Abbildung 6 Gründer für Nichtnutzung der Offliner_innen... 43
Abbildung 7 Hypothesen 47
Abbildung 8 Antwortformat 93
Abbildung 9 Altersverteilung GOW-Dortmund 2017 99
Abbildung 10 Berufliche Tätigkeiten 101
Abbildung 11 Höchster allgemeinbildender Schulabschluss 102
Abbildung 12 Aktuell besuchte Schulform 103
Abbildung 13 Deskriptive Statistik digitale Kompetenzen . 114
Abbildung 14 Deskriptive Statistik Medien-Nutzungsverhalten 124
Abbildung 15 Gefällt-Mir-Angaben Facebook..... 151
Abbildung 16 Demographische Daten Facebook-Follower 151
Abbildung 17 Online-Verhalten von Follower_innen 152
Abbildung 18 Beitragsarten Facebook..... 154
Abbildung 19 Durchschnittliche Likes/Monat Instagram... 155
Abbildung 20 Neue Follower_innen/ Monat Instagram 156

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Beiträge in Medien 55
Tabelle 2 Kurs: FIS 71
Tabelle 3 Kurs: MKW & FMSI 76
Tabelle 4 Kurs: MNF 79
Tabelle 5 Kurs: SFI 81
Tabelle 6 Kurs: SLA 84
Tabelle 7 Forschungsdesign GOW 17 96
Tabelle 8 Beispiel Zusammensetzung Dig_Komp 115
Tabelle 9 Operationalisierung Dig_Komp..... 116
Tabelle 10 Beispiel Zusammensetzung Anzahl_Medien 126

1. Einleitung

Im dritten Studienjahr des Studiengangs Rehabilitationspädagogik an der Technischen Universität Dortmund absolvieren die Studierenden ein Projektstudium, welches den Transfer von bisher gelerntem theoretischem Wissen in die Praxis ermöglicht (Technische Universität Dortmund, Fakultät Rehabilitationswissenschaften, 2016a, 6). Zum Abschluss des Projektstudiums gehört das Verfassen eines Forschungsberichts auf Grundlage wissenschaftlicher Kriterien, um das vergangene Projekt - die Get Online Week- Dortmund 2017 – zu dokumentieren und zu evaluieren.

Die Get Online Week (GOW)[4] ist eine europaweite Kampagnenwoche, die seit 2010 besteht und seitdem einmal jährlich stattfindet. Ziel dieser ist es, Menschen zu befähigen, digitale Medien sowie das Internet zu nutzen und deren Vorteile aufzuzeigen, sodass die Teilnehmer_innen[5] von dem digitalen Fortschritt profitieren (European Get Online Week, o.J.). Die GOW wird jährlich im März durchgeführt und dabei von dem Dachverband ALL DIGITAL- ehemals Telecentre-Europe - koordiniert (ebd.). Seit der erstmaligen Durchführung im Jahr 2010 sind mittlerweile über 900.000 Europäer_innen mit der Kampagne erreicht worden (ebd.), wodurch ein großer Beitrag zur Reduzierung der digitalen Spaltung in Europa geleistet wird (Stiftung digitale Chancen, o.J). Das Besondere an der

[4] http://www.getonlineweek.eu/

[5] „Ziel [der gendergerechten Sprache] stellt jederzeit eine diskriminierungsfreie Gestaltung der Sprache dar. Dabei sollten immer sprachliche Diskriminierungen aufgrund des Geschlechts, der ethnischen Zugehörigkeit, der Religion oder Weltanschauung, des Alters oder der sexuellen Orientierung sowie aufgrund von Behinderung vermieden werden. Im Rahmen des Projektstudiums wurde die Form des Gender Gap verwendet, da hierbei traditionelle Geschlechterrollen aufgeweicht und auch intersexuelle, transgender oder transsexuelle Personen berücksichtigt werden“ (Projektbüro 2014, 6). Sofern jedoch von den Studentinnen der Projektgruppe „Get Online Week – Dortmund 2017“ gesprochen wird, wird aus Gründen der Eigendefinition eine rein feminine Formulierung verwendet.

GOW ist, dass keine einzelne Zielgruppe angesprochen wird, sondern dass die Kurse an alle Mitglieder der Gesellschaft adressiert sind. In Deutschland wird die GOW von der Stiftung Digitale Chancen umgesetzt, welche ein nationaler Partner des Dachverbandes ALL DIGITAL ist (ebd.). Die Organisation veranstaltet viele verschiedene Workshops und Trainings, um bei den verschiedenen Zielgruppen Kompetenzen im Umgang mit dem Internet zu fördern. Des Weiteren unterstützt die Stiftung Digitale Chancen viele Kampagnen zum Thema digitale Medien - so auch die GOW (ebd.).

Seit 2015 kooperiert die Fakultät Rehabilitationswissenschaften mit der Sozialforschungsstelle der Technischen Universität Dortmund und gestaltet zusammen mit einer Gruppe von Student_innen des Studiengangs Rehabilitationspädagogik die GOW - Dortmund. Die Studierenden befinden sich währenddessen im einjährigen Projektstudium, welches eine Erweiterung „(rehabilitations-)pädagogischer und akademischer Handlungskompetenzen [fördert], um die Studierenden auf ihre berufliche, projekt- und forschungsorientierte Praxis und/oder Masterstudiengänge vorzubereiten“ (Technische Universität Dortmund, Fakultät Rehabilitationswissenschaften, 2016a, 6). So soll es den Student_innen ermöglicht werden, das in den ersten zwei Studienjahren erworbene Fachwissen in die Praxis umzusetzen, was wiederum zu einer Erweiterung der individuellen akademischen Handlungskompetenzen führt und einen größtmöglichen Theorie-Praxis-Transfer gewährleistet.

Im Rahmen des Projektstudiums werden die Studierenden befähigt, “[...] Lebensräume inklusiv zu gestalten” (Technische Universität Dortmund, Fakultät Rehabilitationswissenschaften, 2016b, 2). Die Durchführung der GOW stellt eine gute

Grundlage zur Erreichung dieses Zieles dar, denn sie leistet einen Beitrag zur Realisierung einer inklusiven Gesellschaft, in der alle Menschen ein Recht auf einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien haben. Dieses Wissen können die Teilnehmer_innen individuell auf ihre eigenen Bedürfnisse übertragen, wodurch der Aspekt der Inklusion gewährleistet wird. Dabei ist an die Erfahrungen und Ergebnisse der Vorjahresgruppen angeknüpft worden, sodass das Konzept der GOW weiterentwickelt und an die Bedarfe der sich stetig wandelnden Gesellschaft angepasst werden konnte.

Die “GOW - Dortmund 2017” wurde technisch unterstützt durch das Dortmunder Telekommunikationsunternehmen DOKOM21. Die Stiftung Digitale Chancen sorgte für die konzeptionelle Unterstützung und stellte Informationsmaterialien zur Verfügung. Darüber hinaus war die Hilfe von Christiane Vollmer und Dimitrios Karakatsanis von der Stadt Dortmund von hoher Bedeutung, da sie zahlreiche Kontakte in der Dortmunder Stadtgesellschaft zur Verfügung stellten. Im vorliegenden Band 197 der “Beiträge aus der Forschung” mit dem Titel “Get Online Week - eine Woche zur Verbesserung der digitalen Teilhabe in Dortmund” werden die Ergebnisse der GOW - Dortmund 2017 ausführlich dargelegt und analysiert. Dabei liegt der Fokus auf der Evaluation sowie dem Aufzeigen von Verbesserungsfaktoren für die Projektgruppe 2018, womit eine zunehmend nachhaltige und professionelle Kampagne erreicht wird.

Im weiteren Verlauf wird zunächst detailliert auf die gesellschaftliche Ausgangs- und Problemlage eingegangen. Dabei werden ausgewählte Theorien und Modelle dargelegt, auf die sich im Weiteren gestützt wird. Auf dieser Grundlage wird die Entwicklung und Operationalisierung der Forschungsfragen

und Hypothesen beschrieben. Im dritten Kapitel wird das Projekt “GOW” und speziell die GOW - Dortmund 2017 einschließlich der durchgeführten Kurse erläutert. Darüber hinaus wird hier besonders auf die kooperierenden Einrichtungen sowie die Öffentlichkeitsarbeit eingegangen.

Dem Forschungsdesign wird sich im vierten Kapitel anhand des Forschungsablaufes, des Methodendesigns und der Darlegung quantitativer und qualitativer Methoden gewidmet. Das steigende Interesse an der GOW - Dortmund macht deutlich, wie wichtig eine solch umfangreiche Kampagne in der heutigen Zeit ist. So konnte die Anzahl der durchgeführten Kurse und die der Kursteilnehmer_innen im Vergleich zum vergangenen Jahr deutlich erhöht werden. Die GOW - Dortmund 2016 konnte 177 Menschen in 17 Kursen erreichen. In der Kampagnenwoche 2017 nahmen sogar 268 Teilnehmer_innen in 36 Kursen teil, von denen 82,2% angaben, ihre digitalen Kompetenzen verbessert zu haben. Dies unterstreicht die Notwendigkeit und den Erfolg solcher Interventionen. In Kapitel 5 der Ergebnispräsentation wird detailliert auf die Auswertung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse eingegangen. Ebenso wird die Öffentlichkeitsarbeit analysiert. Im Kapitel “Triangulation der Ergebnisse” werden die Interpretationen der quantitativen und qualitativen Analyse sowie der Öffentlichkeitsarbeit ausführlich übergreifend diskutiert, um zu einer Beantwortung der Forschungsfragen zu gelangen.

Abschließend wagt der Bericht einem Ausblick, in dem Erfolgsfaktoren sowie Handlungsempfehlungen für die GOW Dortmund 2018 genannt werden. Auf diese Weise kann im kommenden Jahr eine gelungene und professionelle Kampagne durchgeführt werden, wodurch ein zunehmend nachhaltiges Projekt gewährleistet wird.

2. Theoretische Grundlagen

In diesem Kapitel werden die Forschungsfragen sowie dazugehörige Hypothesen der GOW aufgestellt und erläutert. Um für das Verständnis ein theoretisches Hintergrundwissen zu erlangen, werden zunächst die Ausgangs- und Problemlage sowie Erklärungsansätze beschrieben. Anschließend wird der aktuelle Forschungsstand in Deutschland aufgezeigt.

2.1 Ausgangs- und Problemlage

Das Projekt der GOW hat das Ziel, die Teilhabe digital benachteiligter Personengruppen zu stärken. Nachfolgend wird die Ausgangs- und Problemlage der GOW erläutert und digital benachteiligte Personengruppen aufgezeigt. Die deutsche Gesellschaft entwickelt sich zunehmend zu einer Informationsgesellschaft. Das bedeutet, dass Informations- und Kommunikationsdienstleistungen stetig an digitaler Bedeutung gewinnen (Gabler Wirtschaftslexikon, o.J.). Digitale Medien wie das Internet, das Fernsehen oder andere Kommunikationstechniken sind aus dem heutigen Alltag nicht mehr wegzudenken. Durch die sogenannte Medienkonvergenz wirken Medien immer und überall auf uns ein. Die Medienkonvergenz beschreibt einen Prozess, bei dem verschiedene einzelne Medien oder Kommunikationstechniken miteinander verschmelzen (Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, 2008, 1). So ist es dem Menschen möglich, einen Anruf über das Internet zu tätigen oder auch über den Computer fernzusehen. Des Weiteren kann beispielsweise auch die Tageszeitung zum Teil online nachgelesen werden (ebd.).

“Die Digitalisierung durchdringt unser Leben mittlerweile in allen Bereichen [...]” (Initiative D21, 2016a, 20). Dies äußert sich in den verschiedensten Bereichen unseres Lebens, in de-

nen digitale Medien zum Alltag gehören. Digitale Medien werden sowohl in kaufmännischen Bürojobs als auch im Privatleben genutzt. Gerade in dem eigenen Zuhause genießen die Menschen die Omnipräsenz des Internets (ebd.).

Jedoch übernimmt die Digitalisierung nicht nur technische Ebenen, sondern bewirkt auch Veränderungen semantischer Schichten und ist somit überall präsent (Bundeszentrale für politische Bildung, 2017). "Die digitale Gesellschaft ist geprägt von einer stärkeren Individualisierung mit fluiden Gemeinschaften, die weniger lokal begründet sind, sondern sich in stetig wechselnden Partikularinteressen beständig neu konstituieren" (ebd.). Dies ermöglicht Veränderungen der sozialen Gesellschaft und bietet Möglichkeiten neuer Verbindungen zwischen Menschen. Digitale Teilhabe bedeutet also gleichzeitig soziale Teilhabe und umgekehrt (ebd.). Einige Online-Dienste sind für viele Menschen heutzutage unverzichtbar. So zählen Facebook und WhatsApp zu den meistgenutzten Diensten in Deutschland (ARD/ZDF-Onlinestudie.de, 2016). Eine repräsentative Studie zeigt, dass jede_r Fünfte_r täglich auf Facebook aktiv ist und sogar 49% der deutschsprachigen Bevölkerung täglich die Anwendung WhatsApp nutzt (ebd.). Die Zahl der Onliner_innen in Deutschland liegt im Jahre 2016 bei 79% (Initiative D21, 2016a, 8). Zur Gruppe der Onliner_innen gehören Menschen, die digitale Medien nutzen beziehungsweise im Internet aktiv sind. Weitere Angaben zum Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung werden im Kapitel 2.3.1 aufgezeigt.

Soziodemographische Entwicklungen zeigen, dass nicht alle Menschen an der zunehmenden Digitalisierung teilnehmen können. Während es viele Menschen gibt, die von der Digitalisierung profitieren, gibt es gleichzeitig auch Personen, die

nicht Teil der Informationsgesellschaft sein können. Menschen, die sich die digitale Welt nicht erschließen können, hegen kein Interesse daran, digitale Medien zu nutzen (Initiative D21, 2016a, 22). Im Jahr 2016 zählen 21% zur Personengruppe der Offliner_innen. Diese nutzen keine digitalen Medien und sind nicht im Internet aktiv (Initiative D21, 2016a, 8).

Es besteht eine ungleiche Verteilung des Zugangs zu digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien innerhalb der Gesellschaft - der sogenannten digitalen Spaltung (Bisky, Scheele, 2007, 1; Kaletka, Pelka, 2015; Bühler, Pelka, 2014; Dudenhöffer, Meyen, 2012; Van Dijk, 2013). Dadurch entstehen zwei Gruppen: die Nutzer_innen und die Nicht-Nutzer_innen digitaler Medien. Nutzer_innen profitieren von der Digitalisierung und nutzen digitale Medien. Jedoch bringt die Digitalisierung auch Barrieren mit sich, weshalb es auch Menschen gibt, die nicht von der Digitalisierung profitieren können und somit diese auch nicht nutzen (ebd.). Die Gründe für diesen Ausschluss können sehr verschieden sein. Die Effizienz des Zugangs zu digitalen Medien wird laut Wilson (2005) von verschiedenen Faktoren beeinflusst: der Zugang zu digitalen Medien, die Fähigkeiten diese Nutzen zu können, die Kosten, das Design beziehungsweise assistive Technologien, Eigeninitiative, Sprachbarrieren, öffentliche Internetzugänge und Einfluss in der Politik sind maßgeblich für einen effizienten Zugang zu digitalen Medien. Wer bezüglich dieser Faktoren benachteiligt ist, verfügt nicht über einen effizienten Zugang zu digitalen Medien und es kommt zu einer Exkludierung (Wilson, 2005, 300ff.; Rößner, 2010).

Zu den Hintergründen der Nutzung oder Nicht-Nutzung kann gesagt werden, dass soziodemografische Faktoren eine Rolle spielen (Initiative D21, 2016a, 55). Zunächst kann der Faktor

Geschlecht genannt werden, denn der D21-Index zeigt, dass prozentual mehr Männer als Frauen digitale Medien nutzen. Auch hinsichtlich des Alters wird ein gravierender Unterschied sichtbar: junge Menschen sind deutlich häufiger mit digitalen Medien vertraut als ältere Menschen. Des Weiteren weist der Faktor Berufsstatus eine starke Differenz auf: Berufstätige Menschen nutzen das Internet öfters als Nichtberufstätige. Ähnlich nutzen Personen mit höherem Einkommen das Internet ebenfalls häufiger. Ein weiterer entscheidender Faktor ist der Bildungsabschluss. Menschen mit höheren Bildungsabschlüssen weisen eine höhere Nutzungsquote auf. Außerdem kann die Haushalts- und Ortsgröße entscheidend bei der Nutzung von digitalen Medien sein. In Haushalten, in denen mehrere Personen leben wird das Internet häufiger genutzt als in Ein-Personen-Haushalten. Des Weiteren sind mehr Menschen in größeren Städten online als in kleineren Orten (Initiative D21, 2016a, 59).

Ein großer Teil benachteiligter Personen setzt sich aus der Gruppe der Menschen mit Behinderung zusammen (Berger et al., 2010, 134ff.). “[...] [Dennoch] haben [Medien] eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung einer inklusiven Gesellschaft. Sie können dazu beitragen, die Situation von Menschen mit Behinderung zu verbessern” (Bosse, 2016). So stellt zum Beispiel der Anbieter “Apple Inc” Geräte mit Bedienungshilfen für Menschen mit Behinderung bereit. Zu diesen Bedienungshilfen zählt VoiceOver, das eine auditive Beschreibung der Bildschirmanzeige ermöglicht und somit eine Hilfe für Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung oder Sehbehinderung darstellt (Apple Inc, 2017a). Auch für Menschen mit physischen oder motorischen Einschränkungen bietet “Apple Inc” Unterstützungshilfen. Hierunter fällt die Schaltersteuerung, die eine Navigierung und die Durchführung bestimmter Aktionen mit

verschiedenen bluetoothfähigen schaltergesteuerten Geräten ermöglicht (Apple Inc, 2017b.). Eine weitere Hilfe für Menschen mit Behinderung können Internetseiten in leichter Sprache sein. Diese sind besonders hilfreich für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Menschen, die nicht gut lesen oder gut Deutsch sprechen können (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, o.J.). In welchem Ausmaß Menschen mit Behinderung digitale Medien tatsächlich nutzen, kann in Kapitel 2.3.2 zum Nutzungsverhalten von Menschen mit Behinderung nachgelesen werden. Um allen Menschen Teilhabe an gesellschaftlichen Systemen zu ermöglichen, fordert die UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) eine leicht zugängliche Informations- und Kommunikationstechnologie (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2011, 9). Darüber hinaus verlangt die UN-BRK "[die] Forschung und Entwicklung für neue Technologien, die für Menschen mit Behinderungen geeignet sind, einschließlich Informations- und Kommunikationstechnologien, Mobilitätshilfen, Geräten und unterstützenden Technologien, zu betreiben oder zu fördern sowie ihre Verfügbarkeit und Nutzung zu fördern und dabei Technologien zu erschwinglichen Kosten den Vorrang zu geben" (ebd., 12). Insbesondere soll jedoch der Zugang zu neuen Informations- sowie Kommunikationstechnologien und -systemen, einschließlich dem Internet gefördert werden (ebd., 20).

Abschließend lässt sich festhalten, dass in Deutschland trotz der seit Jahren fortschreitenden Digitalisierung umfassende Digitalkompetenzen nicht an alle Menschen weitergegeben werden konnten und ein Teil der Bevölkerung als dauerhaft ausgeschlossen anzusehen ist. Zwar verringert sich der Anteil der Offliner_innen seit Jahren; dies jedoch mit sehr geringer Geschwindikeit, die in den letzten Messperioden sogar noch nachgelassen hat. Deutschland verfehlt also zurzeit das Ziel,

allen Menschen Anschluss an die digitale Gesellschaft zu ermöglichen. Es fehlen die Voraussetzungen "[...] dem umfassenden Wandel kompetent und chancenorientiert zu begegnen" (Initiative D21, 2016a, 51). Daher besteht ein dringender Handlungsbedarf, die digitalen Kompetenzen der Bevölkerung zu stärken. "Es bedarf daher neben dem politischen und gesellschaftlichen Rahmen eine selbstbestimmte und digital kompetente Bevölkerung, um die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und sie von Risiken zu trennen. Digitalkompetenzen sind kein Zukunftsthema, wir brauchen sie bereits heute. Sie sind eine Kulturtechnik wie Lesen, Schreiben, Rechnen" (ebd.). Das Ziel sollte sein, sich sicher und selbstbestimmt in der digitalen Welt bewegen zu können (ebd.). In folgenden Abschnitt werden Erklärungsansätze für die beschriebene digitale Ungleichheit herangezogen.

2.2 Modelle und Theorien als Erklärungsansätze für digitale Ungleichheit

Da das Internet und digitale Medien keineswegs einheitlich genutzt werden, versuchen verschiedene Autor_innen mittels Theorien und Modellen die ursächlichen Faktoren der Ungleichheit in Zugang und Nutzung zu erklären. Nachfolgend werden einige ausgewählte Ansätze der Ungleichheitsforschung dargestellt. Vielen von ihnen liegt eine individualistische Vorstellung von Ungleichheit zugrunde (individualistischer Ansatz). Hierbei werden individuelle Merkmale (Alter, Geschlecht, Einkommen, formaler Bildungsgrad, et cetera) mit dem Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien in einen Zusammenhang gebracht. Kritisch zu betrachten ist allerdings, dass durch diese Art der Herangehensweise deskriptive Daten entstehen, die erklärt werden müssen. Eine Möglichkeit, diese Art von Ergebnissen zu erklären, bietet der Netzwerkansatz / relationale Ansatz (Van Dijk,

2013, 108ff.). Dieser fokussiert kategoriale Unterschiede zwischen Gruppen. Nicht die individuellen Merkmale einer Person, sondern Beziehungen, Bindungen, Interaktionen, Positionen und Gruppenzugehörigkeiten bilden den Bezugspunkt dieses Ansatzes (ebd.). Auf der Grundlage kategorialer Ungleichheit werden Paare betrachtet. Eine der sich gegenüberstehenden Kategorien besteht immer aus einer dominierenden Gruppe, die sich als erstes mit neuen Technologien auseinandersetzt und schneller über mehr Kompetenzen in diesem Bereich verfügt. Ein Beispiel für ein Kategorienpaar könnte die (dominierende) Gruppe/Kategorie männliches Geschlecht und das weibliche Geschlecht sein. Die geschlechtlichen Unterschiede in der Nutzung des Internets (vgl. Kapitel 2.3) werden ursächlich in den unterschiedlichen geschlechterbedingten Interaktionen und Beziehungen gesehen.

So wird deutlich, wie es zustande kommt, dass die Gruppenzugehörigkeit die digitale Kompetenz maßgeblich mitbestimmt (ebd., 109ff.). Van Dijk betrachtet vier zentrale kategoriale Ungleichheiten: Position auf dem Arbeitsmarkt, der Bildungsgrad, das Geschlecht sowie das Alter und sieht diese als die wichtigsten Kategorien digitaler Spaltung in der heutigen Gesellschaft an (ebd., 111). Dabei ist es wichtig, nicht die Kategorie an sich zu betrachten, sondern die mit ihr einhergehenden Interaktionen und Beziehungen.

Überträgt man Pierre Bourdieus Habitus-Kapital-Theorie zur Erklärung und Untersuchung sozialer Ungleichheit auf die digitale Ungleichheit, so werden die Nutzungsunterschiede mithilfe gesellschaftlicher Bedingungen aus einer soziologischen Perspektive erklärt (Dudenhöffer, Meyen, 2012, 8). Bourdieu betrachtet die Gegenwartsgesellschaft als eine hierarchisch

strukturierte Klassengesellschaft, die als sozialer Raum begriffen wird. Die einzelnen Klassen unserer Gesellschaft unterscheiden sich durch unterschiedliche Kapitalsortenzusammensetzungen (Art und Umfang) (Abels, König, 2016, 181f.). Das ökonomische Kapital (1) ist die Kapitalsorte, die in Geld umgewandelt werden kann. Kulturelles Kapital (2) bilden beispielsweise formale Bildungsabschlüsse und akademische Titel. Das Beziehungsnetzwerk eines Menschen wird hier als soziales Kapital (3) definiert. Die letzte Kapitalart – das symbolische Kapital (4) – bestimmt das gesellschaftliche Ansehen eines Menschen (Dudenhöffer, Meyen, 2012, 11). Die ersten drei genannten Kapitalarten entscheiden über die Platzierung des Individuums im sozialen Raum der Klassengesellschaft (Abels, König, 2016, 182). Die Abstände und Positionen der einzelnen Akteure werden über das Bewertungssystem der verschiedenen Kapitalarten gemessen. Die drei unterschiedlichen Kapitalarten können im Sinne Bourdieus als eine Art Messinstrument verstanden werden (Dudenhöffer, Meyen, 2012, 8ff.). Durch den gesellschaftlichen Status eines Individuums lassen sich nach Bourdieu alle Handlungen, also auch die Internetnutzung, und deren Folgen für die Verortung im sozialen Raum erklären (siehe Abbildung 1). Der Habitus, der die Einnahme der Positionen im sozialen Raum maßgeblich mitbestimmt, bildet das Erklärungsprinzip aller Handlungen sowie deren Ursachen und den Einstellungen gegenüber diesen (ebd.). Der Habitus bildet die Gesamtheit aller Dispositionen (Abels, König, 2016, 181). Durch die Internetnutzung ist es möglich, Kapital zu akkumulieren; umgekehrt kann höheres Kapital auch die Internet-Nutzung beeinflussen Die Position im sozialen Raum bestimmt, welche Bedeutung dem Internet zugesprochen wird und folglich, wie viel Anstrengung investiert wird, um über das Internet Kapital anzuhäufen. So ist es

beispielsweise möglich, das kulturelle Kapital über die Aufnahme eines Fernstudiums oder über die Nutzung sozialer Netzwerke das Beziehungsnetz (soziales Kapital) zu vergrößern oder einfacher aufrechtzuerhalten. Das ökonomische Kapital kann auch auf direktem Wege angehäuft werden, indem das Internet als Verkaufsplattform über entsprechende Portale genutzt wird. Durch die Kapitalanhäufung verbessert sich die soziale Position. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Individuen, die ihr Kapital nicht über das Internet akkumulieren, Gefahr laufen, dass sich ihre Position im sozialen Raum verschlechtert. Die digitale Ungleichheit führt in diesem Falle zur Verschärfung sozialer Ungleichheit (Dudenhöffer, Meyen, 2012, 13).

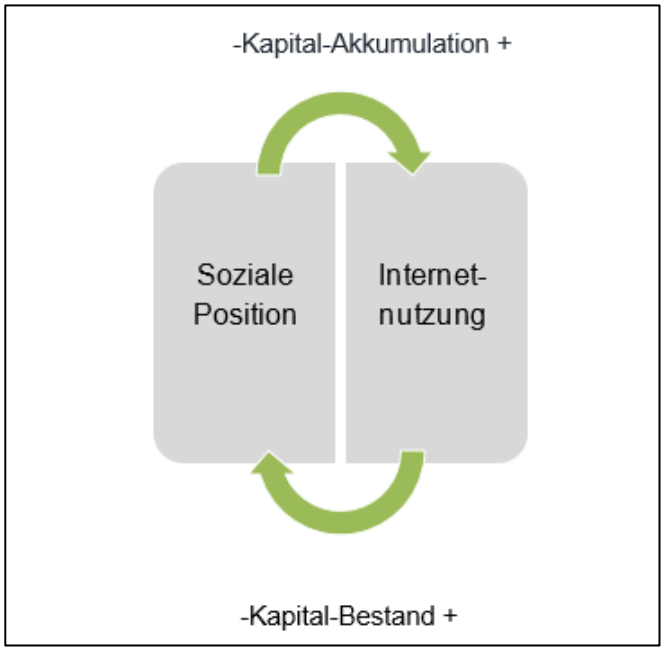


Abbildung 1 Spiralwirkung der Internetnutzung (Dudenhöffer, Meyen, 2012, 13)

2.3 Forschungsstand

In Deutschland ist eine zunehmende Digitalisierung festzustellen. Studien machen deutlich, dass digitale Medien eine immer größere Rolle im Alltag der Bevölkerung spielen (D21,

2016, 20). Während ein Großteil der Menschen von der voranschreitenden Digitalisierung in Deutschland profitiert, ist gleichzeitig eine Exklusion bestimmter Personengruppen festzustellen. Um ein Lagebild des Digitalisierungsgrades der deutschen Gesellschaft erstellen zu können, gibt es jährlich neue Studien und Messungen, die aufzeigen sollen, wie weit die Digitalisierung in Deutschland vorangeschritten ist. Eine wichtige Instanz für die Darstellung des Digitalisierungsgrades der deutschen Bevölkerung ist der D21 Index. Er ist ein Nachfolger des (N)Onliner-Atlas und erfasst seit 2013 wie sich die Digitalisierung in Deutschland gestaltet. Hierzu werden circa 33.000 „Onliner" und „Offliner" ab 14 Jahren befragt. Damit ist der D21 Index die umfangreichste und aussagekräftigste Studie zur Ermittlung der Entwicklung der digitalen Gesellschaft in Deutschland und ermöglicht es, ein Gesamtbild der deutschen Bevölkerung abzubilden. Innerhalb der Studie wird zudem zwischen Geschlecht und Alter unterschieden, sodass das Nutzungsverhalten von verschiedenen Personengruppen differenziert werden kann (D21, 2016, 5,7). Im Folgenden soll daher ein Überblick vermittelt werden, in dem einerseits das Nutzungsverhalten der gesamten deutschen Bevölkerung und andererseits das Nutzungsverhalten digital exkludierten Bevölkerungsgruppen dargestellt wird.

2.3.1 Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung

Der D21 Index 2016 bietet momentan die aktuellsten Ergebnisse, um das Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung abzubilden. Hier wurde der Schwerpunkt der Befragung auf die digitalen Kompetenzen der Bevölkerung gelegt. Aber auch folgende Inhalte waren Komponente der Befragung: Arbeit digital (z.B. Homeoffice, Weiterbildungen zu digitalen Themen), die Gerätenutzung, der allgemeine Zugang zum Internet, die Vielfältigkeit der Nutzung und die Einstellung der Menschen

zu digitalen Themen (Initiative D21, 2016a) Diesbezüglich konnte der D21 Index 2016 neue Erkenntnisse liefern; ausgewählte Befunde werden im Folgenden vorgestellt.

- Deutschlands Bevölkerung weist weiterhin einen mittleren Digitalisierungsgrad auf, kann mit dem digitalen Wandel also gerade so Schritt halten.
- Digitalkompetenzen sind insgesamt nur gering ausgeprägt, nehmen teils sogar ab.
- Der leichte Aufwärtstrend der Internetnutzung der letzten Jahre setzt sich fort, hier legen vor allem die Generationen 50+ zu. Die jüngeren Generationen sind inzwischen nahezu vollständig online.
- Das Internet wird zunehmend mobil genutzt, gerade Smartphones finden immer mehr Verbreitung und werden zum meist genutzten Endgerät in diesem Jahr.
- Noch immer überwinden Berufstätige technische Schwierigkeiten und Kenntnisgrenzen autodidaktisch mit Ausprobieren, Fragen anderer und Nutzung kostenloser Online-Angebote“ (Initiative D21, 2016a).

Die Zunahme der Zahl der Onliner_innen der letzten Jahre wurde in der letzten Berichtsperiode teilweise fortgesetzt, es ist aber in Teilsegmenten der Bevölkerung auch eine Stagnation in Bezug auf Nutzung digitaler Medien zu verzeichnen. Insgesamt sind 79% der deutschen Bevölkerung online. In den letzten drei Jahren ist dieser Wert nur um 1% gestiegen. Die Stagnation des Wertes ist darauf zurückzuführen, dass die Altersgruppen von 14-49 Jahren fast komplett online sind und nur ein leichter Aufstieg bei der Nutzung des Internets durch die älteren Menschen festzustellen ist. So nutzen Menschen ab 60 Jahren vermehrt das Internet. Während im letzten Jahr

65% der 60-69-Jährigen das Internet nutzen, sind es dieses Jahr 69% (Initiative D21, 2016b, 8).

Bei der Generation ab 70 Jahren nutzen 36% das Internet. Im Vergleich zum letzten Jahr ist hier ein Zuwachs von 6% festzustellen. Auch bei der mobilen Internetnutzung und bei der Nutzung von Smartphones ist ein Anstieg von 54% auf 59% und von 60% auf 66% festzustellen (ebd., 8). Internet über Breitbandanschluss nutzen 62% der Befragten. Das sind nur 2% mehr als letztes Jahr. Dieser geringe Anstieg ist darauf zurück zu führen, dass mehr Menschen das mobile Internet nutzen (siehe Abbildung 2):

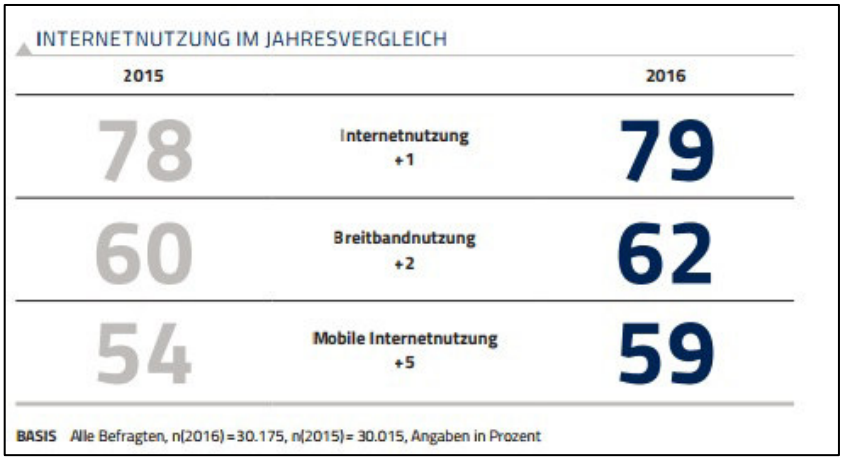


Abbildung 2 Internetnutzung im Jahresvergleich (ebd., 11)

Während die Nutzung von digitalen Medien und dem Internet stetig steigt, fällt auf, dass sich die Einstellung der Menschen bezüglich der Offenheit und den digitalen Kompetenzen negativ verändert hat. Es ist festzustellen, dass die Bevölkerung mit den neuen Anwendungen und Anforderungen oftmals nicht mehr mithalten kann. Die Digitalkompetenzen sind hier eher niedrig bis mittel. Währenddessen ist auch festzustellen, dass gleichzeitig weniger Weiterbildungen (zum Beispiel in Unternehmen) angeboten werden. Die Wissensaneignung bei digitalen Themen erfolgt bei 82% der Befragten Menschen

durch Hilfe bei anderen (zum Beispiel bei Freunden, Familie oder Kollegen). 80% der Befragten bringen sich Anwendungen selbst bei. Beispielsweise durch Ausprobieren oder durch kostenlose Internetangebote. Nur 50% der Befragten, eignen sich neues Wissen über Schulungen und Weiterbildungsangebote an. (ebd., 9)

Der D21 Index liefert auch Informationen über die zeitliche Nutzung des Internets und über Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Diesbezüglich lässt sich sagen, dass Menschen in Deutschland ca. zwei Stunden und 42 Minuten im Internet verbringen. Hierzu gehört nicht nur die private Nutzung, sondern auch die Nutzung des Internets bei der Arbeit. Dabei handelt es sich um eine aktive Nutzung des Internets und nicht um die Zeit, wie lange die genutzten Geräte generell online sind (ebd., 13). Bei der einer geschlechtsspezifischen Betrachtung der Nutzung des Internets von Mann und Frau sind große Unterschiede festzustellen. Männer verbringen im Schnitt drei Stunden und fünf Minuten im Internet, Frauen nur zwei Stunden und 19 Minuten. Unterschiede bei der Nutzung des Internets sind auch bei den verschiedenen Altersgruppen festzustellen. Die Gruppe der 14- bis 19-Jährigen verbringt ca. sechs Stunden im Internet. Es folgt die Gruppe der 20 bis 39-Jährigen, welche im Schnitt 3,5 bis 4,5 Stunden im Internet verbringt. Die 40 bis 59-Jährigen verbringen circa 2,5 Stunden im Internet und die Menschen ab 70 nur noch eine halbe Stunde (ebd., 13). Der D21 Index zeigt, dass viele Menschen in Deutschland bei der Nutzung von digitalen Medien benachteiligt sind. Es wird deutlich, dass sich eine digitale Kluft zwischen Nutzern und Nicht-Nutzern bildet und somit Menschen von der Digitalisierung in Deutschland ausgeschlossen werden.

2.3.2 Nutzungsverhalten von Menschen mit Behinderung

„Bildungsmedien unterstützen inklusives Lernen. Sie stellen eine inklusive Gesellschaft als anzustrebenden Normzustand dar. Barrierefreiheit und Inklusion sind Themen, die nicht nur Menschen mit Behinderung angehen [...]“ (Bundeszentrale für politische Bildung, 2016). Diese Aussage macht deutlich, dass digitale Medien alle Menschen betreffen. Durch digitale Medien können Barrieren zur Teilhabe an der Gesellschaft abgebaut werden. So kann das Internet beispielsweise als Kommunikationsmittel für motorisch eingeschränkte Menschen dienen (Berger et al., 2010, 62). Doch wie sieht die eigentliche Nutzung von Menschen mit Behinderung in Deutschland tatsächlich aus? Diese Frage soll im Folgenden beantwortet werden. Dafür wird auf die Ergebnisse der Studie ,,Mediennutzung von Menschen mit Behinderung'' (Aktion Mensch, Medienanstalten, 2016) zurückgegriffen. Die Studie differenziert hinsichtlich der Mediennutzung vier Teilgruppen nach Art der Beeinträchtigung, da jeder dieser Gruppen verschiedene Bedarfe und Voraussetzungen mitbringt. Unterschieden werden dabei Menschen mit Sehbeeinträchtigung, Menschen mit Hörbeeinträchtigung, Menschen mit körperlichen und motorischen Beeinträchtigungen und Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen. Für alle vier Gruppen gilt, “dass die Ausstattung mit mobilen internetfähigen Endgeräten unabhängig vom Alter schlechter ist als in der Gesamtbevölkerung” (Aktion Mensch, Medienanstalten, 2016, 113). Auffallend ist, dass insbesondere Bewohner_innen von Einrichtungen der Behindertenhilfe weniger Zugang zu mobilen digitalen Medien haben. In privaten Haushalten von Menschen mit Behinderung haben circa drei Viertel der 14-49-Jährigen einen internetfähigen Computer oder Laptop. Bei den über 50-Jährigen ist es lediglich jeder Zweite. “Ihre Verbreitung ist unter Menschen

mit mindestens leichten Sehschwierigkeiten etwas geringer als im Fall von mindestens leichten Hörschwierigkeiten" (ebd., 48). Die Nutzung von digitalen Medien kann insbesondere für Menschen mit Sehbeeinträchtigung Barrieren abbauen, beispielsweise können Kontraste verstellt und Schriftgrößen verändert werden. Dem gegenüber zu stellen ist jedoch die große Anzahl der Offliner_innen. 43% der befragten Sehbeeinträchtigten nutzen das Internet bisher nicht (ebd., 7f.). Menschen mit geistiger Behinderung zählen auch vermehrt zu den Offliner_innen. Fast 70% waren noch nie im Internet. Als Gründe hierfür werden zum einen Barrieren der technischen Zugänglichkeit, zum anderen aber auch bei der Navigation genannt. Eine weitere Hürde in der Internetnutzung wird durch die ungenügende Abrufbarkeit von Inhalten durch Spezialausgabegeräte hervorgerufen (Aktion Mensch, o.J.). Die Nutzung von digitalen Medien unterscheidet sich hinsichtlich des Alters der Nutzer_innen. Auffallend ist, dass junge Menschen mit Behinderung das Internet deutlich häufiger nutzen als ältere. Bei Menschen mit Behinderung der Altersspanne 14 bis 49 Jahren wird das Internet von 75% der Nutzer_innen mehrmals pro Woche oder täglich genutzt. Bei den über 50-Jährigen beträgt der Anteil nur noch 50%. Interessant ist, dass deutlich mehr seh-, hör- und bewegungseingeschränkte Personen das Internet nutzen, als Menschen mit Lernschwierigkeiten (Aktion Mensch, Medienanstalten, 2016, 46).

Auch hinsichtlich der Verwendung von digitalen Medien lassen sich Unterschiede zwischen den Nutzer_innen feststellen. In der Altersgruppe von 14-49 Jahren wird das Internet überwiegend zum gegenseitigen Austausch in Online-Communities genutzt (69%), in der älteren Altersgruppe der über 50-Jährigen nutzt ca. die Hälfte (52%) Online-Communities,

verbreitet ist aber das Lesen von aktuellen Nachrichten im Internet. Digitale Medien spielen im Leben von Menschen mit Behinderung eine große Rolle. Zum einen können behinderungsspezifische Barrieren abgebaut werden. Auf der anderen Seite zählen immer noch viele zu den Offliner_innen, die aufgrund stetig zunehmender Komplexität nicht von digitalen Angeboten profitieren können. Die bestehenden Barrieren unterscheiden sich innerhalb der Behinderungsarten und können nicht pauschal verallgemeinert werden. Dennoch bietet das Internet vielfältige Chancen für Menschen mit Behinderung, welche jedoch im Zuge der digitalen Teilhabe eine barrierearme Gestaltung benötigen.

2.3.3 Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen

Die fortschreitende Digitalisierung macht sich besonders bei den jüngeren Generationen bemerkbar, welches in verschiedenen Studien wiederzufinden ist. Der D21 Index (2016) und die JIM - Studie (2016) machen deutlich, dass Jugendliche und junge Erwachse heute zu den Gewinner_innen der Digitalisierung gehören: „Die Ergebnisse der JIM - Studie 2016 belegen, dass Jugendliche in ihrer Freizeit unterschiedlichste Medienangebote und Kanäle nutzen - und dies dank Smartphone zunehmend zeitlich und räumlich flexibel. Sie sehen Serien im Fernsehen oder bei Netflix, nutzen WhatsApp, Instagram und Snapchat zur Kommunikation im Freundeskreis, hören Musik im Radio und über Streaming-Dienste und informieren sich über Google und YouTube.“ (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2016, 59).

Die Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen ist nahezu vollständig online. 98% der 12- bis 19-Jährigen besitzen ein Handy oder Smartphone (Medienpädagogischer Forschungsverbund

Südwest, 2016, 7) Mit einer täglichen durchschnittlichen Nutzungsdauer von 5 Stunden und 44 Minuten sind sie außerdem die Altersgruppe mit der längsten Internetnutzung am Tag. (Initiative D21, 2016, 13). Zu den häufig genutzten Anwendungen im Internet gehören besonders Kommunikationsdienste. 97% der 14- bis 19-Jährigen kommunizieren Instant-Messaging Dienste wie Whatsapp. Aber auch soziale Netzwerke wie Facebook sind bei dieser Altersgruppe sehr beliebt. 82% der Befragten nutzen diese Netzwerke. Auch hier liegen sie im Altersvergleich vorne (D21, 2016, 15). Als Ergänzung dient hier die „JIM Studie 2016“. Hier wurden 12- bis 19-Jährige in Deutschland zu ihrem Medienumgang unter anderem im Hinblick auf Hausaufgaben, Lernen und Schule befragt. Laut dieser Studie gehören zu den beliebtesten Social-Media Apps Whatsapp mit 91%. Es folgt YouTube mit 56%, Instagram mit 52%, Snapchat mit 35% und Facebook mit 32% (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2016, 29).

Die Studie zeigt, dass die Bedeutung des Internets für diese Altersgruppe sehr groß ist. Der Aussage: „Wenn es das Internet morgen nicht mehr gäbe, hätte das sehr negative Auswirkungen auf mein tägliches Leben.“ stimmen 47% der 14- bis 19-Jährigen zu. 58% geben auch zu, dass sie das Internet auch häufiger nutzen, als sie eigentlich vorhaben (D21, 2016, 20). Bei beiden Kategorien liegen die 14- bis 19-Jährigen ganz vorne. Auffällig ist jedoch die geringe Zustimmung zu der Aussage: „Digitale Medien müssen heute grundlegender Bestandteil aller Schulfächer sein.“ Während beispielsweise 60% der 60-69-Jährigen dieser Aussage zustimmen, sind es nur 28% bei den 14-19-Jährigen (ebd., 21). Ein Grund dafür kann sein, „dass mit zunehmendem Alter der digitale Anschluss geringer ist und die daraus folgenden negativen Effekte auf das eigene Leben sehr viel eher gespürt werden [...]“ (ebd.).

Hier ist meist auch der Ursprung der Probleme zu finden. Die meisten werden über Risiken der Internetnutzung nicht aufgeklärt und nutzen das Internet und digitale Medien teilweise ohne die nötigen Kenntnisse. Häufig werden Kinder und Jugendliche nicht über kritische Themen wie Datenschutz, Cybermobbing oder andere Risiken bei der Internetnutzung aufgeklärt, beziehungsweise begleitet. Der D21-Index stellt heraus, dass Digitalkompetenzen vermittelt werden müssen, um dem digitalen Wandel kompetent und chancenorientiert begegnen zu können. Dem zufolge müssen Schulen Lehrer_innen ausbilden, um diese Anforderungen zu erfüllen. Die junge Generation kann die erworbenen digitalen Kompetenzen dann an Ältere weitergeben (ebd., 51). Vielen Kindern und Jugendlichen fehlt es aufgrund ihres Alters zudem an Reife, um die Konsequenzen ihres Handelns im Internet einzuschätzen und ihr Verhalten zu reflektieren. Daher überrascht es nicht, dass 8% aller Jugendlichen angaben, bereits Opfer von Mobbing im Internet gewesen zu sein (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2016, 49). Deshalb ist es wichtig, dass Kinder und Jugendliche in der Mediennutzung, sei es von Erziehungsberechtigten oder Bildungsinstanzen, aufgeklärt und begleitet werden.

2.3.4 Nutzungsverhalten von inhaftierten Jugendlichen

Jugendlichen Inhaftierten ist es nicht gestattet, während des Freiheitsentzuges digitale Medien eigenständig zu nutzen. Zur eigenverantwortlichen Nutzung stehen ihnen lediglich ein TV-Gerät und ein Radio bzw. CD-Player dauerhaft in ihren Zellen zur Verfügung. Gründe für die Nicht-Nutzung digitaler Medien im Strafvollzug sind zum einen die Gefahr, weitere delinquente Handlungen zu begehen bzw. in Kontakt zu treten mit delinquenten Personen während der Haftzeit. Zum anderen

könnten die Inhaftierten Informationen über Termine, Aufenthalte oder Transporte an Dritte weitergeben, was den Sicherheitsbestimmungen innerhalb des Strafvollzuges widerspricht. Allerdings werden in den Justizvollzugsanstalten Projekte durchgeführt, wie Podknast[6] oder E-Lis (E-Learning im Strafvollzug). E-Lis ist eine digital unterstützte Lernplattform speziell konzipiert für den Strafvollzug. Unter anderem enthält die Plattform Lernangebote zur schulischen Grundbildung, die in den Unterricht integriert werden können und in unterschiedlichen Formaten vorliegen (beispielshalber als Filme oder interaktive Programme) (Bundesarbeitsgemeinschaft für Straffälligenhilfe e.V. (BAGS), 2015, 31f.).

Weiterhin dürfen die jugendlichen Inhaftierten nur einen Computer nutzen, wenn sie ihn beispielshalber zur Suche eines Ausbildungsplatzes oder zum Schreiben einer Bewerbung benötigen. Dabei werden die Computer nicht autonom und unbeaufsichtigt genutzt. Lediglich in den Räumlichkeiten der Angestellten befinden sich mediale Geräte wie Computer. Unter den besonderen Bedingungen des Strafvollzugs treffen zwei Lebenswelten mit unterschiedlichen Regeln aufeinander: “Einem Gefangenen den Internetzugang zu versagen, widerspricht ganz offensichtlich dem Vollzugsziel einer Resozialisierung. Die Wiedereingliederung in das soziale Gefüge der Gesellschaft außerhalb des Gefängnisses und Befähigung eines Gefangenen zu einem Leben ohne Straftaten kann nicht erreicht werden, wenn ihm der Umgang mit den wesentlichen Grundlagen des kommunikativen Zusammenlebens vorent-

[6] Bei Podknast handelt es sich um ein Videoprojekt, in dem die Inhaftierten kleine Filme drehen dürfen. Diese werden eigenständig aufgenommen, geschnitten und veröffentlicht. In Begleitung einer Aufsichtsperson können die Jugendlichen die technische Ausstattung selbständig nutzen und Ideen realisieren.

halten wird" (Hoenig, 2016). Resozialisation – die erneute Integration in die Gesellschaft - sollte das Erlernen von digitalen Kompetenzen einschließen. In der heutigen digitalisierten Gesellschaft ist die Beherrschung von digitalen Fähigkeiten zwingend notwendig, um beispielsweise in der Arbeitswelt teilhaben zu können. Arbeit beschreibt ein zentrales Element und kann durch die einhergehende Strukturierung des Tagesablaufes eine präventive Wirkung haben. Kombiniert mit Fertigkeiten digitaler Medien und die damit einhergehenden erhöhten Chancen auf dem Arbeitsmarkt kann die Rückfallquote reduziert werden und die Wiedereingliederung in die Gesellschaft unterstützt werden (Gruber, 2016; Langenfelder, 2007, 104ff.). In einigen Pilotprojekten z.B. "Resozialisierung durch Digitalisierung" im Berliner Justizvollzug soll der eingeschränkte Zugang zum Internet erprobt werden (Hoenig, 2016). Dabei sind Inhalte wie Angebote von Fortbildungseinrichtungen, Informationen der Arbeitsagenturen, Zugriff auf Wohnungsportale, Internetlexika oder das Zustellen von E-Mails an genehmigte Personen im Gespräch.

2.3.5 Nutzungsverhalten von Senior_innen

Die Nutzung von digitalen Medien ist für die Zielgruppe ältere Menschen von hoher Bedeutung. Neben den oben ausgeführten Gründen im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Gesellschaft wird diese Zielgruppe durch den demographischen Wandel zu einer größer werdenden Zielgruppe. Demnach nimmt die Anzahl der älteren Menschen ab 60+ stetig zu (Schumpelick, Vogel, 2014, 34).

Die folgende Abbildung zeigt die Form der Alterspyramide in Deutschland, die sich bereits im Vergleich zu 1910 und 2005 enorm verschoben hat (Springer Gabler Verlag, o.J.).

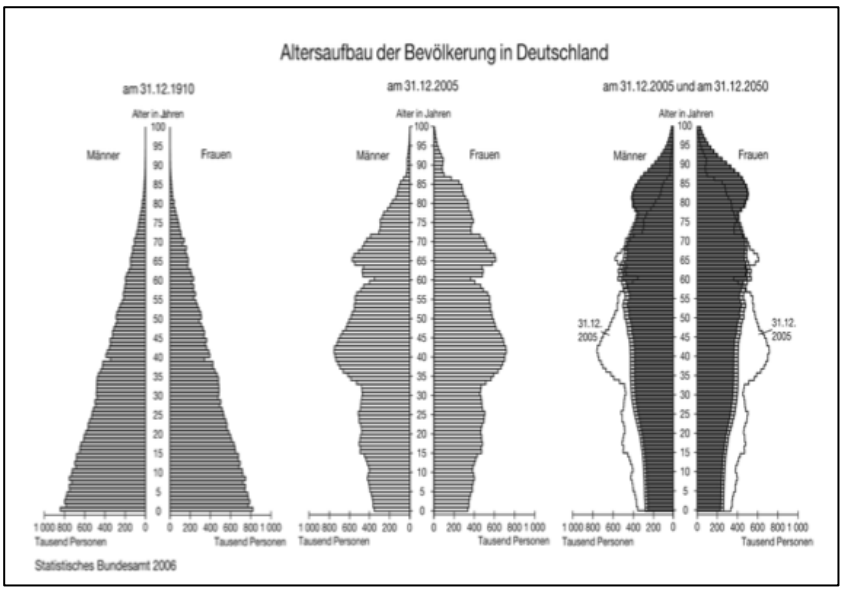


Abbildung 3 Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland (angelehnt an: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/bevoelkerungspyramide.html)

Anhand von Abbildung 3 ist festzuhalten, dass die Anzahl der jungen Menschen nicht mehr den überwiegenden Bevölkerungsanteil bildet, sondern in Zukunft die steigende Altersquote dominiert. Auch die Prognose für die nächsten Jahre zeigt aufgrund des Anstieges der älteren Menschen weitere Formveränderungen der Alterspyramide (Stühling, 2013, 9). Hinsichtlich der Folgen des demographischen Wandels besteht in mehreren Bereichen ein Handlungsbedarf. Im Jahr 2060 soll rund ein Drittel der deutschen Bevölkerung älter als 65 Jahre alt sein (Schumpelick, Vogel, 2014, 74). Da die Folgen des demographischen Wandels nicht mehr reversibel sind, müssen sich sowohl die Politik, als auch die Wirtschaft und das Gesundheitssystem auf eine Umstrukturierung des Systems einstellen (Stühling, 2013, 11). Auch durch den Rückgang der Zahl der jungen Erwerbstätigen wird sich in Zukunft die Erwerbsphase für die ältere Generation nach hinten verschieben. Immer mehr ältere Menschen sind deutlich länger erwerbstätig als noch vor einigen Jahren (Backes, Clemens, 2008, 351). Somit müssen auch das Nutzungsverhalten und

die Kompetenzerweiterung im Hinblick auf digitale Medien bei älteren Menschen in den Vordergrund rücken, da sich auch die Technik stetig weiterentwickelt.

Ein weiterer Grund für die Bedeutung digitaler Kompetenzen durch ältere Menschen stellt die so genannte ´digitale Kluft´ - also die Spaltung der Gesellschaft in Gewinner_innen und Verlierer_innen der Digitalisierung - dar. Laut Dudenhöffer und Meyen (2012) bestehen in Deutschland verschiedene Klüfte der digitalen Spaltung. Eine davon ist die Altersskluft, die besagt, dass jüngere Menschen öfter das Internet nutzen als ältere Menschen. Die aktuelle Ausgabe des (N)Onliner-Atlasses der D21-Initiative (2016a) stützt diesen Befund: Je älter die Personengruppe ist, desto weniger wird das Internet genutzt (siehe Abbildung 4).

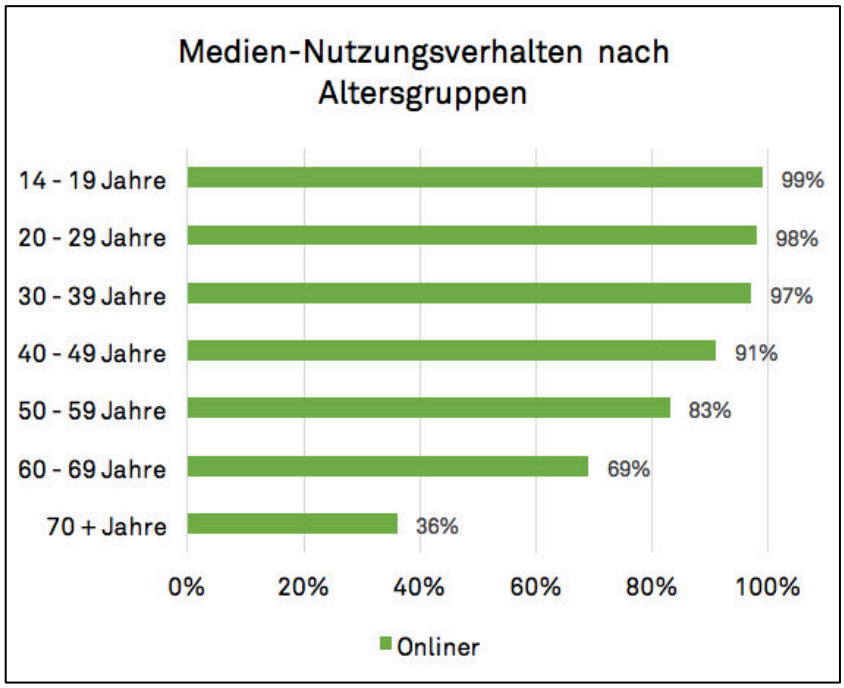


Abbildung 4 Medien-Nutzungsverhalten nach Altersgruppen. angelehnt an (D21-Initiative, 2016, 58)

Abbildung 4 macht deutlich, dass die jüngere Generation häufiger im Internet ist, als die Generation ab 60+. Hier liegt der

Prozentanteil zwischen 60 und 69 Jahren bei 69% und bei den über 70-jährigen lediglich nur noch bei 36%.

Dieser eher skeptischen Einstellung gegenüber digitalen Medien lässt sich jedoch eine zunehmend positive Weiterbildungsaffinität älterer Menschen gegenüberstellen: So lässt sich beobachten, dass ältere Menschen großes Interesse als Gasthörer an Lehrveranstaltungen innerhalb von Hochschulen haben oder Kurse in Volkshochschulen besuchen. In den Jahren von 2003 bis 2013 ist der Anteil der Teilnahme um circa 10 Prozent gestiegen. Darüber hinaus beschäftigt sich die Generation 65+ verstärkt mit den Bereichen Fernsehkonsum und Lesen. Immer mehr ältere Menschen setzen sich mit den zunehmenden technischen Fortschritten auseinander. In Deutschland findet ein überdurchschnittlicher Trend gegenüber anderen europäischen Ländern statt. 57 Prozent der Nutzer_innen beschäftigen sich in ihrer Freizeit mit einem Computer und sogar 45 Prozent aller über 65-jährigen in Deutschland nutzen das Internet, davon über die Hälfte täglich oder fast täglich. Im Vergleich zu den Frauen setzten sich Männer häufiger mit der Nutzung eines Computers auseinander. Zwei Drittel der Generation 65+ nutzen das Internet unter anderem für Online-Bestellungen und Online-Banking, für das Versenden von E-Mails, das Lesen von Zeitungsartikeln oder auch das Buchen von Reisen (Statistisches Bundesamt, 2015, 23ff.).

Ziel der GOW ist es, dass auch benachteiligte Zielgruppen, wie beispielsweise Senior_innen, am technischen Fortschritt teilhaben können und sich somit der digitale Spalt ein Stück weit schließen kann. Ältere Menschen benötigen mehr Zeit, sich Funktionen von neuen Technologien anzueignen. Nach ökonomischen Gesichtspunkten ist es von hoher Relevanz, dass sich

die ältere Generation mehr Wissen über die stetige technische Weiterentwicklung verschafft, da Senior_innen nicht mit den technischen Möglichkeiten aufgewachsen sind (Rehacare International, 2016). Viele Senior_innen, die auch speziell an dem Kursangebot “Senior_innen - Fit im Netz” teilgenommen haben, sind einerseits offen für neue Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien und andererseits stehen sie manchen technischen Möglichkeiten eher skeptisch gegenüber. Ein Grund für die auftretende Skepsis ist unter anderem die Unsicherheit im Umgang mit Tablets oder auch Apps. Viele sorgen sich um ihre Sicherheit und sind in der Internetnutzung daher eher zurückhaltend. Dennoch zeigt die Entwicklung, dass diese Zielgruppe sich immer häufiger mit dem Thema “digitale Medien” auseinander zu setzen scheint. Einige ältere Menschen bringen bereits Vorkenntnisse aus beruflicher Ebene mit, andere nehmen an öffentlich zugänglichen Angeboten teil und erweitern somit ihr Wissen bezüglich ihres Nutzungsverhaltens. Das Internet wird von Senior_innen nicht nur zur Informationsbeschaffung genutzt, sondern auch, um Kontakte zur Familie und zu Freunden aufrecht zu erhalten (Portal für Senioren, o.J.).

Abschließend lässt sich festhalten, dass sich das Nutzungsverhalten von Senior_innen nach aktuellem Forschungsstand verändert und zunimmt. Dies bestätigen Studien, wie die ARD/ZDF-Onlinestudie von Frees und Koch (2015), in der von einem deutlichen Zuwachs der Internetnutzung der über 70-Jährigen berichtet wird. Darüber hinaus sind Senior_innen im Vergleich zu vorherigen Generationen vielseitig interessiert an Weiterbildungsangeboten und nehmen viele Möglichkeiten des Informationszuwachses wahr. Volkshochschulkurse werden zunehmend belegt und die Anzahl an Senior_innen, die ein Hochschulstudium aufnehmen, ist in den letzten fünf Jahren

um 42 Prozent angestiegen (Frees, Koch, 2015, 368). Die GOW 17 bewegt sich also mit dem Thema digitale Medien zwar in einem Feld, das von Senior_innen skeptisch betrachtet wird, andererseits schließt es an Weiterbildungsaffinitäten an. Eine Adressierung der ´generation gap´ in der Nutzung digitaler Medien sollte über Weiterbildung erfolgen.

2.3.6 Nutzungsverhalten von pädagogischen Lehrkräften

„Lernen ändert sich. Auch der Umgang mit und der Zugang zu Wissen wandelt sich fundamental“ (Initiative D21, 2016b, 5). So ist es in der Informationsgesellschaft essentiell, sich in der Schule mit digitalen Medien auseinanderzusetzen und einen kompetenten Umgang zu erlernen, um an einer sich digitalisierenden Gesellschaft aktiv teilnehmen zu können (Collaboratory, o.J.). Eine solide Medienkompetenz wird jedoch nicht allein durch ein häufiges Nutzungsverhalten entwickelt, sondern es bedarf einer Ausrichtung auf die kompetente Nutzung digitaler Medien. Dazu werden Bildungsorte mit adäquaten Lernszenarien und Handlungsfeldern benötigt (ebd.). Um dies am Lernort Schule zu gewährleisten, ist eine optimale Ausbildung der pädagogischen Fachkräfte Grundvoraussetzung. Aufgrund dieser Erkenntnis ist es Ziel, bereits im Studium und Referendariat sowie durch Fortbildungen pädagogische Fachkräfte an das Thema Digitalisierung und Mediengrundbildung heranzuführen, um diese als kompetente Nutzer_innen und Lehrkräfte auszubilden (Initiative D21, 2014, 7). Jedoch ist zu betonen, dass sowohl die (Medien-)Bildung als auch die Lehramts- und Referendariatsausbildung Angelegenheiten des Landes sind. Somit hat jedes Bundesland eigene Richtlinien für die Umsetzung. Laut der D21-Studie sind die meisten Lehrer_innen gegenüber digitalen Medien im Unterricht positiv eingestellt (ebd., 9). Lediglich jede fünfte Lehrkraft steht diesen skeptisch gegenüber, wobei anzumerken ist, dass es sich

bei den Skeptikern_innen überdurchschnittlich oft um Lehrer_innen über 50 Jahren handelt (ebd.). Dies lässt sich auf den Benachteiligungsfaktor „Alter“ zurückführen (vgl. Kapitel 2.2). In einer repräsentativen Studie des Digitalverbandes Bitkom (2016) gaben 48% der Lehrkräfte an, dass sie gerne häufiger digitale Medien im Unterricht nutzen wollen würden (Bitkom, 2016). Dies scheitert jedoch oft an einer mangelnden Infrastruktur der Schulen. Es verfügt nicht jeder Klassenraum über die nötige Ausstattung, um einen digitalen Unterricht umsetzen zu können. Stattdessen stehen in der Regel lediglich Einzelgeräte in speziellen Fachräumen zur Verfügung, die sich die Lehrkräfte untereinander teilen müssen (ebd.).

So lässt sich erkennen, dass Lehrkräfte grundsätzlich bereit und in der Lage sind, digitale Medien in den Unterricht zu integrieren. Allerdings ist dies aufgrund einer mangelnden technischen Ausstattung oftmals nicht möglich. Ebenso ist es wichtig, dass es einheitliche Bildungsstandards in ganz Deutschland geben wird, sowie verpflichtende und regelmäßige Fortbildungen für Lehrkräfte (Initiative D21a, 2016, 9).

2.3.7 Leitmotive der Offliner_innen

Die Zahl der Menschen, die das Internet nutzen liegt bei 58 Millionen Bürger_innen in Deutschland, was einem Anteil von 79% an der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren bedeutet (Initiative D21, 2016a, 54). In den letzten zehn Jahren konnte eine stetige Steigung der Nutzer_innen festgehalten werden. Allerdings zeigt die Erhebung des D21-Digital-Index ebenso einen relativ stagnierenden Wert der Offliner_innen (18%) welche die Nutzung des Internets ablehnen (Initiative D21, 2016a, 55).

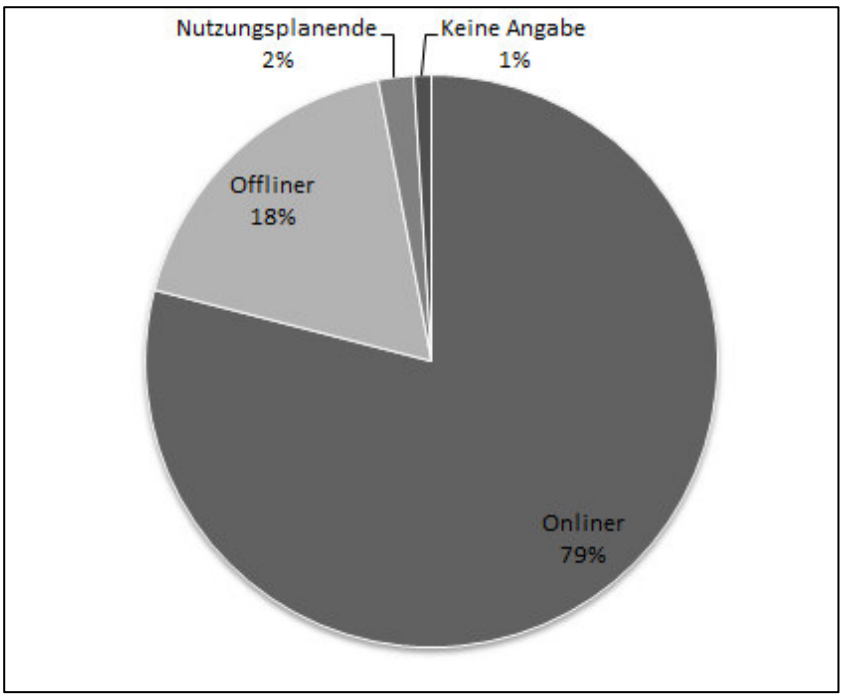


Abbildung 5 Internetnutzung von Offliner_innen (Initiative D21, 2016a, 54)

An dieser Stelle sind die Beweggründe der Offliner_innen von Interesse. Was bewegt die Nichtnutzer_innen dazu, den Gebrauch des Internets abzulehnen? Abbildung 6 beschreibt die Hintergründe der Menschen, die bisher aus der digitalen Gesellschaft exkludiert sind. Dabei wird deutlich, dass das Interesse an digitalen Medien eine relevante Rolle spielt. Vorteile, sowie die Bedeutung von digitalen Medien sind den Offliner_innen nicht bewusst und führen zu fehlender Neugier, sich mit der Nutzung des Internets auseinanderzusetzen. Dadurch empfindet die Mehrheit der Befragten des Digital-Index‘ klassische Medien als ausreichend. Hierbei stellt das geringe Interesse eine erste Hürde dar, wodurch die Motivation der Betroffenen, sich mit digitalen Medien und dem Internet zu beschäftigen, sinkt. Zudem führen mangelnde digitale Kompetenzen zu Unsicherheit der Nutzer_innen.

Damit wird eine weitere wesentliche Hürde beschrieben, die eine kompetente Nutzung digitaler Medien beschränkt. Internetnutzung verlangt einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien und benötigt qualifiziertes Wissen über digitale Ressourcen. Chancen und Möglichkeiten müssen aufgezeigt werden und über mögliche Risiken aufgeklärt werden. Resultierend aus dem defizitären Handlungsrepertoire der Offliner_innen entwickeln sich Ängste hinsichtlich des Internets, insbesondere sicherheits-, und datenschutzrechtliche Bedenken.

Ziel sollte es daher sein, dass sich jeder_jede, unabhängig von Alter, Geschlecht, Bildung oder Erwerbstätigkeit selbstbestimmt und verantwortungsvoll im digitalen Netz bewegen kann. Daher ist es notwendig, an Motiven der Offliner_innen anzuknüpfen und mögliche Bedenken aufzuklären und erforderliche Digitalkompetenzen zu vermitteln, die in einer fortschreitenden digitalen Welt unverzichtbar sind (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6 Gründer für die Nichtnutzung der Offliner_innen (Initiative D21, 2015)

2.4 Forschungsfragen

Durch die in Kapitel 2.1 aufgeführten Hintergründe und Problemlagen konnten drei unterschiedliche Forschungsfragen entwickelt werden. Diese lauten wie folgt:

1. *Inwieweit konnten durch die Kurse die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden?*

2. *Hat sich das Interesse hinsichtlich der Nutzung von digitalen Medien erhöht?*
3. *Inwiefern sind die Kurse nachhaltig?*

Diese Forschungsfragen sollten anhand der verschiedenen Forschungsmethoden beantwortet werden. Aus den formulierten Fragestellungen geht hervor, dass hierbei geprüft wird, ob die angebotenen Kurse innerhalb der GOW dazu beitragen können, dass die digitale Chancengleichheit erhöht wird und somit die Teilnehmenden sowie die kooperierenden Einrichtungen positiv beeinflusst werden können. Vorerst wurden verschiedene Begriffe wie folgt operationalisiert:

Die **Kurse** setzen sich aus verschiedenen Personen außerhalb des Arbeitsalltags zusammen. An dieser Stelle wird die Gruppe vor verschiedene Aufgaben gestellt. Dabei werden gemeinsame Lösungswege angestrebt und ein Ergebnis wird hergestellt (Thiel, Schiersmann, 2014, 112). Bezogen auf die GOW sind die jeweiligen Gruppen, die an den Kursen teilnehmen, recht unterschiedlich, da die jeweiligen Kurse verschiedene Zielgruppen haben.

Die Operationalisierung des Begriffs der **digitalen Kompetenzen** basiert auf dem Verständnis der DigComp. Hierbei werden fünf Hauptkomponenten benannt: *Informationen und Daten-*

alphabetisierung, Kommunikation und Zusammenarbeit, Erstellung digitaler Inhalte, Sicherheit, Problemlösung. (DigComp 2.0) Innerhalb der GOW sollen diese Kompetenzen vermittelt werden und durch die genannten Fragestellungen wird schlussendlich evaluiert, inwiefern dies gelungen ist.

Unter **Interesse** wird die Aufmerksamkeit oder kognitive Anteilnahme verstanden, die eine Person einer anderen Person oder einer Sache gegenüber zeigt. Zu dem Interesse gehören ebenfalls Aktivitäten in der Freizeit einer Person (Stangl, 2017).

Des Weiteren wird der Begriff der **Nutzungsmotivation** erläutert. Dies ist ein wichtiges Kriterium für die Bewertung von Medien (Kroisamer, 2014). Dabei werden die Nutzer_innen dazu motiviert, sich längerfristig mit einem Produkt oder ähnlichem auseinanderzusetzen. Dieser Aspekt wird durch Elemente, wie beispielsweise Spiele oder Videos, verstärkt. (Koch, Ott, 2012) Innerhalb der GOW sollen die Teilnehmenden ebenfalls dazu motiviert werden, sich langfristig intensiver mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Die Anstöße, die in den Kursen gesetzt werden, sollen zu diesem Ziel beitragen. Im Folgenden wird der Begriff der digitalen Medien definiert.

Der Begriff **digitale Medien** bezeichnet elektronische Medien, die mit digitalen Codes arbeiten. Darunter sind unter anderem Kommunikationsmedien zu verstehen, wie beispielsweise das Internet. Hierbei ist es von Bedeutung, Wissen und Informationen vermittelt zu bekommen. Die Betrachtung der digitalen Medien ist der Hauptaspekt der GOW. Der Zugang hierzu soll erleichtert und das Interesse der Teilnehmenden soll erregt werden.

Zuletzt wird die **Nachhaltigkeit** näher erläutert. Darunter versteht man eine „Entwicklung, die die Lebensqualität der gegenwärtigen Generation sichert und gleichzeitig zukünftigen Generationen die Wahlmöglichkeit zur Gestaltung ihres Lebens erhält“ (Bericht der Brundtland-Kommission, 1987, zitiert nach Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalens, 2009). Die Nachhaltigkeit bezieht sich demnach ebenfalls auf eine zukünftige Nutzung - im Fall der GOW auf die nachhaltige Nutzung der digitalen Medien durch die angebotenen Kurse.

Bei Betrachtung der drei Forschungsfragen wird deutlich, dass sich diese sowohl auf die Kursteilnehmenden als auch auf die kooperierenden Einrichtungen und Ansprechpartner_innen beziehen. Durch die Betrachtung der verschiedenen Sichtweisen kann zum einen die Nachhaltigkeit und zum anderen die Nutzungsmotivation der Teilnehmenden überprüft werden. Daher besteht die Notwendigkeit, sowohl eine qualitative als auch eine quantitative Erhebung durchzuführen. Die verschiedenen Methoden werden in Kapitel 4.3 und 4.4 näher erläutert.

2.5 Hypothesen

Um den für das Projekt konzipierten Nutzer_innenfragebogen auswerten zu können, wurden im Vorfeld sechs verschiedene Hypothesen aufgestellt. Abbildung 7 gibt eine Übersicht über die zu überprüfenden Annahmen.

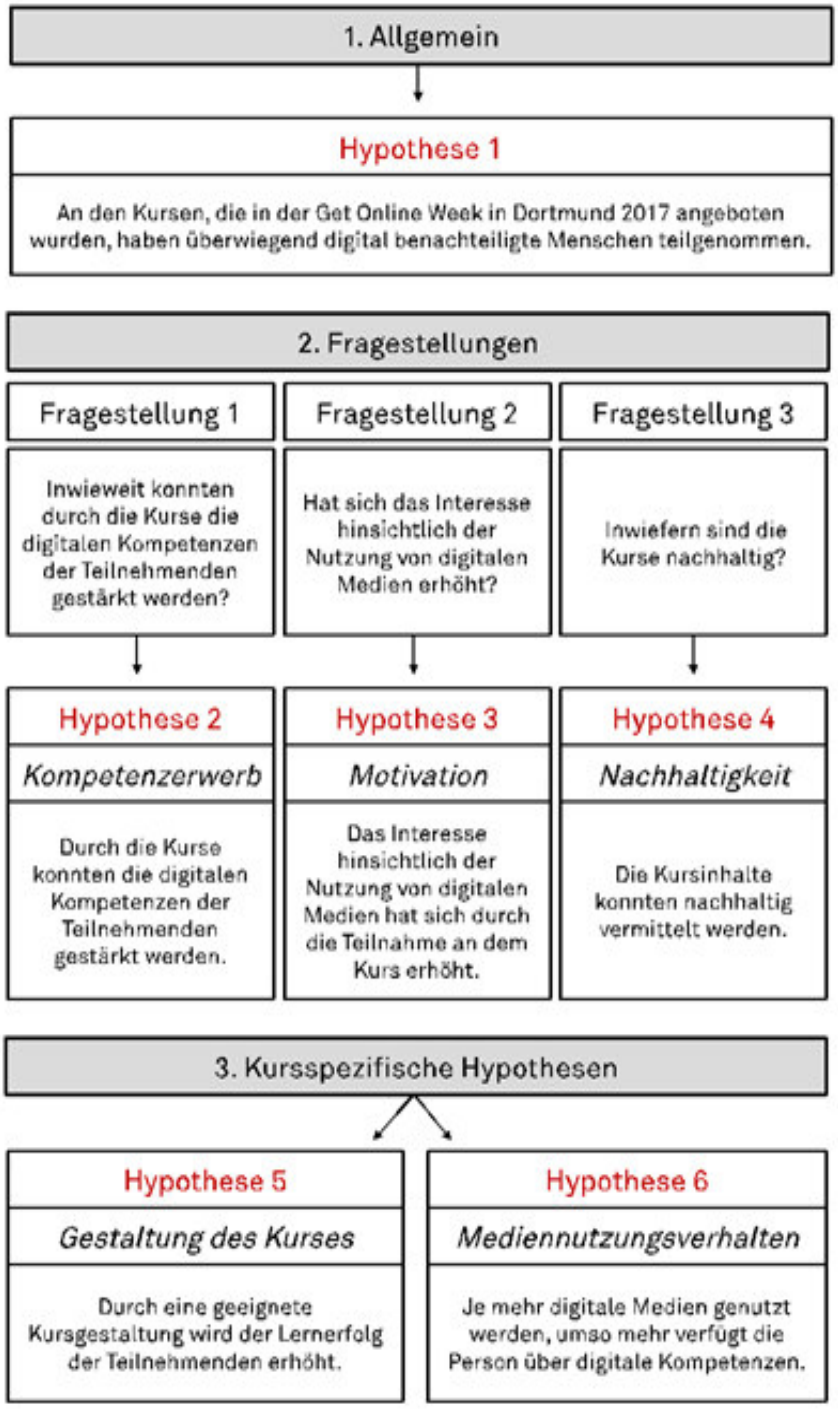


Abbildung 7 Hypothesen

1. Allgemein: Um das übergeordnete Ziel der GOW zu erreichen, wurde eine allgemeine erste Hypothese in Bezug auf die Erreichung digital benachteiligter Menschen aufgestellt.

Hypothese 1: An den Kursen, die in der Get Online Week in Dortmund 2017 angeboten wurden, haben überwiegend digital benachteiligte Menschen teilgenommen.

Begründung: Die GOW hat speziell digital benachteiligte Personengruppen sowie Fachkräfte und Einrichtungen, die mit digital benachteiligten Menschen arbeiten, anvisiert. Durch die dargestellten Studien und Modelle in Kapitel 2 (Theoretische Grundlagen) wurden folgende Benachteiligungsfaktoren und benachteiligte Personengruppen identifiziert.

Bildung: Menschen mit niedriger formaler Bildung zählen zur benachteiligten Personengruppe (Initiative D21, 2016a, 14; DIVSI, 2016, 23)

Geschlecht: Frauen sind digital benachteiligt (Initiative D21, 2016a, 12)

Alter: Personen höheren Alters (60+) sind besonders von digitaler Benachteiligung betroffen (Initiative D21, 2016a, 25; DIVSI, 2016, 22)

Behinderung: Menschen mit Behinderung sind durch fehlende Barrierefreiheit digital benachteiligt (Berger et al., 2010, 134ff.)

Nicht Berufstätige: Nicht Berufstätige sind digital benachteiligt (Initiative D21, 2016, 26; DIVSI, 2016, 23).

Strafgefangene: Strafgefangene des geschlossenen Vollzugs haben keinen

(freien) Zugang zum Internet. Daher gehören Inhaftierte zu einer digital benachteiligten Personengruppe (Gruber, 2013, 1f.; Gruber, 2016; Hoenig, 2016).

2. Fragestellungen: Um die drei Fragestellungen der GOW beantworten zu können, wurden diesbezüglich für jede Fragestellung eine Hypothese aufgestellt. Die zweite Hypothese in Bezug auf den Kompetenzerwerb der Teilnehmenden steht in Verbindung mit der ersten Fragestellung (siehe Abbildung 7).

Hypothese 2: Durch die Kurse konnten die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden.

Begründung: Baake definiert Medienkompetenz über vier Dimensionen – Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung – in deren Zentrum die kompetente Nutzung digitaler Medien steht (Baake, 1996, 119ff.). Von einer Stärkung digitaler Kompetenz kann ausgegangen werden, wenn sich das Wissen über Medien erweitert, dessen Nutzen für sich erkannt wurde und diese sinnvoll angewendet werden können.

Um die zweite Fragestellung beantworten zu können, thematisiert die dritte Hypothese diesbezüglich die Motivation der Teilnehmenden.

Hypothese 3: Das Interesse hinsichtlich der Nutzung von digitalen Medien hat sich durch die Teilnahme an der GOW erhöht.

Begründung: Durch verschiedene Barrieren kann die Nutzung digitaler Medien eingeschränkt sein. Neben dem Fehlen von Nutzungskompetenz und einer Zugangsbarriere auf technischer und finanzieller Ebene, kann eine Hürde die fehlende Motivation sein. Es kann davon ausgegangen werden, dass durch die Teilnahme an dem Kursangebot Erfahrungen mit digitalen Geräten gesammelt werden, die dazu führen, dass ein individueller Mehrwert durch digitale Medien erkannt wird, der die Teilnehmenden motiviert, sich weiter mit digitalen Medien auseinanderzusetzen (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), 2016, 7).

Die dritte Fragestellung in Kombination mit der vierten Hypothese geht auf die Nachhaltigkeit der GOW ein.

Hypothese 4: Die Kursinhalte konnten nachhaltig vermittelt werden.

Begründung: Die Aushändigung von Materialien trägt dazu bei, dass sich die Kursteilnehmenden auch nach dem Kurs weiterhin mit der dort behandelten Thematik beschäftigen, somit wird die Nachhaltigkeit gefördert. So konnte durch das Projekt GOW 16 festgestellt werden, dass 71,1% (128 von 180) der Kursteilnehmer_innen angaben, sich auch über den Kurs hinaus, durch die ausgehändigten Materialien, weiter mit Thema zu beschäftigen (Feldmann et al., 2016, 125). Zudem kann davon ausgegangen werden, dass Inhalte, Informationen und Themen, die weitererzählt werden sich verbreiten und sich so ihr Bekanntheitsgrad vergrößert.

3. Kursspezifische Hypothesen: Es wurden abschließend zwei kursspezifische Hypothesen aufgestellt. Die fünfte Hypothese bezieht sich auf die Gestaltung der verschiedenen Kurse.

Hypothese 5: Durch eine geeignete Kursgestaltung wird der Lernerfolg der Teilnehmenden erhöht.

Begründung: Es wird angenommen, dass die Lernerfolge der Teilnehmenden durch das kursspezifische Experten_innenwissen der Kursleiter_innen, dem Verhältnis zu diesen, die Geschwindigkeit in der die Kursinhalte vermittelt werden, sowie die individuelle Abstimmung auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden bedingt sind. Diese Annahmen können aus den Ergebnissen des Projektes GOW 16 abgeleitet werden (Feldmann et al., 2016, 124f.)

Abschließend wurde die sechste Hypothese entwickelt, die das Mediennutzungsverhalten der Teilnehmenden thematisiert.

Hypothese 6: Je mehr digitale Medien genutzt werden, umso mehr verfügt die Person über digitale Kompetenzen.

Begründung: Die Dimension der Nutzung digitaler Medien ist ein wichtiger Bestandteil der Medienkompetenz (Baake, 1996, 119). So kann davon ausgegangen werden, dass Personen, die Medien nutzen, anwenden und bedienen können, auch mehrere digitale Medien nutzen. Die Anzahl genutzter digitaler Medien ist ein Hinweis für digitale Kompetenz/ Medienkompetenz.

3 Die Get Online Week – Dortmund 2017

Die GOW ist eine europaweite Themenwoche, die Menschen dazu ermutigen soll, digitale Medien zu nutzen. Bei dem Projekt handelt es sich um eine jährliche digitale Kampagne, die Menschen empowern und fördern möchte, digitale Technologien zu nutzen, um von den Vorteilen des Internets profitieren zu können (Telecentre Europe, o.J.). Seit 2010 setzt sich die GOW in vielen europäischen Ländern für die digitale Teilhabe, Kompetenzerweiterung und Motivation für die Auseinandersetzung digitaler Medien aller Menschen ein. Im Jahr 2017 findet die digitale Themenwoche bereits zum dritten Mal in Dortmund statt. 18% der deutschen Bevölkerung machen derzeit keinen Gebrauch vom Internet und sind damit offline (Initiative D21, 2016a, 54). Daher ist es von großer Bedeutung die benachteiligten Personengruppen durch Impulssetzungen der GOW zu motivieren die Chancen des Internets wahrzunehmen. Die GOW hat in Dortmund in der Woche vom 27.03.2017 bis 02.04.2017 ein kostenfreies Kursprogramm angeboten. Dabei konnten „Kurse“ – also rund zweistündige pädagogische Interventionen von kooperierenden Einrichtungen „gebucht“ werden. Die Aufgabe der Einrichtungen bestand dabei in der Teilnehmer_innenakquise sowie in der Zurverfügungstellung von Räumen. Die Intervention soll die Teilnehmenden dazu anregen, sich dauerhaft mit dem Thema digitaler Medien auseinanderzusetzen. Da die Interventionsangebote nur punktuell stattfinden, soll die GOW einen nachhaltigen Impuls setzen und dazu motivieren, weitere Angebote zur Erweiterung digitaler Kompetenzen in Anspruch zu nehmen, um vom Internet und dessen Spannweite profitieren zu können.

3.1 Ziele

Das vorrangige Ziel der GOW ist es, einen Beitrag zur Schließung der digitalen Kluft beizutragen. Die digitale Spaltung der Bevölkerung soll dadurch gemindert werden. Weiterhin soll die Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erregt werden, um zum einen das Interesse möglicher Kooperationspartner zu wecken und zum anderen den Bekanntheitsgrad der GOW zu erhöhen. Zudem strebt die Kampagne an, den sinnvollen und kompetenten Umgang mit Medien zu vermitteln. Dieser soll einen nachhaltigen Impuls bei Individuen und kooperierenden Einrichtungen bewirken. Diese Ziele sollen die Teilhabe in der digitalen Gesellschaft ermöglichen und benachteiligten Personengruppen den Zugang zu digitalen Medien erleichtern.

Die Kursangebote der GOW werden individualisiert an die Ziele der anvisierten Personengruppen angepasst. Dies ist erforderlich, da die unterschiedlichen Zielgruppen differente Ziele verfolgen. Für Teilnehmende, die noch offline sind, ist es relevant Interneterfahrungsorte kennenzulernen, wo sie in einem angenehmen Umfeld Gebrauch von digitalen Medien machen können und kompetente Unterstützung bei Schwierigkeiten erhalten (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), 2016, 7). Mit dem Aufzeigen von medialen Lernorten kann eine der vier Hürden, *Zugang,* abgebaut werden. Weiterhin gilt es, den Mehrwert digitaler Medien aufzuzeigen. Die Vorteile der technischen Möglichkeiten führen zu erhöhter Motivation und zur verstärkten Aufmerksamkeit und Lernbereitschaft, sich dauerhaft mit digitalen Medien auseinanderzusetzen (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), 2016, 7). Im Zusammenspiel mit dem Abbau der zweiten Barriere *Motivation* steigt die Bereitschaft an Kursangeboten teilzunehmen

und damit seine digitalen Kompetenzen zu stärken und zu erweitern.

3.2 Öffentlichkeitsarbeit

Ein wichtiges Augenmerk wird durch die GOW auf die breite Öffentlichkeitsarbeit gelegt. Um möglichst viele Menschen auf die GOW aufmerksam zu machen, erscheint es von großer Bedeutung, diese auszuweiten und damit die Reichweite zu erhöhen. Die Projektgruppe hat sich zu diesem Zwecke für die Verwendung der sozialen Medien Facebook und Instagram entschieden, da diese eine Diskussionsplattform bieten, welche einen wechselseitigen Austausch zwischen interessierten Menschen ermöglicht. Des Weiteren unterliegen die Beiträge keiner redaktionellen Kontrolle, wodurch viele Impulse gesetzt werden können, die zu einer Beteiligung der interessierten Follower_innen führen kann. In Tabelle 1 sind alle öffentlich publizierten Beiträge über die Aktivität der GOW zu finden.

Tabelle 1 Beiträge in Medien

Datum	Medium	Titel
Blogs		
16.03.17	Stadt- und Landesbibliothek Dortmund Facebookseite	Facebook, Snapchat und Instagram – aber sicher! Veranstaltung für Senioren in der Zentralbibliothek
24.03.17	Stadt- und Landesbibliothek Dortmund Facebookseite	Save the date: Get Online Week in der Zentralbibliothek und die Stadtteilbibliotheken

27.03.17	Stadt- und Landesbibliothek Dortmund Facebookseite	Auftaktveranstaltung zur Get Online Week: Heute im Studio B – Vermittlung von Medienkompetenz durch Studierende der TU Dortmund
27.03.17	Stadt Dortmund Twitteraccount	Startschuss der “Get Online Week”
03.04.17	I-Linc-Facebookseite	„Seniors – Fit in the internet“ – a raving success – GOW17 in Dortmund University
10.04.17	I-Linc-Facebookseite	Great GOW in Dortmund University!
10.04.17	Telecentre-Europe-Facebookseite	„Media Literacy – ist he toolbox for the future“ and other courses offered by I-Linc Digital Changemakers of Get Online Week – Dortmund
Zeitungen		
23.03.17	Ruhr Nachrichten	Senioren sollen fit im Netz werden
28.03.17	Fokus Online	“Get Online Week” startet mit Social Media für Senioren
29.03.17	Ruhr Nachrichten	Get Online Week: Kurse für Medienkompetenz
06.04.17	Westfälische Rundschau	Senioren Fit Im Netz

Fernsehen		
17.03.17	WDR Fernsehen	Archiv 17.03. WDR aktuell/ Lokalzeit
Homepages		
23.01.17	Homepage Get online week EU	Get connected- surf reflected
15.03.17	Homepage Stadt- und Landesbibliothek Dortmund	Facebook, Instagram, Snapchat- Aber sicher!
17.03.17	Homepage DOKOM21	„Get Online Week 2017“ - TU-Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz”
20.03.17	Homepage Stadt Dortmund	TU-Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz
20.03.17	Homepage I-LINC	Seniors - Fit in the internet! - a raving success of GOW17 in Dortmund University
21.03.17	Homepage Fakultät Rehabilitationswissenschaften	Get Online Week Dortmund unterstützt digitale Teilhabe
26.03.17	Homepage Dortmund.24	Onlinewoche 2017: Kostenlose Medienkurse
27.03.17	Homepage DOKOM21	„Get Online Week 2017“ startet mit Social Media für Senioren: TU-Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz

03.04.17	Homepage Johann-Gutenberg-Realschule	getonlineweek
10.04.17	Homepage I-LINC	Great GOW in Dortmund University
27.04.17	Homepage Hauptschule am Dahlbusch	Lehrkräfte informieren sich über Apps

Wie in den vorangegangenen Projektjahren hat sich auch die diesjährige Projektgruppe dazu entschieden, im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit, die Facebookseite ,,Get Online Week-Dortmund'' zu übernehmen und auf dieser Neuigkeiten, Fotos sowie aktuelle Beiträge zum Thema digitale Inklusion zu veröffentlichen. Hierdurch wird das Ziel verfolgt, die Bekanntheit der GOW zu steigern und vermehrt Aufmerksamkeit für die Wichtigkeit von digitaler Inklusion zu erregen. Das soziale Netzwerk Facebook hat nach eigenen Angaben weltweit 1,86 Milliarden aktive Nutzer_innen, davon 27 Millionen Nutzer_innen in Deutschland (Statista, 2017b). Daher bietet es sich an, diese Reichweite zu nutzen und mit Hilfe der Facebook-Seite auf die GOW in Dortmund aufmerksam zu machen.

Neben dem Medium Facebook zur Veröffentlichung aktueller Themen entschied sich die Projektgruppe dazu, mit der Fotoplattform Instagram ein weiteres soziales Netzwerk heranzuziehen, um möglichst viele Menschen auf die GOW in Dortmund aufmerksam zu machen. Ein wesentlicher Grund für die Erstellung eines Instagram-Accounts war die Beliebtheit des Netzwerkes, das weltweit monatlich von etwa 700 Millionen Nutzer_innen verwendet wird (Statista, 2017c). Insbesondere bei Jugendlichen ist diese App sehr beliebt und somit kann

diese Zielgruppe durch den Instagram-Account erreicht werden. Durch die Hashtag-Funktion (#) können einzelne Schlagwörter gezielt gesucht werden (Ziegler, 2016, 63). Somit konnte die Projektgruppe über eigene Hashtags andere Beiträge zum Thema digitale Teilhabe finden und auch von anderen Seiten gefunden werden. Da auf der Plattform Instagram hauptsächlich Fotos geteilt werden und nur kurze Untertitel verfasst werden können, ging es der Projektgruppe darum, dass andere Nutzer_innen einen Einblick über den Projektablauf bekommen und sich die Aufmerksamkeit für das Projekt erhöht.

Die Aktivitäten der GOW 17 in Dortmund wurden von zahlreichen Einrichtungen auf öffentlichen Facebookseiten und -Blogs erwähnt. Besonders die Stadt- und Landesbibliothek Dortmund hat sich durch drei verschiedene Beiträge auf dem sozialen Netzwerk Facebook hervorgetan.
In einer safe-the-date-Meldung vom 16.03.2017 wurde zunächst über die Veranstaltung des Kurses ,,Facebook, Instagram, Snapchat- Aber sicher!'' in der Stadt- und Landesbibliothek informiert und besonders Senior_innen dazu aufgerufen, sich für die Kursteilnahme anzumelden (Stadt- und Landesbibliothek Dortmund- Facebookseite, 2017a). Eine erneute Erinnerung für die Anmeldung fand am 24.03.17 statt (Stadt- und Landesbibliothek Dortmund- Facebookseite, 2017c). In diesem Beitrag war zusätzlich ein Link der Stadt Dortmund (Dortmund.de) enthalten, über welchen sich Interessierte mehr Informationen über Kursangebote der GOW in Dortmund beschaffen konnten.

Zum Auftakt der GOW 17 am 27.03. hat die Stadt- und Landesbibliothek ein Foto gepostet und angekündigt, dass der Auftakt der GOW gemacht wurde (Stadt- und Landesbibliothek

Dortmund- Facebookseite, 2017b). Die Facebookseite der Stadt- und Landesbibliothek zählt insgesamt 1.280 ,,Gefälltmir''-Angaben, welche durch deren Beiträge von den Angeboten der GOW erfahren konnten. Ein ähnlicher Beitrag zum Auftakt der GOW wurde auch über den Twitteraccount der Stadt Dortmund (Stadt Dortmund Twitteraccount, 2017) veröffentlicht. Auch in diesem war ein Link der Stadt Dortmund enthalten, der genauere Informationen über das Kursangebot bereitgestellt hat. Die Beiträge des Twitteraccounts erreichen 76.107 Follower_innen. Die Facebookseite ,,I-Linc'' (239 Follower_innen) berichtete ebenfalls über diverse Kurse der GOW. Innerhalb der Posts vom 03.04.17 und 10.04.17 wird auf Beiträge der Internetplattform,, I-Linc.com'' verwiesen, in welchen auf englisch verfasste Beiträge und Fotos über die GOW zu finden sind (I-Linc-Facebookseite, 2017; I-Linc-Facebookseite, 2017a). Zuletzt hat die Facebookseite ,,Telecentre Europe'' über die GOW berichtet und ebenfalls auf die Plattform I-Linc verwiesen (Telecentre Europe- Facebookseite, 2017). Dieser Beitrag konnte die insgesamt 1.516 Follower_innen des Twitteraccounts der Stadt Dortmund erreichen.

Jedoch wurde nicht nur aktiv von der Projektgruppe Öffentlichkeitsarbeit betrieben, sowohl analog als auch digital wurde in verschiedenen Zeitungsformaten auf die Kampagnenwoche aufmerksam gemacht. Insbesondere innerhalb und nach der GOW wurden Beiträge über verschiedene Kurse veröffentlicht. Mithilfe der lokalen Zeitungen und der Veröffentlichung im Internet konnte auf die GOW in Dortmund aufmerksam gemacht werden. Am 23.03. wurde in einem Beitrag (Ruhr Nachrichten, 2017) über den Seniorenkurs in Eving berichtet und die Ziele des Kurses “Senior_innen: Fit im Netz!” geschildert. In dem Beitrag von Focus Online wurde auf die verschiedenen Kurse der Get Online Week eingegangen und über den

Sponsor DOKOM21 berichtet (Focus Online, 2017). Ein weiterer Beitrag innerhalb der GOW bezüglich des Kurses “Facebook, Instagram, Snapchat” (Ruhr Nachrichten, 2017a) konnte auf das Thema Medienkompetenzen für Senior_innen aufmerksam machen. Darin wird außerdem von den verschiedenen Kursen der GOW berichtet. In einem weiteren Artikel der der westfälischen Rundschau wurde über die Themen des Kurses Senior_innen: Fit im Netz aufmerksam informiert (Westfälische Rundschau, 2017).

Des Weiteren wurde am 17.03.2017 ein Bericht über die Kampagnenwoche und die Projektgruppe im WDR-Fernsehen veröffentlicht. Es wurde über die verschiedenen Kurse berichtet sowie ein Einblick in die Ziele der GOW gegeben. Der Beitrag wurde bei einem Pressetermin am 17.03.2017 mit dem Sponsor der GOW - DOKOM21 - gedreht und am selben Abend im WDR-Fernsehen veröffentlicht.

Zwei Monate vor dem Start der GOW in Dortmund, am 23.01.2017, veröffentlichte die internationale Seite zur Get Online Week EU die GOW Dortmund unter dem Motto: “Get connected - surf reflected!” (Get Online Week EU, 2017). Durch den englischen Beitrag und den Verweis auf Informationsquellen wie die Facebookseite der diesjährigen GOW, können international interessierte Menschen erreicht und informiert werden. Das Projekt “Get Online Week 2017” wurde unter anderem auch durch die Fakultät 13 Rehabilitationswissenschaften der TU Dortmund unterstützt und bekannter gemacht. Unter dem Titel: “Get Online Week Dortmund unterstützt digitale Teilhabe” wurde das Projekt vorgestellt und die zu Grunde liegende Problematik der hohen Anzahl an Menschen, die das Internet noch nicht nutzen können, beschrie-

ben. Darüber hinaus wurde die Projektgruppe und das Angebot kostenfreie Kurse zur Vermittlung von digitalen Kompetenzen, bekannt gegeben. Der Beitrag der Homepage der Fakultät 13 verweist zusätzlich auf den WDR-Fernsehbeitrag zur GOW und auf die Kooperation des Sponsors DOKOM21 (Fakultät Rehabilitationswissenschaften, 2017). Der Sponsor DOKOM21 berichtete in seiner Veröffentlichung vom 17. März 2017 über das diesjährige Projekt, aber auch über die bereitgestellten Mittel mit denen die Kurse durchgeführt werden konnten. Außerdem wurden einige der Orte und Zeiten der geplanten Kurse veröffentlicht und somit potenzielle Teilnehmer_innen erreicht und informiert (Dokom21a, 2017). Im Zuge dessen stellt ein Kooperationspartner, die Stadt- und Landesbibliothek Dortmund, am 15. März 2017 ebenfalls Informationen zu dem Kurs “Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher!” auf ihren Webblog. Durch diese Kurzbeschreibung sollten Teilnehmer_innen für dieses Kursangebot in der Stadt- und Landesbibliothek gewonnen werden (Stadt- und Landesbibliothek Dortmund, 2017d). Ein weiterer Homepage-Eintrag zur GOW wurde von der Stadt Dortmund am 20.03.2017 publiziert. In diesem Beitrag werden ebenfalls die wichtigsten Informationen zur GOW 2017 und allen Kursterminen wiedergegeben (Stadt Dortmund, 2017). Innerhalb der GOW, am 27.03.2017, unterstützt DOKOM21 die Get Online Week durch einen weiteren Beitrag zum Kurs “Facebook, Instagram und Snapchat - Aber sicher!”. Die Veröffentlichung zeigt den Kurs in der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund und verweist auf weitere Kursangebote innerhalb der GOW (Dokom21, 2017b). Innerhalb der Plattform I-LINC veröffentlichte die diesjährige Projektgruppe diverse Einträge über die GOW. Die Beiträge sind auf Englisch verfasst und können somit auch international verstanden werden. Die Veröffentlichungen zu den

Kursen sollen einen Eindruck über die einzelnen Kurse vermitteln. Verstärkt wurden die Informationen mit Bildern aus den Kursen der GOW (I-LINC, 2017b). Darüber hinaus wurde in einem Beitrag nach der GOW ein Gesamtüberblick über die Projektwoche gegeben (I-LINC, 2017a). Auf der Internetseite Dortmund24.de wird am 26. März 2017, kurz vor Beginn der GOW, ein Artikel über das Projekt und seine Projektziele publiziert. In diesem Homepage-Eintrag werden detaillierter Informationen zu der Problematik der Kluft zwischen erfahrenen und unerfahrenen Internetuser_innen verdeutlicht (Dortmund24, 2017). Kurz nach der GOW, am 03.04., veröffentlicht einer der teilnehmenden Kooperationspartner, die Johann-Gutenberg-Realschule Dortmund, einen Homepage-Eintrag über die gemeinsame Kooperation und die zwei stattgefunden Kurse "Facebook, Snapchat, Instagram - Aber sicher!" und "Medien als Teil des kindlichen Alltags - Tipps für Eltern zum Thema: Mediennutzung in der Familie". Betont wurde, dass die angebotenen Kurse einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung aller Beteiligter in der Schule geliefert haben (Johann-Gutenberg-Realschule, 2017). Ebenfalls bedankte sich die Hauptschule am Dahlbusch in Gelsenkirchen über einen gelungenen Workshop zum Thema Sprach-Lern-Apps für den Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte (Hauptschule am Dahlbusch, 2017). Durch diese positiven Einträge konnte ein Einblick über die Kurse der GOW erhalten werden und das Projekt ein Stück weit bekannter gemacht werden.

3.3 Kooperierende Einrichtungen

Damit das Projekt und die jeweiligen Kurskonzepte umgesetzt werden konnten, mussten Einrichtungen für eine Kooperation gewonnen werden. Ziele des Projektes sind neben der Vermittlung eines sinnvollen Umgangs mit Medien, in Einrichtungen Aufmerksamkeit für das Projekt zu erregen, sowie eine

nachhaltige Wirkung des Projekts zu erzielen. Darum wurde ein Ansatz gewählt, eng mit Einrichtungen zusammenzuarbeiten, die über einen guten Zugang der gesetzten Zielgruppen verfügen. Darüber hinaus soll mit diesem Ansatz auch die Wirkung und Nachhaltigkeit des Projektes innerhalb der Einrichtungen erzielt werden. Um das Ziel einer erfolgreichen Kooperation zu erreichen, diente zunächst ein Kontaktverteiler der vorherigen Projektgruppe (GOW 16). Dieser Kontaktverteiler stellt eine Liste an Einrichtungen mit den dazugehörigen Daten dar und baut sich mit jeder weiteren Durchführung der GOW auf. Ursprünglich setzte sich diese Liste aus knapp 200 Einrichtungen zusammen. Da für die GOW 17 neue Kurskonzepte konzipiert wurden, hat die Projektgruppe weitere Einrichtungen ausfindig gemacht und im Kontaktverteiler ergänzt, sodass dieser letztendlich aus 291 Einrichtungen aus Dortmund und der Umgebung bestand. Dazu zählen zum größten Teil Schulen, einige Senioreneinrichtungen, Bibliotheken sowie gemeinnützigen Organisationen. Ein weiterer großer Anteil setzte sich aus sonstigen Einrichtungen zusammen, darunter befinden sich beispielsweise zahlreiche Justizvollzugsanstalten. Die in dem Kontaktverteiler aufgeführten Einrichtungen wurden per Mail kontaktiert und erhielten zunächst eine Einladung zu einem Kontakttag am 21.12.2016 in der Sozialforschungsstelle in Dortmund-Eving. An diesem Tag stellte sich die Projektgruppe den eingeladenen Einrichtungen persönlich vor und präsentierte allgemeine Informationen zur GOW sowie die jeweiligen Kursideen. Anschließend fand ein „Markt der Möglichkeiten“ statt, bei dem jeweils die zwei Kursverantwortlichen einen Stand zu ihrem Kursangebot präsentierten und für Rückfragen und Anregungen zur Verfügung standen. Zu diesem Kontakttag erschienen rund 30 Einrichtungen mit medienpädagogischem Angebot aus Dortmund

und Umgebung. Nach dem Kontakttag wurden Newsletter in Form von Emails an alle Einrichtungen des Kontaktverteilers gesendet. Dies diente dazu, die unterschiedlichen Einrichtungen auch nach dem Kontakttag mit wichtigen Informationen zur anstehenden GOW zu informieren und um das Interesse weiterhin aufrecht zu erhalten. Des Weiteren konnten dadurch auch Einrichtungen erreicht werden, die nicht am Kontakttag teilnehmen konnten.Da für die Kursangebote unterschiedliche Einrichtungen als potenzielle Kooperationspartner_innen gesucht wurden, fand ein personalisierter Austausch zwischen je zwei Kursleiter_innen und Kursinteressenten statt. So kam es zustande, dass letztlich insgesamt 25 Einrichtungen mit dem Projekt kooperierten und somit alle Kursangebote stattfinden konnten. Unter den 25 kooperierenden Einrichtungen befinden sich auch Einrichtungen, in denen mehrere Kursangebote realisiert wurden.

Im Folgenden werden die kooperierenden Einrichtungen entlang ihrer Zielgruppe(n) kurz beschrieben. Beginnend werden dabei Einrichtungen aufgezählt, die an Menschen mit einer Behinderung adressiert sind. Hier kann zunächst die Einrichtung **Bethel.regional** genannt werden. Die Einrichtung ist Träger diakonischer Dienste zum Verbund der Bodelschwinghschen Stiftungen Bethel und bietet zahlreiche Angebote für Menschen mit Behinderungen. Ziel der Einrichtung ist die Unterstützung der Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am politischen, kulturellen und gesellschaftlichen Leben. Die Unterstützung findet dabei sowohl in ambulanter Form als auch in stationärer Form, also in Form von Wohnheimen und Wohngemeinschaften, statt (Bethel.regional, o.J.). Das Kursangebot der GOW richtete sich speziell an Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung.

Die **LWL-Förderschule am Marsbruch** mit dem Schwerpunkt der körperlichen und motorischen Entwicklung ist eine Schule für Kinder und Jugendliche mit körperlichen Behinderungen und darüber hinausgehend auch Schüler_innen mit kognitiven Einschränkungen wie beispielsweise einer Lernbehinderung oder einer geistigen Behinderung (Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL), o.J.). An dieser Schule fand ein Kursangebot statt, das sich speziell an Schüler_innen mit einer psychischen Beeinträchtigung richtete.

Als eine weitere Einrichtung für Menschen mit einer Behinderung ist das **Josefsheim Bigge** zu nennen. Dieses richtet sich an „[...] Menschen mit Körper-, Lern-, Sinnes-, psychischen, geistigen und Mehrfachbehinderungen sowie [...] [an] Menschen, die kurzfristig oder dauerhaft einen besonderen Unterstützungsbedarf haben“ (Josefsheim gGmbH, 2017). Zu den Dienstleistungen der Einrichtung zählen unter anderem Wohnmöglichkeiten für Menschen jeden Alters, ambulante Hilfen, die schulische Rehabilitation, die berufliche Erstausbildung, Arbeit und Beschäftigung sowie begleitende Fachdienste und Beratung (ebd.). In der GOW wurde ein Kurs in Olsberg im Sauerland für Menschen mit körperlichen und geistigen Behinderungen angeboten.

Auch die **Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung Dortmund e.V.** konnte als Kooperationspartner gewonnen werden. Die Lebenshilfe ist eine gemeinnützige Organisation, die sich seit 1976 für die Belange von Menschen mit einer Behinderung einsetzt. Sie bietet eine große Anzahl an Angeboten zur Freizeitgestaltung und zum gegenseitigen Austausch. Ziel der Lebenshilfe ist „[...] die gleichberechtigte Teilhabe und selbstbestimmte Lebensführung von Menschen mit Behinderung“ (Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung Dortmund e.V.,

2015). Es wurde ein Kurs für Jugendliche mit sozialen Auffälligkeiten und Lernbeeinträchtigungen realisiert.

Als letzte Einrichtung der Zielgruppe von Menschen mit einer Behinderung kann die **Werkstatt über den Teichen** genannt werden, welche zum Einen Menschen mit einer Behinderung betreut und zum Anderen zur Erzeugung von Produkten dient. Ziele der Einrichtung sind die individuelle Integration in das Arbeitsleben sowie die „[...] Erzeugung von Produkten mit dem Zweck, Erlöse zu erwirtschaften" (Werkstatt über den Teichen GmbH, 2017). Durch den daraus entstehenden Ertrag erhalten die dort beschäftigten Menschen mit einer Behinderung eine Lohnauszahlung. Die vier Grundsätze der Einrichtung lauten: Rehabilitation, Integration, Wirtschaftlichkeit und Qualität (ebd.). In der Werkstatt fand ein Kurs für Menschen mit körperlichen und geistigen Behinderungen statt.

Einen großen Anteil der kooperierenden Einrichtungen machen die Schulen in Dortmund aus, die sich an Kinder und Jugendliche beziehungsweise Schüler_innen adressieren. Zu den kooperierenden Schulen sind insgesamt fünf Grundschulen zu nennen, darunter die **Fichte Grundschule**, die **Funke Grundschule**, die **Hansa Grundschule**, die **Höchstener Grundschule** sowie die **Osterfeld Grundschule**. Zu den weiterführenden Schulen können die **Johann Gutenberg Realschule**, die **Gustav-Heinemann-Gesamtschule**, die **Hauptschule am Dahlbusch** (Gelsenkirchen) sowie das **Heinrich-Schmitz-Bildungszentrum** genannt werden. In den genannten schulischen Einrichtungen konnten teilweise mehrere Kursangebote verwirklicht werden (vgl. Kapitel 3.4.).

In der GOW gab es erstmalig die Zielgruppe Jugendliche und heranwachsende Strafgefangene. Hierbei gelang es mit der **Justizvollzugsanstalt Iserlohn** zu kooperieren. Aufgabe sieht

die Justizvollzugsanstalt in der Nacherziehung sowie der positiven Persönlichkeitsentwicklung der jungen Inhaftierten. Die Einrichtung stellt auf Grundlage des §92 Jugendgerichtsgesetz und des Jugendstrafvollzugsgesetzes Nordrhein-Westfalen eine Schul- und Ausbildungsanstalt dar. In der Anstalt werden sowohl schulische als auch berufliche Bildungsmaßnahmen ergriffen, um Defizite der Inhaftierten hinsichtlich beruflicher und schulischer Qualifikationen sowie des Sozialverhaltens abzuarbeiten (Güttler, 2017). Das Kursangebot, das sich speziell an diese Zielgruppe richtete, wurde in den Räumlichkeiten der Sozialforschungsstelle in Dortmund-Eving aufgrund einer besseren IT-Infrastruktur (WLAN, Laptops) durchgeführt.

Neben den beschriebenen Einrichtungen fanden viele Kurse in Einrichtungen für Senior_innen statt. Hierunter fällt die **Stadt- und Landesbibliothek Dortmund** als ein wichtiger Kooperationspartner. Die Zentralbibliothek der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund bietet neben der Ausleihe von Büchern auch einen Arbeits- und Lernplatz und stellt zudem zahlreiche Angebote für die Literatur- und Informationsrecherche bereit (Dortmund-Agentur, 2017a). Es wurden Kurse in den **Stadtteilbibliotheken Brackel**, **Eving**, **Hombruch**, **Huckarde** und **Scharnhorst** angeboten und damit eine breite regionale Abdeckung der angebotene Kurs realisiert.

Des Weiteren kann der Zielgruppe der Senior_innen die **Alten-Akademie Dortmund** zugeordnet werden. Diese steht unter dem Motto „Lebenslang lernen“ und bildet ein Angebot für Menschen allen Alters. Zu diesem Angebot zählen Gesprächskreise, bei denen über aktuelle Themen diskutiert wird sowie regelmäßige Weiterbildungsseminare. Auch Exkursionen sowie mehrtägige Studienreisen im In- und ins Ausland werden

angeboten. Zuletzt kann die „Offene AltenAkademie“ genannt werden, bei der Vorträge zu unterschiedlichen Themen gehalten werden (Forum für Bildung und Begegnung Gemeinnützige Gesellschaft e.V., 2017).

Auch das **Seniorenbüro Eving** konnte für eine Kooperation gewonnen werden. Die insgesamt zwölf sich in Dortmund befindlichen Seniorenbüros werden von der Stadt Dortmund und der Verbände der Freien Wohlfahrtspflege getragen. Die Einrichtungen bieten eine kostenfreie Beratung zur Senior_innenhilfe und Pflege und die Übernahme der Organisation von Service- und Pflegediensten. Darüber hinaus werden wichtige Fragen zum „Älterwerden“ beantwortet, indem eine Beratung bezüglich der Themen: Hilfen im Alltag, Wohnen im Alter, Präventionsmaßnahmen und Pflege sowie weitere Themenbereiche stattfindet (Dortmund-Agentur, 2017b).

Als letzte kooperierende Einrichtung ist das **Begegnungszentrum Marten** zu benennen. Die Begegnungszentren der Stadt Dortmund bieten eine Möglichkeit des Beisammenseins sowie ein abwechslungsreiches Programm in Form von Vorträgen, Diskussionsrunden, Computer- und Internetkursen und vielem mehr. Die Begegnungszentren sind unter der Woche öffentlich und barrierefrei zugänglich. Das Team dieser Zentren setzt sich auf hauptamtlichen Leitungskräften sowie ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen zusammen (Dortmund-Agentur, 2017c).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich unter den 25 kooperierenden Einrichtungen neun Schulen und sechs Bibliotheken befinden, die den Großteil der kooperierenden Einrichtungen ausmachen. Trotz dessen konnte durch das Projekt der GOW eine große Breite an unterschiedlichen Einrichtungen erreicht werden. Gerade die Zielgruppe Menschen mit

Behinderung wurde in unterschiedlichen Einrichtungen angesprochen. Welche Kurskonzepte in den Einrichtungen umgesetzt wurden, ist im nachfolgenden Kapitel nachzulesen. Bezüglich der kooperierenden Einrichtungen ist abschließend auf die im Anhang A befindliche Karte zu verweisen, welche die örtliche Verteilung der Einrichtungen in Dortmund und Umgebung graphisch darstellt. Abschließend kann erwähnt werden, dass bereits potenzielle Interessenten für die GOW 18 gefunden werden konnten. Am 01.06.2017 fand im Dietrich-Keuning-Haus in Dortmund eine Fachtagung zum Thema Medienkompetenz statt, bei der die Projektgruppe der GOW 17 einen Stand vertritt und einen Workshop anbot, bei dem potenzielle Interessenten für die nächste GOW im Jahre 2018 gewonnen wurden.

3.4 Kurse der Get Online Week – Dortmund 2017

Im nachfolgenden Kapitel werden die jeweiligen Kurse, die für die GOW 2017 eigens konzipiert wurden, beschrieben. Dabei werden zunächst das zugrundeliegende Kurskonzept und der Kursablauf erläutert. Ebenso werden die adressierte Zielgruppe sowie die damit verbundenen Ziele dargelegt. Die ausführlichen Kurskonzepte sind zusätzlich im Anhang beigefügt (vgl. Anhang B).

3.4.1 Kurs: Facebook, Instagram, Snapchat – Aber sicher!

Tabelle 2 Kurs: FIS

Kurstitel	Facebook, Instagram, Snapchat- Aber sicher!
Zielgruppe	Schüler_innen der 5.- 8. Klasse Menschen mit Behinderung Senior_innen
Ziele	Sichere Nutzung von sozialen Netzwerken, Umgang mit Cybermobbing, Sensibilisierung von Gefahren, nachhaltiges Verständnis für Datensicherheit
Max. Teilnehmer_innenzahl	Kurskonzept 1: 15 Teilnehmende Kurskonzept 2: 25 Teilnehmende Kurskonzept 3: 15 Teilnehmende

Der Kurs “Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher” soll ein Angebot für Kinder und Jugendliche mit und ohne Behinderung sowie Senior_innen zum Thema soziale Netzwerke und Sicherheit sein. Durch die interaktive Erarbeitung von Do’s und Dont’s sollen die Teilnehmer_innen einen sicheren Umgang mit ihren Daten in sozialen Netzwerken erlernen und für mögliche Gefahren sensibilisiert werden. Ziel ist es, Unsicherheiten in der Nutzung abzubauen und ein nachhaltiges Verständnis für Datensicherheit zu schaffen. Bei dem Kurs “Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher” handelt es sich um einen interaktiven Workshop, der aus einem theoretischen und einem praktischen Input besteht. Der praktische Teil, bei dem sich die Teilnehmer_innen über ihre Erfahrungen und Eindrücke austauschen können, stellt jedoch den Schwerpunkt des Workshops dar. Durch den Austausch mit potentiellen Kooperationspartner_innen am Kontakttag eröffneten sich hierfür die Zielgruppen Menschen mit Behinderung,

Schüler_innen sowie Senior_innen. Angepasst an die jeweiligen Teilnehmenden wurden drei verschiedene Kurskonzepte entwickelt, die inhaltlich aber alle das Thema soziale Netzwerke behandeln. Durch Absprache mit der Zielgruppe, ergaben sich unterschiedliche Schwerpunktsetzungen in der Gestaltung der Kurse. Auch wurde beschlossen, sich hauptsächlich auf das Netzwerk Facebook zu konzentrieren, da dort von den Kooperationspartner_innen der größte Bedarf gesehen wurde. Die Netzwerke Instagram und Snapchat wurden zwar angesprochen, die Inhalte aber nicht intensiver vertieft.

Das erste Kurskonzept richtet sich an Senior_innen, die Interesse daran haben, sich mit dem Thema soziale Netzwerke auseinanderzusetzen. Als Einstieg erfolgte ein Austausch mit den Teilnehmenden über das persönliche Verständnis von sozialen Netzwerken und über Funktionen, die mit sozialen Netzwerken verbunden werden. Anschließend sollte Anhand der Realbookmethode verdeutlicht werden, wie man ein Facebookprofil erstellt und was man dabei beachten muss. Mit einer Schritt-für-Schritt-Anleitung wurde die Erstellung eines Profils medial unterstützt. Dazu wurde im Vorfeld ein Facebookprofil erstellt und der Prozess wurde durch Screenshots dokumentiert. Bei der Realbookmethode, oder auch Facebook auf Papier, können Mechanismen von Facebook offline kennengelernt werden. Dies bietet den Vorteil, dass keine Vorkenntnisse im Umgang mit digitalen Medien, wie zum Beispiel Tablets, erforderlich sind. Das Realbook ist aufgebaut wie ein klassisches Facebookprofil, in dem persönliche Informationen, ein Foto, Freunde, Pinnwandeinträge, Ortsangaben, der Profilname und ein Status durch die Teilnehmenden eingetragen werden können. Durch diese Methode sollte der theoretische Input praktisch näher gebracht werden. Bei der Besprechung der Inhalte erfolgte ein Austausch darüber, welche Vor-

und Nachteile es hat, bestimmte Informationen zu veröffentlichen und was es zu beachten gilt. Zusätzlich wurde aufgezeigt, welche Möglichkeiten der Informationsbeschaffung Facebook bietet und wie diese genutzt werden können. Abschließend wurde auf individuelle Fragen der Teilnehmenden eingegangen. Aus Gründen der besseren Verständlichkeit wurden zentrale Anliegen anhand eines echten Facebookprofils demonstriert. Geschlossen wurde der Kurs mit der Reflexionsfrage nach der Entwicklung der persönlichen Einstellung bezüglich der Nutzung von Facebook durch den Kurs. Dieses Kursangebot wurde in der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund für Senior_innen ausgerichtet.

Das zweite Kurskonzept ist an Schüler_innen der 5. bis 8. Klasse adressiert. Hauptsächlich sollte es um die sichere Nutzung von dem sozialen Netzwerk Facebook gehen. Das Augenmerk hierbei wurde auf Datenschutz und Cybermobbing gelegt. Die Schüler_innen sollten reflektieren, was Sicherheit in sozialen Netzwerken ausmacht. Unter anderem wurde beispielsweise diskutiert, welche Vor- und Nachteile es hat, seinen echten Namen anzugeben. Ein weiterer Themenschwerpunkt war das Hochladen von persönlichen Fotos auf Facebook. Hierzu wurden beispielhaft gute und schlechte Fotos erstellt. Die Schüler_innen sollten bewerten und begründen, ob ein Foto mit Alkohol, ein Foto von einem Star, ein Foto mit einer bekannten Person oder ein Foto von seinen Freizeitaktivitäten hochgeladen werden sollte. Im Anschluss wurden die Ergebnisse der Reflexion in einer Checklist festgehalten. Die Checklist soll den Schüler_innen auch zukünftig eine Orientierung für Fotos in sozialen Netzwerken bieten um zu entscheiden, ob sie diese hochladen sollten. Ein weiteres Thema war die Reichweite von preisgegebenen Daten. Ziel war es, die

Teilnehmenden für einen bewussten Umgang mit der Verbreitung persönlicher Informationen zu sensibilisieren. Besonders in dieser Zielgruppe ergab sich aus der Absprache mit Kooperationspartner_innen die Notwendigkeit das Thema Freundschaften auf Facebook und Freundschaften in der Realität zu behandeln. Im Zuge dessen wurde das Thema Cybermobbing aufgegriffen. Hierbei wurde zum einen der Begriff Cybermobbing vom Begriff Mobbing abgegrenzt. Unterstützend wurde dabei ein Kurzfilm von der Europäischen Kommission anlässlich des Safer Internet Day 2009 über Cybermobbing eingesetzt. Der Film verdeutlicht innerhalb von einer Minute, was beim Cybermobbing passiert. Der Spot soll dazu ermutigen, Fälle von Cybermobbing zu melden und sich dagegen zu wehren. Im Rahmen des Kurses wurden weitere Ratschläge zum Umgang mit Cybermobbing gegeben. Insgesamt wurde in diesem Kurskonzept sehr interaktiv und verstärkt in Gruppen gearbeitet. Der Kurs wurde nicht frontal gestaltet, sondern sollte vielmehr zu einem Austausch untereinander anregen. Alle Themeninhalte wurden parallel mit der Realbookmethode begleitet. Dieses Kursangebot wurde in der Lebenshilfe Dortmund, in der Johann-Gutenberg-Realschule und in der Stadtteilbibliothek Huckarde verwirklicht.

Das dritte Kurskonzept ähnelt inhaltlich und vom Ablauf stark dem Kurskonzept für Schüler_innen der 3. bis 5. Klasse. Die Zielgruppe setzt sich aus Menschen mit verschiedenen Arten von Behinderungen in unterschiedlichen Altersklassen zusammen. Alle Inhalte wurden zum besseren Verständnis in leichter Sprache gestaltet und verkürzt dargestellt. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass alle Teilnehmer_innen dem Kurs folgen und davon profitieren können. Auch in diesem Kurskonzept wurde die Realbookmethode angewandt. Zusätzlich kam ein Quiz über Freundschaften auf Facebook zum

Einsatz. Nach jeder Quizfrage wurde eine beispielhafte Erklärung angeführt. Insgesamt wurde vermehrt mit Erklärungen, Merksätzen und bildlichen Darstellungen gearbeitet. Das Kursangebot fand in der Werkstatt über den Teichen, bei Bethel, im Josefsheim-Bigge und in der Förderschule am Marsbruch statt.

Zusammenfassend haben alle drei Kurskonzepte das Ziel verfolgt, den Teilnehmer_innen in interaktiver Form den Umgang mit dem sozialen Netzwerk Facebook näher zu bringen und Vor- und Nachteile der Nutzung aufzuzeigen. Insgesamt sollte erreicht werden, dass die Teilnehmenden kompetent auf Facebook agieren können und somit Unsicherheiten bezüglich der Nutzung gemindert werden. Wie der Kurstitel “Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher!” verrät, soll nicht von der Nutzung abgeraten werden, sondern eine Anleitung für eine sichere Nutzung gegeben werden.

3.4.2 Kurs: Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten der Zukunft & Facebook- meine soziale Identität

Tabelle 3 Kurs: MKW & FMSI

Kurstitel	Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten für die Zukunft & Facebook – meine soziale Identität
Zielgruppe	Jugendliche und heranwachsende Strafgefangene
Ziele	Kurs Teil 1: Suchmaschinen und Internetportale sowie Suchtechniken zur effektiven Internetrecherche kennenlernen und selbstständig anwenden können. Kurs Teil 2: Die Wirkungen und Konsequenzen medialer Selbstdarstellungen kennenlernen. Die Reflexion des eigenen Facebook-Profils bezüglich dessen Wirkung auf Arbeitgeber_innen und (Wohnungs-) Vermieter_innen sowie die eigenständige Bedienung der Privatsphäreeinstellungen auf Facebook.
Max. Teilnehmer_innenzahl	8

Der zweigeteilte Kurs „Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten für die Zukunft & Facebook – meine soziale Identität“ soll den Teilnehmenden ein geeignetes Handlungsrepertoire zur selbstständigen Internetrecherche vermitteln. Dazu zählt das Kennenlernen verschiedener Suchmaschinen und Internetportale sowie die Anwendung unterschiedlicher Suchtechniken- und Befehle. Die thematischen Schwerpunkte bilden: Allgemeine Suchmaschinen, Suchtechniken, Jobportale sowie das selbstständige Auffinden von Drogen- und Suchtberatungsstellen, Wohnungsangeboten, Wohngruppen und Notschlafstellen mit Hilfe des Internets. Im zweiten Teil der Inter-

vention wird die Wirkung medialer Selbstdarstellung auf andere, insbesondere auf Arbeitgeber_innen thematisiert. Die Kursintervention richtet sich an jugendliche und heranwachsende Inhaftierte, da diese Personengruppe, wie in Kapitel 2.3.6 beschrieben, mit Beginn ihrer Freiheitsstrafe keinen freien Zugang mehr zum Internet und nur sehr begrenzt Zugang zu digitalen Medien hat; dennoch ist das Bedienen medialer Geräte zentral für die Teilhabe und Resozialisierung in eine Informationsgesellschaft. Die Kursintervention beanspruchte, gemessen in reiner Arbeitszeit mit den Kursteilnehmenden, eine Dauer von sieben Zeitstunden. Dabei wurden die beiden Kurse auf je zwei Tage verteilt. Durch eine Mischung aus frontaler Wissensvermittlung, eigenständiger Einzelarbeit, gemeinsamer Ergebnisdarstellungen im Plenum sowie Gruppenarbeiten wurden die Kursinhalte vermittelt. Der erste Teil der Intervention began mit dem Zusammentragen verschiedener Suchmaschinen mithilfe des Plenums, nicht genannte wurden durch die Dozent_innen ergänzt. Hieran schloss sich eine Mischung aus theoretischer und praktischer Arbeit zur Vermittlung verschiedener Suchtechniken- und Befehle. Mithilfe einer PowerPoint-Präsentation und verschiedener Arbeitsaufträge, die sich auf den Laptops der Teilnehmenden befanden, wurden Suchtechniken von den Donzent_innen theoretisch erklärt und anhand praktischer Beispiele vorgestellt, bevor die Kursteilnehmer_innen diese selbst erprobten, anwandten und Übungsaufgaben hierzu lösten. Die Ergebnisse wurden gemeinsam verglichen und gegebenenfalls diskutiert. Anschließend wurde sich auf Job- und Ausbildungsportale, Drogen- und Suchtportale sowie die Suche nach Wohnungen, Wohngruppen und Notschlafstellen fokussiert. Dabei gestaltete sich der Ablauf immer nach dem gleichen Muster. Zunächst wurde das bereits bestehende

Wissen der Teilnehmenden zu diesen Themen im Plenum gesammelt. Anschließend stellten die Dozent_innen mithilfe verschiedener PowerPoint-Präsentationen einige spezifische Portale zu diesen Themen vor und erklärten deren Bedienung. Die Kursteilnehmer_innen konnten diese Anwendungen dabei selbstständig „mitklicken“ und jederzeit Fragen stellen. Zur Vertiefung bearbeiteten die Kursteilnehmer_innen zu jedem Themenblock digitalisierte Arbeitsblätter, die sich auf den ihnen zur Verfügung gestellten Laptops befanden. Alle Arbeitsaufträge fokussierten das eigenständige Suchen und Finden von Informationen im Internet mittels der erlernten Suchtechniken zu den oben genannten Themenschwerpunkten. Alle Ergebnisse wurden auch hier im Plenum gemeinsam zusammengetragen. Die bearbeiteten Arbeitsblätter erhielten die Teilnehmenden in gedruckter Form nach Beendigung des Kurses.

Der zweite Teil der Intervention „Facebook – meine soziale Identität“ begann mit dem konfrontativen Einstieg provokativer medialer Selbstdarstellungen verschiedener Facebook-Profile. Die Wirkung dieser Inhalte, insbesondere auf Arbeitgeber_innen, Lehrer_innen und Andere, wurde mit den Teilnehmenden diskutiert. Nachdem mögliche negative Folgen und Konsequenzen medialer Selbstdarstellung aufgezeigt wurden, begannen die Teilnehmenden die Privatsphäreeinstellungen ihrer eigenen Profile auf Facebook gemeinsam mit den Kursleiterinnen „durchzuklicken“. Eine der Dozentinnen stellte die verschiedenen Schritte über einen Beamer vor, die andere half den Teilnehmenden individuell bei Fragen zu verschiedenen Einstellungen auf Facebook. In einem abschließenden Rollenspiel, bei dem die Kursteilnehmenden und Dozentinnen in zwei Gruppen – Bewerber_innen und Arbeitge-

ber_innen – aufgeteilt wurden, ist die Relevanz eines „negativen“ Facebook-Profils für die Bewerbung um eine Beschäftigung verdeutlicht worden. Alle Materialien haben die Teilnehmer_innen in gedruckter und/oder digitaler Form (CD) ausgehändigt bekommen.

Durch eine Kooperation mit der Justizvollzugsanstalt (JVA) in Iserlohn war es möglich, dass die Kurse in Dortmund in den Räumlichkeiten der Sozialforschungsstelle in Dortmund Eving stattfanden. Mangels einer geeigneten Infrastruktur (kein Internetzugang für Strafgefangene) konnte der Kurs nicht innerhalb der JVA durchgeführt werden.

3.4.3 Kurs: Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern zum Thema „Mediennutzung in der Familie“

Tabelle 4 Kurs: MNF

Kurstitel	Medien als Teil des kindlichen Alltags - Tipps für Eltern zum Thema: “Mediennutzung in der Familie”
Zielgruppe	Eltern von Schulkindern
Ziele	Vermittlung von medienpädagogischen Tipps, um einen sinnvollen Umgang mit Medien seitens der Kinder zu gewährleisten
Max. Teilnehmer_innenzahl	15

Der Kurs „Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern zum Thema Mediennutzung in der Familie“ beinhaltet medienpädagogische Tipps, die in dem zunehmend medialen Familienleben von Bedeutung sind. Hierzu wurden unter anderem verschiedene Methoden vorgestellt, die einen sinnvol-

len Umgang mit den Medien zum Ziel haben. Des Weiteren bestand die Möglichkeit seitens der teilnehmenden Eltern, kindgerechte Apps kennenzulernen. Die anderthalb bis zwei Stunden der Kursintervention begannen mit einem theoretischen Einstieg in die Thematik. Hierbei wurde unter anderem auf die Chancen und Risiken von digitalen Medien für Kinder eingegangen sowie auf Informationen bezüglich des kindlichen Mediengebrauchs. Des Weiteren gab es allgemeine Tipps für Eltern, die auf bestimmte Themengebiete abgestimmt wurden. Die Themengebiete bestehen aus den altersgemäßen Richtlinien, Kindersuchmaschinen, wie beispielsweise die Whitelist, Alternativen anbieten, Medien im Kinderzimmer, Ängsten und Überforderungen vorbeugen sowie digitaler Spiele. Durch die verschiedenen vorgestellten Kindersuchmaschinen wird die Recherche im Internet durch das Smartphone oder Tablet eingeschränkt und die Kinder haben nicht auf alle Inhalte des Netzes Zugang. Der letzte Teil des theoretischen Einstiegs bestand aus einem Exkurs in die Thematik von Castingshows. Dies ist relevant, da das Zielpublikum dieses Formats immer jünger wird und mit den Castingshows einige Gefahren einhergehen (Schau hin, o.J.).

Der zweite Teil der Kursintervention bestand aus einem Einblick in die Praxis der Medienpädagogik. Für die Eltern gab es die Möglichkeit, verschiedene Methoden auszuprobieren. Dazu konnten auf den mitgebrachten Tablets zwei Methoden kennengelernt werden. Hierzu gehören zum einen der Mediennutzungsvertrag[7] sowie der Surfführerschein[8]. Der Mediennutzungsvertrag ermöglicht eine gemeinsame Erstellung von

[7] Internet-ABC e.V., 2014; https://www.mediennutzungsvertrag.de/
[8] Internet-ABC e.V., 2016; https://www.internet-abc.de/kinder/lernen-schule/surfschein/

Regeln, die mit den Kindern zusammen festgelegt werden. Hierbei können beide Parteien ihre Ansichten und Standpunkte miteinbringen, um zu einer zufriedenstellenden Lösung auf beiden Seiten zu gelangen. Der Surfführerschein besteht aus einem Quiz, in dem das Wissen bezüglich digitaler Medien und einiger Gefahren im Netz geprüft wird. Daraufhin konnten die Eltern mehrere Apps ausprobieren, die kindgerecht gestaltet sind und in einem sicheren Rahmen genutzt werden. Somit bestehen keine Gefahren für die Kinder, private Informationen preiszugeben und in Werbefallen zu tappen. Die Eltern konnten jederzeit Fragen stellen und Anregungen zu Diskussionen geben. Am Ende gab es eine Runde, die nach individuellem Bedarf verlängert wurde, in der die Eltern über die verschiedenen Methoden diskutieren konnten. Zu den Teilnehmer_innen des Kurses gehörten Eltern, deren Kinder sich hauptsächlich im Grundschulalter befinden. Allerdings wurde auch eine weiterführende Schule im Rahmen der GOW besucht.

3.4.4 Kurs: Senior_innen: fit im Netz

Tabelle 5 Kurs: SFI

Kurstitel	Senior_innen: Fit im Netz!
Zielgruppe	Menschen 50+
Ziele	Zugang für ältere Menschen zu sozialen Medien fördern, sicheren Umgang mit Tablets erlernen und unterschiedliche Apps kennenlernen
Max. Teilnehmer_innenzahl	11

Der Kurs “Senior_innen: Fit im Netz” beinhaltet auf der einen Seite Informationen über Interneterfahrungsorte im Raum Dortmund. Diese erscheinen insbesondere für die Zielgruppe der Senior_innen relevant, da dort digitale Medien unverbindlich kennengelernt werden konnten. Vor Ort können Fragen beantwortet werden und es kann Hilfestellung bei dem Kennenlernen von Computern und anderen Medien gegeben werden. Die Interneterfahrungsorte sind niederschwellig und gut zu erreichen. Auf der anderen Seite ermöglicht der Kurs älteren Menschen das Kennenlernen von Tablets und einer ausgewählten App aus dem Bereich Kommunikation. Wie bereits in Kapitel 2.3.5 beschrieben, zählen Senior_innen zu den Menschen, die digital benachteiligt sind. Die Anzahl älterer Menschen ab 60 Jahren steigt stetig und in Deutschland besteht eine „Altersкluft“ in der Nutzung digitaler Medien. Diese besagt, dass ältere Menschen seltener das Internet nutzen als jüngere Menschen. Dementsprechend wurde ein Kurs für Senior_innen konzipiert, um Ihnen den Umgang mit digitalen Medien zu erleichtern. Der Zugang für ältere Menschen zu bestimmten sozialen Medien soll demnach gefördert werden und es soll ein sicherer Umgang mit Tablets und den vorgestellten Apps vermittelt werden.

Mithilfe einer anschaulichen Power-Point-Präsentation wurden den Teilnehmer_innen die Kursinhalte verdeutlicht. Es wurde ein Handout sowie eine Broschüre, die Funktionen eines Tablets anschaulich erklärt, bereits zu Beginn des Kurses ausgehändigt. Zunächst stellten sich die Kursleiterinnen vor und erläuterten einige Details bezüglich des Studienganges, der Get Online Week und den Zielen der europaweiten Kampagnenwoche. Anschließend begann eine kurze Vorstellungsrunde seitens der Teilnehmer_innen, in der das Mediennutzungsverhalten ein großes Thema war. Die Kursleiterinnen

stellten Interneterfahrungsorte im Raum Dortmund vor, die für Senior_innen eine gute Anlaufstelle darstellen. Im Anschluss begann der aktive Teil des Kurses. Zunächst wurde das Tablet vorgestellt, einige Funktionen erläutert und Vorteile des Tablets für Senior_innen diskutiert. Sowohl die Kamera als auch die Tastatur wurden zunächst erklärt, um sie anschließend auszuprobieren. Nach einer kurzen Pause wurden die wesentlichen Funktionen der Kommunikations-App *Skype* vorgestellt. Ein Schwerpunkt lag auf dem praktischen Ausprobieren der App durch die Kursteilnehmer_innen. Es wurden Chatnachrichten sowie Fotos verschickt und Audio- und Videotelefonate durchgeführt. Abschließend wurde in einer kurzen Reflexionsrunde über das Gelernte und den Kurs gesprochen. Dementsprechend wurden verschiedene didaktische Methoden angewandt, um das Thema den Senior_innen weitestgehend verständlich zu vermitteln. Zum einen wurde sowohl in Einzel- als auch in Gruppenarbeit gearbeitet, zum anderen wurde die Methode *Learning-by-doing* verwendet. Diese ermöglicht es, die gelernten Inhalte direkt auszuprobieren und bei Fragen Hilfestellung durch die Kursleiterinnen zu erhalten. Im abschließenden Teil des Kurses wurde der Lern- und Reflexionsprozess in einer gemeinsamen Abschlussrunde der Kursteilnehmer_innen angeregt. Die Teilnehmer_innen wurden in dem Kurs mit dem digitalen Medium Tablet vertraut gemacht. Da die Mehrzahl der Senior_innen im Vorfeld noch nie ein Tablet in der Hand gehalten hat, haben sie in dem Kurs die Möglichkeit bekommen, sich mit den Geräten vertraut zu machen und diese näher kennenzulernen. Des Weiteren erschien es den Dozentinnen von großer Bedeutung, den älteren Menschen die Vorteile der Tablets aufzuzeigen, da die unterschiedlichen Funktionen des Tablets für eine Vielzahl der Teil-

nehmer_innen nicht bekannt waren. Zudem wurde ein sicherer Umgang mit den Geräten vermittelt. Der Kurs wurde seniorengerecht gestaltet und richtete sich sowohl in Bezug auf das Kurstempo als auch auf die Kursinhalte nach dieser Zielgruppe. Sowohl Fragen, die an die Kursinhalte angelehnt waren, als auch Fragen, die nicht Teil der Kursinhalte waren, wurden von den Dozentinnen mit einbezogen. Es war dementsprechend sehr wichtig, dass alle Senior_innen die Kursinhalte verfolgen und realisieren konnten. Der Kurs "Senior_innen: Fit im Netz!" wurde innerhalb der GOW in verschiedenen Einrichtungen im Raum Dortmund durchgeführt. Bis auf die Altenakademie im Westfalenpark, das Seniorenbüro in Eving sowie das Begegnungszentrum in Marten waren ausschließlich Bibliotheken in Dortmund beteiligt, wie die in Hombruch, Brackel, Eving, Hörde und Scharnhorst.

3.4.5 Kurs: Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte

Tabelle 6 Kurs: SLA

Kurstitel	Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte
Zielgruppe	Pädagogische Lehrkräfte
Ziele	Überblick über verschiedene Sprach-Lern-Apps; Bedienung von Apps; Kennenlernen von Auswahlkriterien von Apps; Integrieren von Apps in den Unterricht
Max. Teilnehmer_innenzahl	10

Der Kurs "Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte" richtete sich speziell an pädagogische

Fachkräfte, die Menschen mit Fluchtgeschichte unterrichten. In dem Kurs wurden unterschiedliche Apps zum Erlernen der deutschen Sprache aufgezeigt. Diese sollen den Lehrkräften dabei dienen, das Deutschlernen im Unterricht für Klassen, in denen unter anderem Menschen mit Fluchtgeschichte unterrichtet werden, zu unterstützen. Ziel ist also der gezielte Einsatz von digitalen Medien beziehungsweise Apps im Unterricht. Daher richtet sich das Kursangebot spezifisch an pädagogische Lehrkräfte und nicht an Menschen mit Fluchtgeschichte. Der Kurs wurde vor dem Hintergrund entwickelt, dass in den deutschen Regelklassen eine heterogene Schülerschaft besteht, da auch Integrationsschüler_innen und Menschen mit Fluchtgeschichte in den Regelklassen beschult werden. Das heißt, dass die Schüler_innen unterschiedliche Bildungsbiografien besitzen und in den sogenannten Willkommensklassen altersgemäße Diskrepanzen vorherrschen (Tilk, 2016). Da es jedoch für einen differenzierten Unterricht einen Mangel an Lehrkräften gibt, kann der Einsatz von digitalen Medien die Differenzierung des Unterrichts unterstützen und somit zur Entlastung der Lehrkräfte beitragen (Eins, 2016). Apps können das individuelle Lerntempo und Sprachniveau der Schüler_innen berücksichtigen und bieten ein großes Potential, diese in den Unterricht zu integrieren (Lorber, Schutz, 2016, S.16ff.). Des Weiteren kann der Einsatz von digitalen Medien, wie zum Beispiel das Tablet, bei Motivationsproblemen seitens der Schüler_innen helfen, da über Sprach-Lern-Apps die Lerninhalte auf spielerischer Art und Weise vermittelt werden können (ebd.). Die Kursleiterinnen konzipierten ein Kurskonzept, bei dem besonders Schüler_innen mit Fluchtgeschichte beim Erlernen der deutschen Sprache und somit auch bei der Ermöglichung von Teilhabe an Bildung und Gesellschaft, unterstützt werden sollen. In dem Kurs

„Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte“ zeigten die Kursleiter_innen den pädagogischen Lehrkräften Wege auf, wie sie durch den Einsatz digitaler Medien den Unterricht und das Deutschlernen für Menschen mit Fluchtgeschichte erleichtern und attraktiver gestalten können. In dieser Schulung ging es darum, pädagogischen Lehrkräften ausgewählte Apps vorzustellen, sodass diese Apps den Schüler_innen im Unterricht als eine Hilfe beim Erlernen wichtiger Unterrichtsinhalte (unter Einbezug anderer Unterrichtsmaterialien) dienen. Zu den Teilnehmer_innen des Kurses zählten neben pädagogischen Lehrkräften auch Sozialarbeiter_innen und Beschäftigte des “Teach First”-Ansatzes, den sogenannten „Fellows“. Das “Teach First”-Projekt ist „[...] eine gemeinnützige, spendenfinanzierte Bildungsbewegung, die sich für das Recht auf Bildung und faire Chancen für alle Kinder einsetzt“ (Teach First Deutschland gGmbH, o.J.). Die sogenannten „Fellows“ stellen zusätzliche Lehrkräfte als Weggefährt_innen dar, die Schüler_innen gemeinsam mit anderen Lehrer_innen mit Hilfe spezieller Lern- und Förderangebote unterstützen (ebd.).

Der zweistündige Kurs begann mit einem kurzen Einstieg, bei dem die Teilnehmenden den Satz „Digitale Medien sind im Unterricht sinnvoll, weil ...“ vervollständigen sollten. Dadurch konnten die Kursleiterinnen eine gewisse Erwartungshaltung der Teilnehmenden hinsichtlich der Kursinhalte einsehen und den Kurs darauf aufbauend mit Hintergrundwissen gestalten. Um nicht nur Fakten zu digitalen Medien zu erhalten, sondern auch praktisch die im Kurs vermittelten Inhalte zu erproben, teilte sich der Kurs in einen theoretischen Teil und in zwei Arbeitsphasen. In der beginnenden theoretischen Einleitung wurden zunächst allgemeine Informationen zur GOW erwähnt

und auf die Ausgangslage des Kurses – die derzeitige Flüchtlingslage - eingegangen. Ein weiterer Bestandteil des theoretischen Hintergrundwissens war die Vorstellung von Vor- und Nachteilen des Einsatzes von Apps in den Unterricht. Des Weiteren wurde von den Kursverantwortlichen erläutert, dass bei dem Einsatz von Sprach-Lern-Apps im Unterricht auch andere Unterrichtsmaterialien wie Arbeitsblätter mit einbezogen werden sollten.

Die Kursleiter_innen wählten aus einem großen Angebot an Apps drei Sprach-Lern-Apps aus, die für alle Schulformen der Kooperationseinrichtungen geeignet waren. Es wurden die Apps „Ankommen“[9], „DaFür“[10] und „HalloDeutschland“[11] ausgewählt. Diese wurden bezüglich ihrer Inhalte und Anwendungsfelder vorgestellt und in einer anschließenden ersten Arbeitsphase von den Teilnehmenden getestet. Dazu wurden von den Kursleiterinnen gestellte Tablets mit bereits vorinstallierten Apps verwendet. Nach Beendigung der ersten Arbeitsphase wurde in einer Diskussionsrunde sowohl positive als auch negative Kritik der Teilnehmenden zu den vorgestellten Apps geäußert. Daran anknüpfend fand die zweite Arbeitsphase statt, in der die Teilnehmer_innen in Kleingruppen ein didaktisches Unterrichtskonzept entwickelten, das sowohl Inhalte der zuvor getesteten Apps als auch andere Unterrichtsmaterialien wie zum Beispiel Arbeitsblätter, beinhalten sollte. Dass es von Bedeutung ist, auch andere Unterrichtsmaterialien während der Anwendung von Sprach-Lern-Apps im Unterricht einzubeziehen, wurde in dem vorherigen Vortrag

[9] Goethe-Institut, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Bundesagentur für Arbeit; 2016; https://ankommenapp.de/
[10] EUROKEY Software GmbH, Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, Landesinstitut für Pädagogik und Medien; 2016; http://www.xn--dafr-2ra.saarland/
[11] phase-6 GmbH; 2016; https://www.phase-6.de/hallo/erwachsene/

der Referent_innen ausführlich erläutert. Nach Beendigung der Gruppenarbeiten wurden die Ergebnisse im Plenum präsentiert und besprochen. Damit die Kursteilnehmer_innen auch nach ihrer Teilnahme an dem Kursangebot wissen, worauf sie bei der Auswahl einer App für den Unterricht achten sollten, wurde nach Abschluss des Kurses ein gedrucktes Dokument mit wichtigen Kriterien für unterrichtsgeeignete Apps ausgehändigt, welches von den Kursleiter_innen eigens entworfen wurde. Des Weiteren wurde den Teilnehmenden ein App-Pool überreicht, welcher eine Auswahl an unterschiedlichen Apps bereithielt. Diesen händigten die Kursleiterinnen aus, da es in einem zeitlichen Rahmen von zwei Stunden lediglich möglich war, eine gewisse Auswahl an Apps zu präsentieren. Der App-Pool enthielt darüber hinaus weitere Apps, welche drei Kategorien zugeteilt waren. Darunter zählten Sprach-Lern-Apps, Übersetzungs-Apps sowie Kultur-Lern-Apps, die Informationen über Deutschland zur Verfügung stellen (vgl. Anhang C). All diese Apps wurden hinsichtlich der Altersklassen, der Kosten der App oder auch den Inhalten der App systematisiert und kurz beschrieben und damit für eine einfache Auswahl vorbereitet.

Anhand dieser Dokumente stellten die Kursleiter_innen sicher, dass die Teilnehmer_innen weitestgehend über alle Themen des Kurses informiert sind und auch nach ihrer Teilnahme wichtige Informationen nachlesen können.

Durchgeführt wurde der Kurs insgesamt fünf Mal an unterschiedlichen Dortmunder Schulen, darunter die Hansa Grundschule, die Gustav-Heinemann-Gesamtschule und das Heinrich-Schmitz-Bildungszentrum, bei dem Vertreter_innen des Projekts „Angekommen in deiner Stadt Dortmund“ teilnahmen. Dieses Projekt wurde von der Walter Blüchert Stiftung,

dem Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Stadt Dortmund gegründet und dient der Unterstützung und Begleitung zugewanderter Jugendlicher und junger Erwachsener in ihrer schulischen Bildung und betreut sie auch nach Schulschluss (Walter Blüchert Stiftung, o.J., o.S.). Interesse an einer Kursteilnahme bestand ebenfalls außerhalb Dortmunds, sodass die Kursleiter_innen auch einen Kurs in der Hauptschule am Dahlbusch in Gelsenkirchen leiteten.

4. Forschungsdesign

Das folgende Kapitel des Abschlussberichts bezieht sich auf die Forschungsmethoden, die zur wissenschaftlichen Evaluation der GOW herangezogen wurden. Im Hinblick darauf werden der Forschungsablauf, das Methodendesign sowie die qualitativen und die quantitativen Methoden der Forschung erläutert. Anhand der Forschungsfragen des Projektes, welche im folgenden Unterkapitel 4.1 erläutert werden, wird deutlich, dass sich diese an zwei verschiedene Zielgruppen richten. Zum einen werden die Teilnehmenden der Kurse innerhalb der GOW angesprochen und zum anderen besteht die Notwendigkeit, sich an die Ansprechpartner_innen der jeweiligen Einrichtungen zu wenden. Daher haben die Student_innen innerhalb des Projektes zwei Methoden angewandt, um Daten zur jeweiligen Evaluation der Intervention aus den jeweiligen Personengruppen zu erheben. Dazu gehören die qualitativen und die quantitativen Methoden. Zur Abfrage der Perspekive der Teilnehmenden wurden standardisierte Fragebögen entwickelt, die am Ende der Kurse an die Teilnehmenden ausgeteilt wurden. Die Rückmeldungen der Einrichtungen wurden per leitfadengestützter Interviews über Expert_innen der beteiligten Institutionen erhoben. Dementsprechend

konnten die unterschiedlichen Sichtweisen herausgearbeitet werden. Im Folgenden wird nun der Forschungsablauf des Projektes beschrieben.

4.1 Forschungsablauf

Durch die in Kapitel 2.1 aufgeführten Hintergründe und Problemlagen konnten drei unterschiedliche Forschungsfragen entwickelt werden, wie in Kapitel 2.4 beschrieben. Die Forschungsfragen sowie die jeweiligen Ziele (Kapitel 3.1), die mit den Fragen zusammenhängen, wurden innerhalb der P1 Prüfung vorgestellt. Dadurch konnten eventuelle Missverständnisse festgestellt und daraufhin geklärt werden. Um eine gelingende Erhebung sicherzustellen, wurden weiterhin Förderprogramme, sogenannte Toolbox-Angebote, an der technischen Universität Dortmund wahrgenommen. Dadurch konnte die Projektgruppe nähere Informationen bezüglich der empirischen Sozialforschung sammeln. Des Weiteren hat die Projektgruppe Genehmigungen seitens der Institutionen eingeholt, um sicherzugehen, dass die Interviews durchgeführt und die Fragebögen verteilt werden können.

Nachdem die qualitativen und quantitativen Erhebungsinstrumente erstellt wurden, konnten durch Pretests Verständnisprobleme und Fragen geklärt werden. Die Testpersonen wurden den Zielgruppen der GOW entsprechend ausgewählt, damit eine Konvergenz besteht. Somit konnte der Fragebogen inhaltlich an die Bedarfe der Zielgruppen angepasst werden. Weiterhin wurde durch die Pretests geprüft, ob die Testpersonen den Fragebogen in der dafür vorgegebenen Zeit stressfrei ausfüllen können.

Daraufhin konnte die quantitative Erhebung durchgeführt werden. Diese fand innerhalb der GOW statt, in einem Zeitraum vom 27.03. bis zum 01.04.2017. Da einige Kurse allerdings bereits vor und nach der Woche angeboten wurden, hat sich dieser Zeitraum zum Teil verschoben. Die qualitativen Interviews wurden möglichst nach der GOW durchgeführt, um die Nachhaltigkeit überprüfen zu können. Das erste Interview wurde dazu am 21.03.2017 durchgeführt und das letzte am 20.05.2017. Um die jeweiligen Erhebungen genau auswerten zu können, hat sich die Projektgruppe aufgeteilt. Die Expert_inneninterviews wurden möglichst zeitnah transkribiert und daraufhin ausgewertet. Auch die quantitative Erhebung wurde nach der GOW ausgewertet. Die jeweiligen Vorgehensweisen der Auswertungen werden in Kapitel 4.3 und 4.4 näher erläutert.

4.2 Methodendesign

In diesem Unterkapitel soll zunächst die Auswahl der Methoden für quantitative und qualitative Forschung begründet werden. Des Weiteren soll die Wahl der verwendeten Erhebungsinstrumente genauer erörtert und erschlossen werden.
Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wird in der quantitativen Sozialforschung die Reflexion der Theorie an den Anfang des Forschungsprozesses gestellt (Baur & Blasius, 2014, 46). Nach der Erhebung der Daten werden mit Hilfe von Logik und Mathematik im Vorfeld aufgestellte Hypothesen getestet (Reichertz, 2014, 72). Demnach werden die theoretischen Annahmen mit Hilfe von Hypothesen deduktiv überprüft (Mayer & van Hilten, 2007). Bezogen auf die GOW in Dortmund sollen die Hypothesen mit dem derzeitigen Ist-Zustand aus dem D21-Digital-Index in Bezug auf die digitale Inklusion sowie Exklusion im Raum Dortmund verglichen werden. Des Weiteren findet eine umfassende Evaluation der

Kurse statt. Der konzipierte Nutzer_innenfragebogen ermöglicht es, Rückschlüsse auf den Kompetenzerwerb, die Motivation der Teilnehmer_innen und auf die Nachhaltigkeit der Kurse zu ziehen. Außerdem kann die Gestaltung der verschiedenen Kurse sowie das Mediennutzungsverhalten beurteilt werden. Somit können Defizite in Bezug auf die Kursgestaltung und -durchführung in den Blick genommen werden, die für die Projektgruppe der GOW 18 Anhaltspunkte zur besseren Gestaltung der Kurse bieten.

Der quantitative Fragebogen, der für die Kursteilnehmenden konzipiert wurde, erfasst zum einen die soziodemographischen Daten, das Medien-Nutzungsverhalten, sowie verschiedene Fragen zum Kurs. Der letzte Teil jedes Fragebogens thematisiert kursspezifische, auf jeden Kurs individuell zugeschnittene und abschließende Fragen. Am Ende wurde eine offene Frage gestellt, in der die Teilnehmenden mitteilen konnten, was sie der Projektgruppe ergänzend sagen möchten. Bei der Abfrage der soziodemographischen Daten und des Medien-Nutzungsverhaltens wurde sich überwiegend für halboffene und in manchen Fällen für geschlossene Fragen entschieden, bei denen neben den Antwortvorgaben auch die Möglichkeit besteht, eine Antwort außerhalb der Vorgaben anzugeben. Dieser Gedanke wird in dem nachfolgenden Beispiel demonstriert (Abbildung 8).

5. Welche (berufliche) Tätigkeit üben Sie zurzeit hauptsächlich aus?	
Schüler_in	☐
In Ausbildung (Student_in, Auszubildende_r)	☐
Berufstätig	☐
Bezieher_in von Arbeitslosengeld (I und II)	☐
Rentner_in	☐
Andere: _____	☐
Wenn Sie Schüler_in sind, machen Sie bitte mit Frage 7 weiter.	

Abbildung 8 Antwortformat

Im Gegensatz zu den soziodemographischen Daten werden die Fragen zum Kurs und die kursspezifischen Items mit Hilfe einer verbalisierten Likertskala abgefragt. Verbalisiert bedeutet, dass alle Skalenpunkte benannt sind und nicht nur die beiden äußersten, wie es bei endpunktbenannten Skalen der Fall ist. Im Vorfeld wurden die abschließenden Fragen, die individuell auf jeden Kurs angepasst wurden, operationalisiert. Zwei bzw. ein Daumen runter werden demnach als nicht bzw. wenig lehrreich gedeutet. Der Daumen zur Seite symbolisiert keinen Mehrwert des Kurses, während ein bzw. zwei Daumen hoch den Kurs als lehrreich bzw. sehr lehrreich operationalisieren. Die Projektgruppe entschied sich aus forschungsökonomischen Gründen gegen eine Formulierung des Fragebogens in Leichter Sprache und formulierte den Fragebogen so verständlich wie möglich, damit alle Teilnehmenden den gleichen Fragebogen bearbeiten können. Abschließend wurden Verbesserungsvorschläge und Reflexionen in einem offenen Antwortformat durch die Teilnehmenden erfasst, die bei der Diskussion der Daten Anhaltspunkte für die Interpretation bieten können. Die Projektgruppe entschied sich gegen ein retrospektives Vorgehen. Aufgrund der durchgeführten zweistündigen Interventionen stellten die zwei verschiedenen

Messzeitpunkte der Retrospektion einen zu großen Zeitaufwand dar, weshalb die Kursleiterinnen den Teilnehmenden den Fragebogen nach jeder Intervention aushändigten.

Aufgrund der Triangulation wurde neben der quantitativen Erhebung die Get Online Week 2017 - Dortmund auch qualitativ evaluiert. Die durchgeführte qualitative Forschung strebt ebenfalls danach, die Forschungsfrage zu beantworten. Als Methode wurden leitfadengestützte Expert_inneninterviews angewandt. Expert_inneninterviews dienen dazu, Zuständigkeiten, Aufgaben, Tätigkeiten, Erfahrungen und Wissen zu ergründen. Die Expert_innen stellen Repräsentant_innen einer Organisation oder Institution dar (Meuser & Nagel, zit. nach Garz & Kraimer, 1991, 444). Bogner, Littig und Menz definieren Expert_innen wie folgt: “Experten lassen sich als Personen verstehen, die sich – ausgehend von einem spezifischen Praxis- oder Erfahrungswissen, das sich auf einen klar begrenzbaren Problemkreis bezieht – die Möglichkeit geschaffen haben, mit ihren Deutungen das konkrete Handlungsfeld sinnhaft und handlungsleitend für Andere zu strukturieren” (2014, 13). Expert_innen sind in diesem Fall Personen, die selbst Teil des zu untersuchenden Handlungsfeldes sind. Demnach sind im Rahmen der Forschung der GOW Expert_inneninterviews besonders relevant, da die Interviewten über Betriebs- und Kontextwissen verfügen (Bogner, Littig & Menz, 2014, 15). Somit können Informationen über das Handlungsfeld der interviewten Person gewonnen und gleichzeitig auch Informationen über die Kontextbedingungen, der mit quantitativen Methoden befragten Zielgruppe, erfragt werden. Im Sinne der Expert_inneninterviews war es von besonderer Bedeutung, die Nachhaltigkeit der Kurse zu erfragen. Zum einen konnte so in Erfahrung gebracht werden, ob die Impulse der GOW weiter ausgebaut werden und zum anderen, ob ein Lernerfolg bei den

Teilnehmenden erzielt werde konnte. Eine weitere Intention des Expert_inneninterviews ist die Aufdeckung von Defiziten, Wünschen oder Verbesserungsvorschlägen. Durch Kritik und das Aufmerksam-werden auf Verbesserungsmöglichkeiten können die Kurse und somit auch die angestrebten Ziele der GOW zukünftig verbessert werden. Übergeordnet umfasst das Interview die Themenschwerpunkte Partnergewinnung, Informationsaustausch, Aufmerksamkeit bezüglich digitaler Medien, Impulssetzung durch die GOW, medienpädagogisches Angebot, IT-Infrastruktur in den Einrichtungen, Notwendigkeit oder Vorhandensein von Schulungsmaßnahmen, sowie die Möglichkeit zur Danksagung oder dem Äußern von Wünschen. Durch das leitfadengestützte Interview wird eine Strukturierung des Themenfeldes der Untersuchung möglich und gleichzeitig dient der Leitfaden als konkretes Hilfsmittel in der Erhebungssituation (Bogner, Littig & Menz, 2014, 27). Intention des Leitfadeninterviews ist es, die Expert_innen in Bezug auf das Forschungsinteresse zum Gespräch anzuregen. Der Leitfaden soll dabei als Gedächtnisstütze fungieren und nicht als Redeskript (ebd., 28).

In Tabelle 7 wird das Forschungsdesign der Get Online Week 2017 veranschaulicht:

Tabelle 7 Forschungsdesign GOW 17

	Quantitative Methode	**Qualitative Methode**
Erkenntnisinteresse	Hypothesentestung, Beurteilung der Ergebnisse mit dem Hintergrund der gesellschaftlichen Ausgangslage	Resultate und Ergebnisse der Interventionen durch individuelle Expert_innenbefragung
Zielgruppe	Teilnehmer_innen der Kurse in der Get Online Week 2017	Ausgewählte Expert_innen aus kooperierenden Einrichtungen
Themen	Soziodemographische Daten, Medien-Nutzungsverhalten, Fragen zum Kurs, kursspezifische, individuelle Fragen	Partnergewinnung, Informationsaustausch, Aufmerksamkeit bezüglich digitaler Medien, Impulssetzung durch die GOW, medienpädagogisches Angebot, IT-Infrastruktur, Schulungsmaßnahmen, Danksagung, Wunschäußerung
Realisierte Befragungen	268	8
Erhebungszeitraum	21.03. – 04.04.2017	21.03. – 10.05.2017

4.3 Quantitative Methoden

Wie in Kapitel 4.2 bereits ausführlich dargelegt worden ist, werden zur Beantwortung der Forschungsfragen neben qualitativen auch quantitative Methoden eingesetzt. Dabei wurde sich für den Einsatz von Fragebögen entschieden. Diese sind im Anschluss an jeden Kurs an alle Teilnehmer_innen ausgehändigt worden, sodass von einer Vollerhebung gesprochen

werden kann. Unter einer Vollerhebung versteht man eine Befragung aller Individuen einer Grundgesamtheit, so findet keine Auswahl in Form einer Stichprobe statt (statista, o.J.b). Dies hat zum Vorteil, „daß Zahlenmaterial anfällt, das der exakten Zielformulierung der Erhebung entspricht“ (Scharnbacher, 2004, 23). So spiegelt dies die wahren Proportionen einer Grundgesamtheit wider und damit wird die Gefahr eines Repräsentationsschlusses ausgeschlossen (ebd.).

Bei Zielgruppen, die noch nicht volljährig sind oder auf gesetzliche Betreuungspersonen angewiesen sind, ist vorweg die Erlaubnis eingeholt worden. Darüber hinaus haben einige Kooperationspartner_innen den Wunsch geäußert, den eingesetzten Fragebogen vorab einsehen zu können, damit dieser von der Geschäftsleitung begutachtet und bestätigt werden konnte. Die Rückmeldungen waren jedoch allesamt positiv, sodass in allen Einrichtungen der Fragebogen ausgehändigt werden konnte. Nach Durchführung der GOW, in der die Fragebögen von den Teilnehmenden ausgefüllt worden sind, ist eine Datenmaske mit Hilfe des Statistikprogramms „Statistical Package for the Social Sciences“ (SPSS) erstellt worden. Dieses dient dazu, die empirischen Relative (Fragen des Fragebogens) in numerische Relative (Zahlen) zu überführen, damit eine rechnerische Auswertung ermöglicht wird. So ist jeder Antwortvariable eine Zahl zugeordnet worden (z.B. weiblich=1, männlich=2). Im Anschluss an die Fertigstellung der Datenmaske sind die Antworten der Teilnehmenden in Form von Zahlen manuell eingetragen worden. Abschließend wurde eine Teilnehmerzahl von 268 Personen erreicht. Die Kohorte ergibt sich aus 106 Männern (40%) und 158 Frauen (60%). Anzumerken ist, dass sich die Prozentangaben immer auf die gültigen Prozente beziehen, sodass fehlende Werte nicht berücksichtigt werden. Das Geschlechterverhältnis von Frauen

und Männern in Dortmund liegt im Jahr 2016 bei einer Gesamtbevölkerung von 596.575 Menschen bei 50,6% zu 49,4% (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik, 2016a, 10f.). So weist die vorliegende Kohorte einen höheren Frauenanteil auf als die Dortmunder Bevölkerung. Dies entspricht dem Ziel der GOW, Frauen als eine der digital benachteiligten Gruppen verstärkt anzusprechen.

Es wird sich hierbei lediglich auf Vergleichszahlen in der Stadt Dortmund bezogen. Jedoch ist anzumerken, dass die Kurse der GOW zum Teil über den Raum Dortmund hinausgingen. So wurden Kurse beispielsweise in Gelsenkirchen oder Olsberg im Hochsauerlandkreis durchgeführt. Da aber der Großteil der Teilnehmenden aus Dortmund stammt, werden die örtlichen Zahlen zum Vergleich herangezogen.

Das Alter der Teilnehmenden erstreckt sich von unter 13 Jahren bis hin zu 70 Jahren und älter (Abbildung 9). Dabei ist rund ein Fünftel der Kursteilnehmer_innen (21,8%) unter 20 Jahre alt. Hingegen befinden sich weitere 14,7% (39) im frühen Erwachsenenalter. Das frühe Erwachsenenalter erstreckt sich von 20 bis 30 Jahren (Pädagogische Hochschule Freiburg, S.4). 32,4% (86) der Teilnerhmer_innen sind zum Erhebungszeitpunkt zwischen 30 und unter 60 Jahren alt. Dies entspricht ungefähr dem mittleren Erwachsenenalter, welches von 30 bis 65 datiert wird (ebd.). Die restlichen 31% (83) befinden sich im sechzigsten oder höheren Lebensjahr und sind somit der Kategorie „spätes Erwachsenenalter“ zuzuordnen (ebd.). Im Mittel sind die Teilnehmenden 37,3 Jahre alt. Hierzu werden ebenfalls Vergleichszahlen aus Dortmund herangezogen. Im Durchschnitt ist die Dortmunder Bevölkerung 43,3 Jahre alt (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik, 2016). Bei einem Vergleich zur Dortmunder Bevölkerung lässt

sich erkennen, dass 15,8% unter 20 Jahren sind. Weitere 16,4% befinden sich im frühen und 47,5% im mittleren Erwachsenenalter. 20,3% sind älter als 60 Jahre, was dem späteren Erwachsenenalter entspricht (Landesdatenbank NRW, 2015). Somit wird ersichtlich, dass durch die Kurse der GOW im Vergleich zur Dortmunder Bevölkerung prozentual etwas weniger Menschen im frühen und mittleren Erwachsenenalter erreicht worden sind. Jedoch zählt diese Gruppe nicht zur digital benachteiligten Altersklasse. Hingegen haben mit 31% überdurchschnittlich viele Menschen im späten Erwachsenenalter an den Kursen teilgenommen. Dies ist erfreulich, da Personen höheren Alters (60+) besonders von digitaler Benachteiligung betroffen sind (Initiative D21, 2016, 25; DIVSI, 2016, 22).

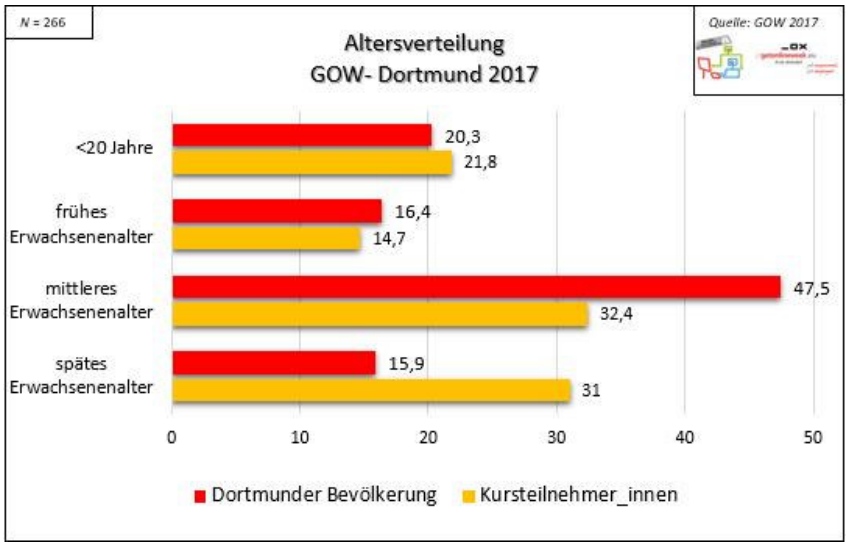


Abbildung 9 Altersverteilung GOW-Dortmund 2017

Des Weiteren gaben 24,6% der Kursteilnehmer_innen an, einen Migrationshintergrund zu haben, währenddessen 75,4% ankreuzten, keinen zu haben. In Dortmund lebten zum zuletzt gemessenen Zeitpunkt 200.072 Menschen mit Migrationshintergrund, dies entspricht rund einem Drittel (ebd., 14). Somit sind in der vorliegenden Kohorte prozentual etwas weniger Menschen mit Migrationshintergrund vertreten als in der

Dortmunder Bevölkerung. Zum Anteil von Menschen mit Behinderungen, die an den Kursen teilgenommen haben, ist zu sagen, dass 28,6% der Teilnehmer_innen einen (Schwer-)Behindertenausweis haben. In Dortmund hingegen weisen 12,3% eine Behinderung auf (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik, 2016b, 42). Somit sind mit Hilfe der Kurse überdurchschnittlich viele Menschen mit Behinderung erreicht worden. Neben Fragen zum Geschlecht, Alter, Migrationshintergrund sowie Behinderungen sind auch die aktuellen beruflichen Tätigkeiten abgefragt worden. Wie Abbildung 10 zu entnehmen ist, gaben 38,1% an, berufstätig zu sein, während 30,9% Rentner_innen sind. Weitere 18,5% gehen derzeit zur Schule und 6,4% absolvieren eine Ausbildung. Die übrigen 6,5% führen sonstige Angaben wie Arbeitslosigkeit, Selbstständigkeit oder die Arbeit in Werkstätten für Menschen mit Behinderungen an. Die aktuellsten Zahlen in Dortmund zu den beruflichen Tätigkeiten der Bevölkerung sagen, dass 315.900 (53,6%) Menschen in Dortmund erwerbstätig sind. Dabei liegt die Arbeitslosenquote bei 12,6% (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik, 2016b, 56). Des Weiteren besuchen 54.320 Schüler_innen allgemeinbildende Schulen (ebd., 84).

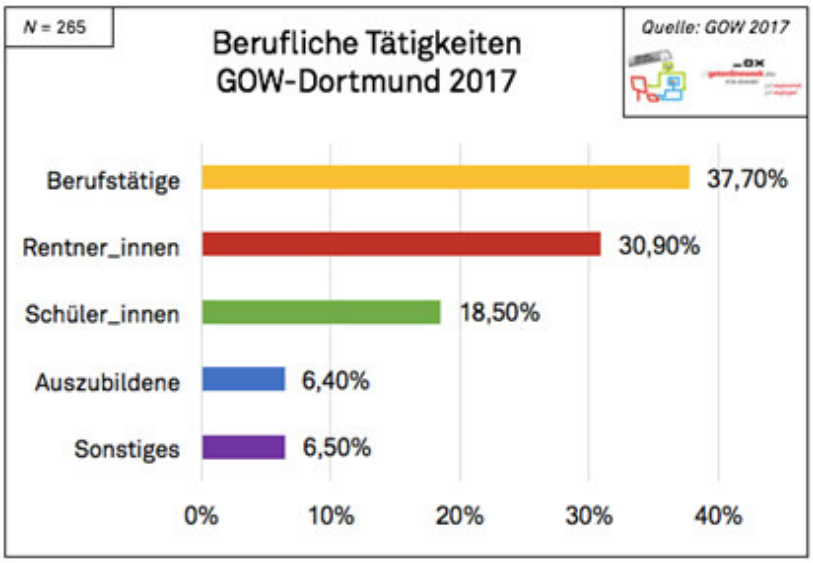


Abbildung 10 Berufliche Tätigkeiten GOW - Dortmund 2017

Des Weiteren ermittelt der Fragebogen den höchsten Schulabschluss der Teilnehmer_innen. So gaben 45,1% an, ein (Fach-)Abitur und 16% einen Realschulabschluss zu haben (vgl. Abbildung 11). Weitere 22,1% können einen Hauptschulabschluss und 10,8% einen Förderschulabschluss aufweisen. Weitere 3,3% haben keinen Schulabschluss und die restlichen 2,9% gaben andere Angaben wie einen Volksschulabschluss an.

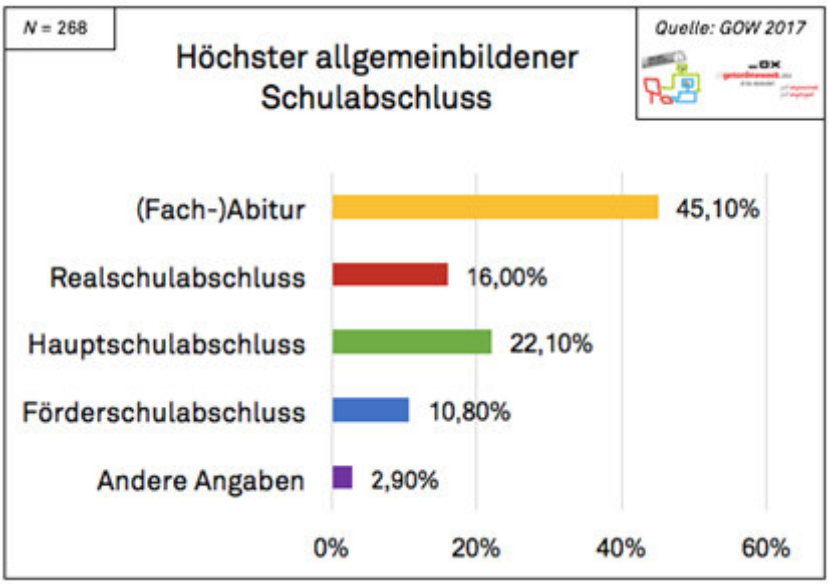


Abbildung 11 Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

Neben dem höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss sind die Schüler_innen gefragt worden, welche Schulform sie aktuell besuchen. 44% der Kursteilnehmenden gehen auf eine Gesamtschule und 12% auf ein Berufskolleg. Weitere 24% besuchen eine Realschule und 6% eine Hauptschule. Die restlichen 14% sind an einer Förderschule angemeldet. Hierzu werden ebenfalls die Schüler_innenzahlen der oben genannten Schulformen aus Dortmund herangezogen. 21% der betrachteten Schüler_innen besuchen eine Gesamtschule, während 17,3% an einer Realschule angemeldet sind. Weitere 5,6% werden an einer Förderschule beschult und 6,2% gehen auf eine Hauptschule. 49,9% der Schüler_innen lernen an einem Berufskolleg (Landesdatenbank NRW, 2017). Anhand dieser Ausführungen wird sichtbar, dass durch die Kurse der GOW überdurchschnittlich viele Förder- bzw. Gesamtschüler_innen erreicht worden sind. Auch diese Verteilung wird graphisch dargestellt (Abbildung 12).

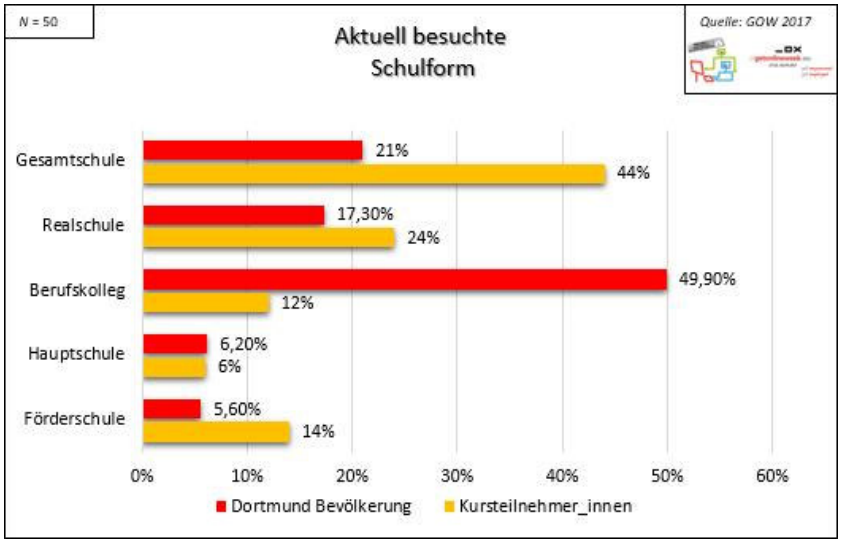


Abbildung 12 Aktuell besuchte Schulform, Quelle der Daten für Dortmunder Bevölkerung: Landesdatenbank NRW, 2017.

Basierend auf den eben dargelegten soziodemografischen Werten lässt sich auf eine heterogene Stichprobe im Hinblick auf Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund, Behinderung und Bildungsstand schließen, die zudem die vielfältige Stadt Dortmund gut repräsentiert. Die Teilnehmer_innen der GOW sind damit im Vergleich zur Dortmunder Bevölkerung überdurchschnittlich alt und weisen häufiger eine (Schwer-)Behinderung auf. Außerdem sind prozentual gesehen mehr Frauen und Strafgefangene erreicht worden, als in Dortmund vertreten sind. Damit hat die GOW eine tendenziell digital benachteiligte Zielgruppe erreicht - bis auf die Merkmale „Migrationshintergrund“ und „Sozialleistungsempfänger_innen“ sind im Sample höhere Anteile von digitaler Benachteiligung aufzufinden als in der Dortmunder Bevölkerung.

4.4 Qualitative Methoden

Um die diesjährige GOW empirisch auswerten zu können, hat sich die Projektgruppe neben den quantitativen Methoden auch für die Anwendung von qualitativen Erhebungsmethoden

entschieden, um die vorab aufgestellten Forschungsfragen beantworten zu können.

Die Qualitative Sozialforschung "[...] ist der paradigmatische Oberbegriff für versch. empirische Methoden, die in nicht standardisierter, quantifizierender Weise die Komplexität sozialer Wirklichkeit und deren sinnhafte Art und Weise der Konstruktion erforschen (Sozialkonstruktivismus), um sie umfassend verstehend erklären zu können [...]." (Wirtz, 2017). Wie im Methodendesign bereits aufgezeigt, wurde die qualitative Erhebung mithilfe von leitfadengestützten Expert_inneninterviews durchgeführt. "Experteninterviews sind definiert über die spezielle Auswahl und den Status der Befragten" (Baur, Blasius, 2014, 559). Für das Projekt wurden in dem Zeitraum vom 21.03.2017 bis zum 10.05.2017 insgesamt acht Interviews in verschiedenen Einrichtungen durchgeführt. Bis auf eine Ausnahme, war immer eine Person der jeweiligen Institution bei dem Interview anwesend. Für die Erstellung des Leitfadens wurde die SPSS-Methode, die aus den folgenden vier Schritten besteht, angewandt (Helfferich, 2005, 161ff.).

1. **"Sammeln"**
   Es werden alle Fragen gesammelt, die zum Forschungsgegenstand beitragen.

2. **"Prüfen"**
   Im nächsten Schritt werden alle gesammelten Fragen geprüft und strukturiert. Hier werden irrelevante Fragen wieder ausgeblendet.

3. **"Sortieren"**
   Die verbleibenden Fragen werden nach inhaltlichen Themen sortiert.

4. **“Subsumieren”**

   Im letzten Schritt entsteht der eigentliche Leitfaden. In der ersten Spalte stehen Leitfragen, die eine Erzählaufforderung hervorrufen. In den nächsten Spalten folgen dann mögliche Aufrechterhaltungsfragen und konkrete Nachfragen.

Um den Interviewleitfaden erstellen zu können, wurde die Forschungsfrage “Inwiefern sind die Kurse nachhaltig?” entwickelt. Diese bezieht sich auf die differenzierte Sichtweise bezüglich der Nachhaltigkeit in den unterschiedlichen Einrichtungen und wird mit Hilfe der Expert_inneninterviews beantwortet. Neben der zuvor aufgestellten Forschungsfrage wurden ebenfalls verschiedene Ziele definiert. Es sind Fragen zu insgesamt sieben Themengebieten (Partnergewinnung, Informationsaustausch, Aufmerksamkeit, Impulssetzung, medienpädagogisches Angebot, IT-Infrastruktur und Schulungsmaßnahmen) entstanden, die sich in mehrere Unterkategorien aufteilen.

In der ersten Kategorie wurden den Expert_innen Fragen zur Partnergewinnung gestellt. Mithilfe der Frage: “Wie konnten wir Sie als Kooperationspartner_in für unser Projekt gewinnen?” sollten die Interviewpartner_innen angeben, wie sie von dem Projekt erfahren haben und was letztendlich zu einer erfolgreichen Kooperation führte. Die darauffolgende Kategorie thematisierte den Informationsaustausch innerhalb der kooperierenden Einrichtungen. Hier wurde folgende Leitfrage entwickelt: “Haben Sie anderen Einrichtungen von den Kursen oder der GOW erzählt?”. An dieser Stelle war es von hoher Bedeutung, inwiefern ein Austausch unter den jeweiligen Institutionen stattfand und welche Gründe dagegensprachen.

In der Kategorie “Aufmerksamkeit” bezog sich die Leitfrage auf die Auseinandersetzung mit digitalen Medien innerhalb der jeweiligen Einrichtung. Im nächsten Themengebiet wurde der Fokus auf die “Impulssetzung” gelegt. Hier wurde folgende Leitfrage gestellt: “Möchten Sie den Impuls der GOW in Zukunft weiter ausbauen?”. Von hoher Relevanz waren hier weitere Angebote zum Thema digitale Medien in den einzelnen Einrichtungen. Das “medienpädagogische Angebot” bildet eine weitere Kategorie, in der Fragen beispielsweise zu Freizeitangeboten oder weiteren Kursangeboten aufgegriffen wurden. Die Kategorie “IT-Infrastruktur” bezog sich auf den aktuellen Bestand der IT-Infrastruktur in den Einrichtungen. Hier sollten Expert_innen angeben, welche digitalen Medien bereits vorhanden sind und in welchen Bereichen noch möglicher Bedarf besteht. Das letzte Themengebiet sollte zeigen, inwieweit die Mitarbeiter_innen der einzelnen Einrichtungen an Fort- und Weiterbildungen zum Thema digitale Medien teilnehmen. Hier wurde von einzelnen Einrichtungen vor allem die Wichtigkeit der Schulungsmaßnahmen genannt, da sich der digitale Zugang stetig weiterentwickelt.

Für die Auswertung der Expert_inneninterviews wurde sich an dem 6-stufigen Verfahren nach Mühlfeld (1981) und dem 5-stufigen Verfahren nach Meuser und Nagel (1991) orientiert, da diese lediglich den Inhalt des Gespräches berücksichtigen (Mayer, 2013, 47f.). Beide Methoden werden im Folgenden kurz aufgezeigt und erläutert:

- Auswertungsverfahren nach Mühlfeld (1981)
  Dieses Verfahren wird als pragmatisch bezeichnet, da der zeitliche und ökonomische Aufwand im Vergleich zu anderen Auswertungsmethoden eher gering ist (ebd. 48ff.).

1. **Antworten markieren** -
   alle Antworten, die im Interview gegeben worden sind, werden markiert und zusammengetragen (z.B. innerhalb einer Excel-Tabelle).
2. **In Kategorienschema einordnen** -
   es werden Kategorien gebildet.

3. **Innere Logik herstellen** -
   Logik zwischen den einzelnen Informationen herausarbeiten.

4. **Text zur inneren Logik erstellen** -
   die innere Logik wird schriftlich festgehalten.

5. **Text mit Interviewausschnitten** -
   eine Auswertung mit Text erfolgt.

6. **Bericht** -
   der Auswertungstext wird dargestellt.

- Auswertungsverfahren nach Meuser und Nagel (1991)
  Aufgrund der Paraphrasierung ist diese Methode im Vergleich zu der von Mühlfeld etwas aufwendiger gestaltet (ebd. 50ff.).

1. **Paraphrasierung** -
   Der Inhalt soll mit eigenen Worten, jedoch textnah, wiedergeben werden.

2. **Thematisches Ordnen** -

Paraphrasen Überschriften geben

3. **Thematischer Vergleich** -
   Vergleich aller Interviews durch thematische Sortierung.

4. **Konzeptualisierung** -
   Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausarbeiten.

5. **Theoretische Generalisierung** -
   Theorien einbeziehen.

Nach der Durchführung der Interviews wurden diese mithilfe des einfachen Transkriptionssystems nach Dressing und Pehl (2013), welches aus insgesamt zwölf Transkriptionsregeln besteht, transkribiert. Der Fokus bei dieser Art der Transkription liegt auf dem inhaltlichen Aspekt (Dresing, Pehl, 2013, 20). So wurde unter anderem die para- und nonverbale Sprache während der Transkription nicht berücksichtigt (ebd., 18).

Im weiteren Verlauf des Projektberichtes werden die Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden aufgezeigt und aufeinander bezogen. Mit Hilfe der qualitativen Erhebungsmethode soll die Nachhaltigkeit, die durch die GOW erreicht wurde, herausgearbeitet werden.

5. Ergebnisse

In folgendem Kapitel werden die Ergebnisse aus der quantitativen und qualitativen Erhebung dargestellt. Zunächst werden im Ergebnisteil der quantitativen Erhebung die Fragebögen der Kursteilnehmer_innen ausgewertet und die Hypothesen getestet. Anschließend werden die Ergebnisse der Expert_inneninterviews im Ergebnisteil der qualitativen Erhebung und

darauffolgend die Ergebnisse aus der Öffentlichkeitsarbeit vorgestellt. Alle relevanten, in dem Kapitel aufgeführten Ergebnisse bilden die Basis für die Triangulation der drei Forschungsstränge. Somit kann das gesamte Projekt sowohl von der Ebene der Kursteilnehmer_innen als auch von der Ebene der Institutionen, in denen die Kurse stattfanden, evaluiert werden.

5.1 Ergebnisse der quantitativen Erhebung

Im nachfolgenden Verlauf werden die quantitativen Ergebnisse der Befragung betrachtet. Dazu werden die Hypothesen überprüft, um sie zur Beantwortung der Forschungsfragen zu nutzen.

5.1.1 Erreichte Zielgruppen

Zentrales Ziel der GOW ist die Verbesserung der Teilhabechancen digital benachteiligter Personengruppen an der Informationsgesellschaft. So wurden auf der Grundlage der ausgewerteten Literatur digital Benachteiligte identifiziert und primär fokussiert, da diese besonders gefährdet sind, von der digitalen Gesellschaft exkludiert zu werden. Daher wird nachfolgend, anhand der Auswertung der Daten, überprüft, ob Hypothese 1 - *An den Kursen, die in der Get Online Week in Dortmund 2017 angeboten wurden, haben überwiegend digital benachteiligte Menschen teilgenommen* - verifiziert oder falsifiziert werden kann. Um ein möglichst transparentes Abbild der einzelnen benachteiligten Personengruppen, die an der GOW teilgenommen haben, darzustellen, werden die Benachteiligungsfaktoren einzeln betrachtet. Das Nutzungsverhalten dieser Personengruppen wurde bereits in den vorherigen Kapiteln (2.3.1 - 2.3.6 sowie 2.4.1) ausführlich dargestellt. Das Kursangebot der GOW wurde überwiegend von weiblichen Personen wahrgenommen (60%; 158). Basierend auf einer

Gruppierung der Altersdaten der Teilnehmenden, kann festgestellt werden, dass die Kurse mehrheitlich von Personen besucht worden sind, die 60 Jahre und älter sind (31,1%; 83 von 266 Altersangaben). Die restlichen Altersangaben verteilen sich auf eine Altersspanne von 13 Jahren und jünger bis 59 Jahren. 28,6% der Teilnehmenden gaben an, einen (Schwer-)behindertenausweis zu besitzen. 12,3% der Dortmunder besitzen einen (Schwer-)Behindertenausweis (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik 2016b, 42). Obwohl die Vergleichbarkeit der Werte aufgrund unterschiedlicher Grundgesamtheiten beschränkt ist, wird doch sichtbar, dass Menschen mit dem Benachteiligungsfaktor Behinderung relativ häufig erreicht worden sind. Die benachteiligte Personengruppe der Erwerbslosen wurde zwar erreicht, dennoch aber unzureichend. Lediglich 1,9% der Teilnehmenden gaben an Arbeitslosengeld zu beziehen. Die meisterreichte Personengruppe betrachtet nach beruflicher Tätigkeit, ist die Gruppe der Berufstätigen mit 38,1% (101), gefolgt von den Rentner_innen mit 30,9% (83). Bei der Auswertung der formal erreichten Bildungsabschlüsse der Teilnehmenden fällt auf, dass die meisten Personen 45,1% (96) das (Fach-)Abitur erworben haben. Dennoch haben 36,2% (77) einen niedrigen (Förderschulabschluss oder Hauptschulabschluss) oder keinen formalen Bildungsabschluss. Somit konnte die GOW durchaus viele Personen, die aufgrund mangels formaler Bildung digital benachteiligt sind, erreichen. Von den Insgesamt 50 Schüler_innen, besuchen 44% (22) Schüler_innen eine Gesamtschule. Förder- und Hauptschule werden von 22% (10) Schüler_innen besucht. Die restlichen 36% (22) Schüler_innen sind der Realschule und dem Berufskolleg zuzuordnen. Es zeigt sich, dass die Kurse nicht überwiegend von Personen,

die eine Schulform mit niedrigerem Qualifikationsniveau (geringe formale Bildung) besuchen erreicht worden sind. Lediglich 7673 (0,7%) der männlichen Jugendlichen der deutschen Gesamtbevölkerung im Alter von 14 bis 25 Jahren (1.157.095) waren 2015 strafgefangen (Statistisches Bundesamt, 2016b, 12; Information und Technik Nordrhein-Westfahlen, 2016, 52). Relativiert an der Gesamtanzahl der Teilnehmenden der GOW (268) konnten immerhin 8 jugendliche Strafgefangene (3%) erreicht werden. Betrachtet man nur die Teilnehmenden der GOW im Alter zwischen 14 und 19 Jahren (59) sind es sogar 13,6%. Diese Personen sind (meist) in der Gruppe der Schüler_innen erfasst, da diese während der Inhaftierung einen allgemeinbildenden Schulabschluss in der JVA erwerben. Die Teilnehmer_innen der GOW sind damit, im Vergleich zur Dortmunder Durchschnittsbevölkerung, öfter weiblichen Geschlechts, weisen häufiger eine Schwerbehinderung auf, gehören öfter der Personengruppe des späten Erwachsenenalter (60+) an, besuchen im Vergleich häufiger eine Förder- oder Gesamtschule und sind öfter inhaftiert als der Durchschnitt der deutschen männlichen Jugendlichen. Lediglich die erwerbslosen Personen sind in der Dortmunder Durchschnittbevölkerung deutlich öfter vertreten. So waren nur 1,9% der Kursteilnehmenden erwerbslos, wohingegen die Arbeitslosenquote in Dortmund bei 12,6% liegt (Stadt Dortmund, 3/ Dez – Stabsstelle Dortmunder Statistik 2016b, 56). Hypothese 1 kann damit insgesamt verifiziert werden, an der GOW haben überwiegend digital benachteiligte Menschen teilgenommen.

Insgesamt konnte die GOW zwar überwiegend benachteiligte Personengruppen erreichen, doch inwieweit diese Personengruppen tatsächlich in ihrem Nutzungsverhalten digital benachteiligt sind, kann nicht beurteilt werden, da dieses durch

die Items des Fragebogens nicht erfasst wurde. Es muss angemerkt werden, dass die digitalen Benachteiligungsfaktoren nicht deterministisch wirken und nicht zwangsläufig zur digitalen Benachteiligung führen, zum anderen können diese Faktoren auch kumulieren und eine besondere Benachteiligung verursachen. Daher ist es notwendig und sinnvoll das konkrete Nutzungsverhalten bezüglich der Art und des Zwecks der Nutzung sowie der Dauer/ Stunden pro Tag zu erfassen. Der D21-Bericht liefert hier einen Ansatz zur Datenerfassung. In dieser Studie wird der Digitalisierungsgrad durch vier Dimensionen operationalisiert - Offenheit, Zugang, Kompetenz und Nutzung. Diese werden unterschiedlich prozentual gewichtet (Initiative D21, 2016a, 23, 28). Aufbauend auf dieser Art der Datenerfassung wird es möglich Nutzertypen zu bestimmen. So wird es möglich die Daten differenzierter zu betrachten und konkrete Aussagen bezüglich der tatsächlichen Benachteiligung zu machen.

Ferner wird aus den Ergebnissen der deskriptiven Statistik ersichtlich, welche Personengruppen durch das Projekt in nur sehr geringem Ausmaß erreicht wurden konnten. So empfiehlt es sich bei der Akquirierung von Kooperationspartner_innen und Kursteilnehmenden im kommenden Jahr 2018, sich mehr auf Erwerbslose zu fokussieren, um auch diese Personengruppe verstärkt zu erreichen.

5.1.2 Kompetenzerwerb

Zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage „Inwieweit konnten durch die Kurse die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden?“ erscheint es von großer Bedeutung, auf den Erwerb digitaler Kompetenzen der Kursteilnehmer_innen einzugehen. Auf der einen Seite wird im Zuge dessen ein Item betrachtet, das die Stärkung der digitalen

Kompetenzen abfragt. Auf der anderen Seite werden die digitalen Kompetenzen in drei verschiedenen Bereichen in den Blick genommen: sinnvolle Nutzung, Anwendung und Einsatz digitaler Medien.

Die allgemeine Stärkung der digitalen Kompetenzen wird durch das Item *„Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt“* operationalisiert. 42% (111) der Kursteilnehmer_innen stimmten dieser Aussage voll und ganz zu, während 40,2% (106) größtenteils zustimmten. 13,3% (35) konnten dieser Aussage weder zu- noch abstimmen und die Minderheit der Teilnehmer_innen stimmten mit 4,2% (11) weniger und mit 0,4% (1) gar nicht zu. Damit sehen 82,2% der Teilnehmenden bei sich eine Kompetenzstärkung durch die GOW.

Wie bereits beschrieben, setzt sich der Begriff der digitalen Kompetenzen (Dig_Komp) in dem konzipierten Nutzer_innen-Fragebogen aus der sinnvollen Nutzung, Anwendung sowie dem Einsatz digitaler Medien zusammen. Dies wurde mithilfe der drei Items *„Durch den Kurs habe ich gelernt, wie ich digitale Medien sinnvoller nutzen kann.“* (sinnvolle Nutzung), *„Durch den Kurs habe ich neue digitale Anwendungsmöglichkeiten (z.B. Apps) kennen gelernt.“* (Anwendung) und *„Der Kurs hat mir dabei geholfen, dass ich nun digitale Medien besser einsetzen kann.“*(Einsatz) realisiert. Die deskriptiven Statistiken der einzelnen Items der Variable Dig_Komp sind in Abbildung 13 aufgeführt.

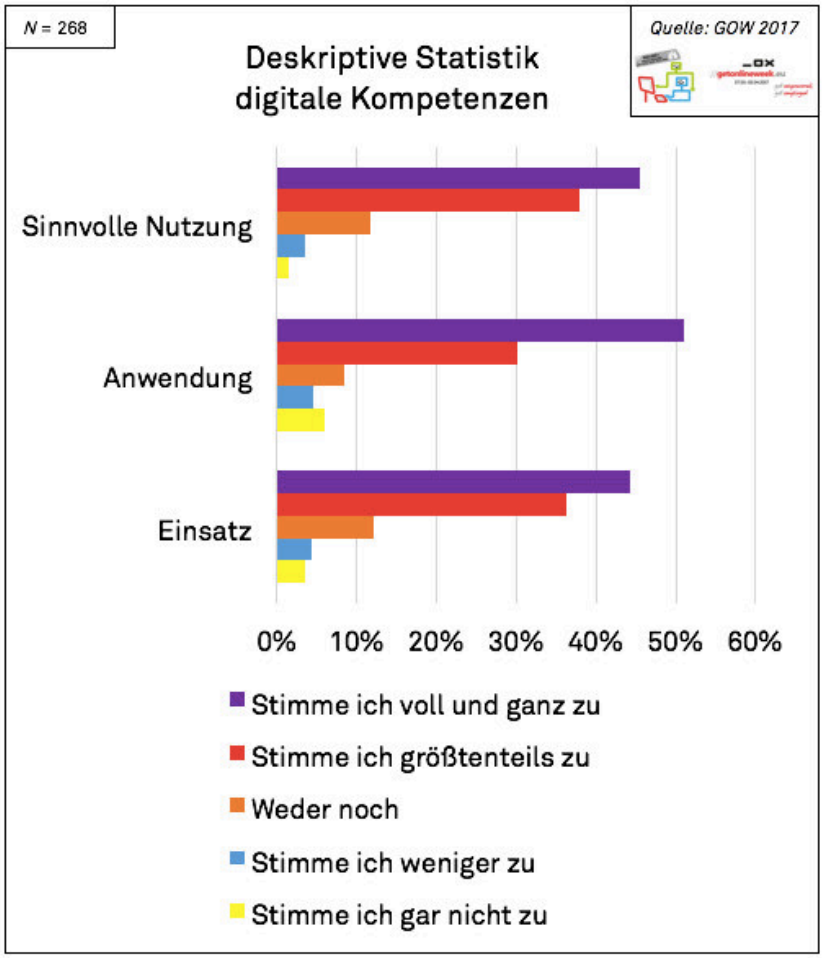


Abbildung 13 Deskriptive Statistik digitale Kompetenzen

Anhand der deskriptiven Statistik der einzelnen Items für die digitalen Kompetenzen (Abbildung 13) ist zu erkennen, dass in allen drei Bereichen die Mehrheit voll und ganz oder größtenteils den unterschiedlichen Aussagen zustimmen. Um eine sinnvolle Interpretation zu ermöglichen, wurden die drei Rohwerte der Variablen (Sinnvolle Nutzung, Anwendung, Einsatz) addiert und in der neuen Variable Dig_Komp zusammengefügt. Demnach wurde der Vergleich der Kursteilnehmer_innen in Hinblick auf die drei Bereiche innerhalb einer Variable ermöglicht. Tabelle 8 veranschaulicht an einem Beispiel die Zusammensetzung der neuen Variable. Drei ist demnach der minimalste Rohwert, der erreicht werden kann und der maximale

Rohwert, der sich aus der Addition der drei Rohwerte zusammensetzt, ist fünfzehn.

Tabelle 8 Beispiel Zusammensetzung Dig_Komp

	1	2	3	4	5
Durch den Kurs habe ich gelernt, wie ich digitale Medien sinnvoller nutzen kann. *(Sinnvolle Nutzung)*			X		
Durch den Kurs habe ich neue Anwendungsmöglichkeiten (z.B.) Apps kennengelernt. *(Anwendung)*					X
Der Kurs hat mir dabei geholfen, dass ich nun digitale Medien besser einsetzen kann. *(Einsatz)*				X	
					3 + 5 + 4 = **Σ12**

(*Anmerkungen*: 1 = Stimme ich gar nicht zu; 2 = Stimme ich weniger zu; 3 = Weder noch; 4 = Stimme ich größtenteils zu; 5 = Stimme ich voll und ganz zu)

Im Zuge der Reliabilitätsanalyse wurde festgestellt, dass für die Variable Dig_Komp ein zufriedenstellender Cronbachs alpha-Wert von 0,730 ausgegeben wurde. Nach Hossiep (o.J.) stellt ein Cronbachs alpha-Wert von unter 0,5 ein nicht akzeptables Ergebnis dar, während er ab 0,7 als zufriedenstellend und ab 0,8 als gut bewertet wird. Dementsprechend kann mittels des Reliabilitätskoeffizienten gezeigt werden, dass die drei Items zu einer Variable zusammengefasst werden können, da sie in zufriedenstellender Art und Weise das Gleiche messen. Für eine sinnvolle Interpretation im Ergebnisteil wurden vorab die Rohwerte der Variable Dig_Komp in Intervalle

eingeteilt, um eine Operationalisierung der einzelnen Werte gewährleisten zu können (siehe Tabelle 9). Aus der Tabelle geht hervor, dass die Person ihre digitalen Kompetenzen umso höher einschätzt, je höher der Rohwert ist.

Tabelle 9 Operationalisierung Dig_Komp

Rohwert	Operationalisierung
3.00 - 6.00	Person schätzt digitale Kompetenzen als sehr gering ein
7.00 - 9.00	Person schätzt digitale Kompetenzen als gering ein
10.00 - 12.00	Person schätzt digitale Kompetenzen als hoch ein
13.00 - 15.00	Person schätzt digitale Kompetenzen als sehr hoch ein

Betrachtet werden demnach die allgemeine Variable *„Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt."* sowie die neue Variable der digitalen Kompetenzen (Dig_Komp). Im nächsten Schritt wurde die gemeinsame Verteilung der beiden Variablen anhand einer Kreuztabelle überprüft (vgl. Anhang D). Es kann somit in dem Fall deutlich gemacht werden, inwiefern die beiden Variablen in Verbindung stehen.

Anhand der Kreuztabelle (vgl. Anhang D) ist zu erkennen, dass von den 42,1% (110), die der Aussage *„Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt."* voll und ganz zustimmten, die Mehrheit mit 87,5% (63) den höchsten Rohwert (15) in Bezug auf die digitalen Kompetenzen erreichten. Demnach registrierten diese Kursteilnehmer_innen nicht nur einen allgemeinen Anwachs digitaler Kompetenzen, sondern auch einen Anwachs hinsichtlich sinnvoller Nutzung, der Anwendung und des Einsatzes. Die Kreuztabelle gibt außerdem Aufschluss

darüber, dass die Teilnehmer_innen, die ihre digitalen Kompetenzen als hoch oder sehr hoch einschätzen, auch einen höheren Rohwert in der neu zusammengesetzten Variable aus der sinnvollen Nutzung, der Anwendung und des Einsatzes erzielen. Die Ergebnisse werden gestützt durch einen signifikanten Zusammenhang zwischen der allgemeinen Variable und der Variable Dig_Komp ($r(261)= 0{,}577$; $p=0{,}000$). Schlussfolgernd kann festgestellt werden, dass die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden durch die Kurse der Projektgruppe in der GOW gestärkt werden konnten.

Betont werden sollte jedoch, dass nur eine der vier von Baake (1996) aufgeführten Dimensionen, die Mediennutzung, Teil des diesjährigen Fragebogens war, da sie für die Projektgruppe die Dimension mit der stärksten Bedeutung darstellt. Für die nächste Projektgruppe im Projektjahr 2017/ 2018 ist daher zu empfehlen, auch andere Dimensionen im quantitativen Fragebogen zu erheben, um noch detaillierter auf die Medienkompetenzen der Kursteilnehmer_innen eingehen zu können. In Bezug auf die Mediennutzung ergibt sich aus der Evaluation jedoch das Fazit, dass die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden konnten, indem das Wissen über die digitalen Medien erweitert wurde, dessen Nutzen erkannt wurde und digitale Medien aus der Sicht der Kursteilnehmer_innen im Alltag sinnvoll angewendet werden können.

5.1.3 Motivation

Wie in Kapitel 3.1 bereits detailliert dargestellt, verfolgt die GOW das Ziel, Menschen zur Auseinandersetzung mit digitalen Medien zu motivieren und so zur Digitalisierung der Dortmunder Bevölkerung beizutragen. Fehlende Motivation stellt eine von mehreren Zugangsbarrieren digitaler Teilhabe dar (Kapitel 2.4.1).

Folgende Hypothese - *das Interesse hinsichtlich der Nutzung von digitalen Medien hat sich durch die Teilnahme an dem Kurs erhöht* - kann verifiziert werden, da 73,6% (193) der Teilnehmenden größtenteils oder voll und ganz zustimmen, durch die Kursteilnahme nun motiviert worden zu sein, sich in Zukunft mehr mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Daraus lässt sich schließen, dass die Zugangsbarriere der Motivation durch eine (sehr) effektive Kursgestaltung (Angaben zur Operationalisierung Kapitel 4.2) verringert werden konnte. Zudem kann daraus geschlossen werden, dass die Teilnehmer_innen durch die Kursteilnahme einen individuellen Mehrwert in der Nutzung digitaler Medien für sich erkannt haben, der die weitere Auseinandersetzung stärkt (BBR, 2016, 7).

Die Wichtigkeit einer effektiven Kursgestaltung zeigt sich an dieser Stelle besonders deutlich. Nur wenn es gelingt, die Kursteilnehmenden zur weiteren Auseinandersetzung mit digitalen Medien zu motivieren, kann davon ausgegangen werden, dass der Kurs eine nachhaltige Wirkung hat. Damit das Projekt GOW auch im Jahr 2018 weiter nachhaltig fortgeführt wird, sollte dieser Punkt besondere Berücksichtigung erfahren.

5.1.4 Nachhaltigkeit der Kurse

Wie in Kapitel 2.4 bereits ausführlich erläutert wurde, ist die Nachhaltigkeit eines der drei Ziele der GOW und daher Inhalt einer der Forschungsfragen. Das Verständnis der Projektgruppe der GOW von digitaler Nachhaltigkeit beruht auf folgender Definition:

„Digitale Ressourcen werden dann nachhaltig verwaltet, wenn ihr Nutzen für die Gesellschaft maximiert wird, sodass die digitalen Bedürfnisse gegenwärtiger und zukünftiger Generationen gleichermaßen erfüllt werden. Der gesellschaftliche

Nutzen ist dann maximal, wenn die digitalen Ressourcen der größten Anzahl von Menschen zugänglich und mit einem Minimum an technischen, rechtlichen und sozialen Restriktionen wiederverwendbar sind“ (Digitale Nachhaltigkeit, o.J.).

Hervorzuheben ist die Annahme, dass die digitalen Ressourcen für die größte Anzahl von Menschen zugänglich sein sollen und das mit geringen Einschränkungen. Dies unterstreicht erneut die Ziele der GOW (Kapitel 3.1), die darauf abzielt, digitale Kompetenzen an alle Menschen zu vermitteln - besonders die von digital benachteiligten Personengruppen - sowie die Teilhabe an der digitalen Gesellschaft zu fördern (Technische Universität Dortmund, 2016).

Um dieses Ziel mit Hilfe der ausgehändigten Fragebögen evaluieren zu können, werden die Items *„Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen, in meinen Alltag einzusetzen.“* und *„Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.“* herangezogen. Mit Hilfe einer Kreuztabelle in Anhang D wird die gemeinsame Verteilung der beiden Variablen aufgezeigt. So wird deutlich, wie häufig diese in den verschiedenen Kombinationen der einzelnen Kategorien auftreten (Brosius, 2017, 222). Ergebnis dessen ist, dass 19,0% (48) bei beiden Items voll und ganz zustimmen. Weitere 30,2% (76) gaben bei beiden Items mindestens an, größtenteils zuzustimmen, stimmten aber nicht beiden Items voll und ganz zu. Somit sagen 49,2%, dass sie die neu gewonnenen Kompetenzen in Zukunft in den Alltag zu integrieren versuchen und von dem Kurs anderen Personen berichtet haben (vgl. Anhang D). Zudem besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen ($r(252)=0{,}221$; $p=0{,}000$). Basierend darauf kann gesagt werden, dass das Ziel der Nachhaltigkeit erreicht worden ist.

Jedoch muss betont werden, dass dem Begriff Nachhaltigkeit eine Zeitdimension zugrunde liegt. So sollen durch heutige Handlungen zukünftige Handlungsbedingungen beeinflusst werden können (Gabler Wirtschaftslexikon, o.J.). Dies kann jedoch mittels des ausgehändigten Fragebogens nicht eindeutig gemessen werden. Grund dafür ist, dass es lediglich einen Messzeitpunkt im direkten Anschluss an die Intervention gibt. Somit kann eine längerfristige Nachhaltigkeit nicht so überprüft werden, wie es mit den Expert_inneninterviews der Fall ist (vgl. Kapitel 5.2). Auf diesen Aspekt wird in Kapitel 6 „Ergebnisse der Triangulation“ hingegen detaillierter eingegangen. Darüber hinaus handelt es sich bei den beiden Items, die die Nachhaltigkeit messen, um personenbezogene und kursbezogene Variablen. Das Items *„Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen, in meinen Alltag einzusetzen“* stellt die personenbezogene und *„Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt“* die kursbezogene Variable dar. Da sich die personenbezogene Frage auf dem Zeitraum vor der Intervention bezieht, wird die individuelle Bewertung und Bedeutung der Kursinhalte vernachlässigt. Es können lediglich Rückschlüsse über den Radius der Popularität gezogen werden. Allerdings liefert dieses Item keine Informationen zu der Bewertung der Kursinhalte.

So sollte für die nächste GOW 18 überlegt werden, ob das Item *„Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt“* nicht zu *„Ich werde anderen Personen von dem Kursangebot erzählen“* geändert wird. Dies gibt dieser Frage eine vollkommen neue Perspektive. Durch die Modifikation des Items könnte so in Kombination mit der Variable *“Kompetenzgewinn”* ein Rückschluss darauf gezogen werden, ob positive oder negative Informationen über das Kursangebot an andere Personen weitergeben werden. Im Anschluss daran kann aus

der Variable interpretiert werden, wie gut der Kurs gefallen hat oder auch nicht und somit können Rückschlüsse auf die Nachhaltigkeit gezogen werden.

5.1.5 Gestaltung der Kurse

Um die Forschungsfrage „Inwieweit konnten durch die Kurse die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden verstärkt werden?“ beantworten zu können, ist es unabdingbar, auf die Kursgestaltung einzugehen. Eine geeignete Kursgestaltung, welche einen späteren Lernerfolg impliziert, setzt sich aus mehreren Variablen zusammen. Operationalisiert wird die Kursgestaltung durch: *„Ich konnte den Kursleiterinnen durchgehend folgen.“*, *„Ich habe die Kursleiterinnen als Expertinnen ihres Themas wahrgenommen.“*, *„Es wurde auf meine individuellen Bedürfnisse eingegangen.“, „Zu den Kursleiterinnen bestand ein gutes Verhältnis.“* und *„Das Kurstempo war angemessen.“*.

So beinhaltet eine geeignete Kursgestaltung vielfältige Faktoren. Zur Erreichung dieses Zieles werden Kursleiter_innen vorausgesetzt, die Expert_innen in Ihrem Thema sind und denen man gut folgen kann, was auch ein angemessenes Kurstempo beinhaltet. Ebenso ist ein gutes Lernverhältnis und das Eingehen auf individuelle Bedürfnisse Grundvoraussetzung für eine geeignete Kursgestaltung. Zunächst gilt es, die eben genannten Variablen auf die interne Konsistenz mittels des Reliabilitätskoeffizienten „Cronbachs alpha“ zu überprüfen, um sicherzugehen, dass die Items das gleiche messen. Der ausgegebene Reliabilitätskoeffizient der eben beschriebenen Items gibt einen hohen Wert von 0,824 aus, was bedeutet, dass die Items Identisches - die Kursgestaltung - messen. Der Lernerfolg wird zudem durch die Items *„Die Lernziele der Veranstaltung sind mir deutlich geworden“, „Ich habe viel dazu gelernt“*

und *„Einige Themen waren mir bereits bekannt“* operationalisiert.

Bevor ein Zusammenhang zwischen den Variablen „geeignete Kursgestaltung“ und „Lernerfolg“ untersucht werden kann, musste zunächst das Item *„Einige Themen waren mir bereits bekannt*“ rekodiert werden. Rekodieren meint, die Zuordnung von Zahlenwerten zu beobachteten Einheiten zu verändern (Hasselhorn, 2017, 33). Dies ist notwendig, weil das Item als einziges negativ gepolt ist. Die generelle Richtung der Antwortskala ist eine positive, so muss das negativ gepolte Item vor allen Berechnungen umgepolt werden, das heißt niedrige Werte dieses Items werden durch gespiegelt hohe Werte ersetzt (5->1, 4->2, 3->3, 2->4, 1->5) (Universität Paderborn, 2015), sodass schlussendlich alle zur Berechnung notwendigen Items in die gleiche Richtung kodiert sind.

Die Hypothese, dass eine geeignete Kursgestaltung den Lernerfolg der Teilnehmenden fördert, stellt eine Korrelation dar. Eine Korrelation dient dazu, die Stärke eines Zusammenhangs zwischen zwei Variablen zu berechnen (Statista, o.J.a). Der mit einer Pearsonkorrelation berechnete Korrelationskoeffizient der Variablen *„geeignete Kursgestaltung“* und *„Lernerfolg“* ergibt den Wert 0,540 *(r(262)= 0,540; p=0,000).* Daraus lässt sich ableiten, dass zwischen den beiden Variablen ein positiver Zusammenhang besteht. Ein hoher Wert der einen Variable geht demnach mit einem hohen Wert der anderen Variable einher. Es liegt eine mittelstarke Korrelation zwischen der *„geeigneten Kursgestaltung“* und dem *„Lernerfolg“* vor.

Es wird von einem mittelstarken Zusammenhang gesprochen, sobald der Korrelationskoeffizient größer 0,2 und kleiner gleich 0,6 ist (Tröster, 2015, 27). Basierend darauf wird deut-

lich, dass eine intensive Auseinandersetzung mit der Kursgestaltung unabdingbar ist. So zeigt sich, dass das erste Semester des Projektstudiums, welches sich intensiv mit der didaktischen Gestaltung der Kurse der GOW sowie dem eigenen Auftreten beschäftigt, äußerst wichtig für den späteren Lernerfolg ist. Der Faktor „geeignete Kursgestaltung“, welcher sich aus vielen Komponenten zusammensetzt, ermöglicht eine Kompetenzvermittlung an die Teilnermehr_innen und führt somit letztendlich zu einem Lernerfolg. Somit stellt eine gute Kursgestaltung einen wichtigen Erfolgsfaktor für eine gelingende GOW dar, in der neue digitale Kompetenzen vermittelt wurden. So ist es essentiell, sich intensiv mit der Kursgestaltung auseinanderzusetzen und zu überlegen, durch welche Methoden das Lernziel Kompetenzvermittlung am besten erreicht werden kann. Ebenso ist es zu empfehlen, bereits während der Erstellung des Fragebogens darauf zu achten, auf negativ gepolte Items zu verzichten, da diese schnell zu Rechenfehlern und demnach zu verfälschten Ergebnissen führen, wenn vorab keine Rekodierung stattgefunden hat.

5.1.6 Medien- Nutzungsverhalten

Um die kursspezifische Hypothese bezüglich des Kompetenzerwerbs anhand der Nutzung digitaler Medien beurteilen zu können, muss einerseits das Mediennutzungsverhalten der Kursteilnehmer_innen (Anzahl_Medien) und andererseits die Einschätzung der digitalen Kompetenzen (Dig_Komp) betrachtet werden. Eine Übersicht über die deskriptiven Statistiken des Medien-Nutzungsverhaltens der Kursteilnehmer_innen im Vergleich zur Deutschen Bevölkerung ist in Abbildung 14 aufgeführt.

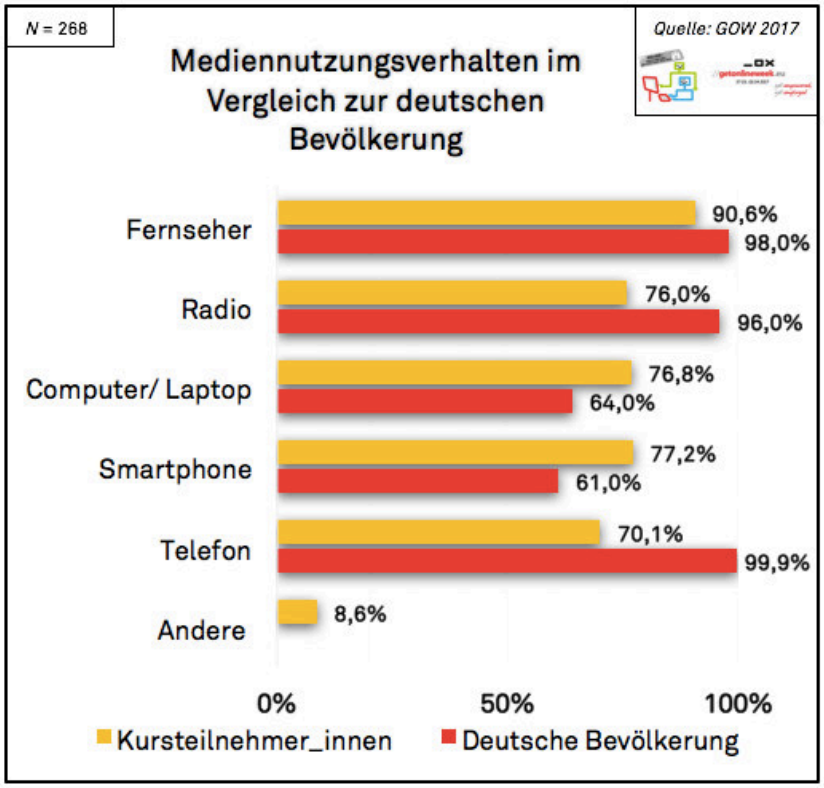


Abbildung 14 Deskriptive Statistik Medien-Nutzungsverhalten (angelehnt an: ARD-Werbung Sales & Services (2015) und Statistisches Bundesamt (2016a))

Es kann angemerkt werden, dass die Kursteilnehmer_innen sowohl Computer bzw. Laptop als auch Smartphones im Vergleich zur deutschen Bevölkerung häufiger besitzen. Auffällig ist, dass die große Mehrheit der Kursteilnehmer_innen sowohl einen Fernseher, ein Radio, einen Computer oder Laptop, als auch ein Smartphone oder Telefon nutzt. Mit 90,6% (242) stellt der Fernseher das am häufigsten und mit 70,1% (188) das Telefon das am wenigsten genutzte Medium dar. Aufgrund der halboffenen Frage zum Mediennutzungsverhalten konnten die Kursteilnehmer_innen weitere genutzte Medien benennen. 3,4% (9) gaben an, ein Handy zu besitzen während 2,6% (7) eine Konsole als ein weiteres Medium nutzen. Des Weiteren wurden vereinzelt weitere verschiedene digitale Medien genannt: der E-Reader, die Kamera und der MP3-Player sowie ein Musikgerät.

Um die beiden Variablen gegenüberstellen zu können, mussten im Vorfeld beide aus verschiedenen Variablen zusammengesetzt werden. In Kapitel 5.1.2 wird bereits die Zusammensetzung anhand eines Fallbeispiels und die Operationalisierung der Variable Dig_Komp erklärt. Für dieses Kapitel musste die Variable der Anzahl der genutzten Medien (Anzahl_Medien) erstellt werden. Demzufolge wurde bei der Nutzung des jeweiligen digitalen Mediums der Wert *eins* und bei der Nicht-Nutzung der Wert *null* angegeben. Für die Variable Anzahl_Medien wurden im nächsten Schritt die Rohwerte der einzelnen Medien addiert, in der zu sehen ist, wie viele Medien die Kursteilnehmer_innen nutzen. In Tabelle 10 ist ein Fallbeispiel aufgeführt, das beschreibt, wie die Variable Anzahl_Medien zusammengesetzt ist.

Tabelle 10 Beispiel Zusammensetzung Anzahl_Medien

	Nutzung		
	Ja	Nein	
Fernseher	x		1
Radio		x	0
Computer/ Laptop	x		1
Smartphone	x		1
Telefon		x	0
Tablet	x		1
4 x 1 = **4** à Person nutzt **4** verschiedene Medien			

Um den Kompetenzerwerb der Kursteilnehmer_innen evaluieren zu können, wird das Mediennutzungsverhalten in Verbindung mit den drei bereits in Kapitel 5.1.2 aufgeführten Bereichen der digitalen Kompetenzen gesetzt: sinnvolle Nutzung, Anwendung und der Einsatz von digitalen Medien. Aus der deskriptiven Statistik aller drei Items (vgl. Abbildung 13) geht hervor, dass die Mehrheit voll und ganz oder größtenteils den unterschiedlichen Aussagen zustimmen.

Durch die Begründung der Herleitung der sechsten Hypothese in Kapitel 2.5 wird deutlich, dass die Anzahl genutzter Medien ein Hinweis für digitale Kompetenzen ist. Dieser Befund soll mit der vorliegenden Erhebung der GOW verglichen werden. Um dies zu ermöglichen, wird die neu zusammengesetzte Variable Dig_Komp (vgl. Kapitel 5.1.2) mit einem zufriedenstellenden Cronbachs alpha-Wert von 0,730 in Verbindung mit der

Anzahl der genutzten Medien gesetzt. Die Kreuztabelle in Anhang D stellt die gemeinsame Verteilung der beiden Variablen dar. Darin deutlich zu erkennen ist die Steigerung des Kompetenzgewinns mit der Anzahl der genutzten Medien. Anhand der deskriptiven Statistik wird ersichtlich, dass die Mehrheit mit 68,2% (180) sechs verschiedene Medien nutzt. Die größte Überschneidung mit den digitalen Kompetenzen findet sich zum einen in dem Bereich, in dem die Kursteilnehmer_innen ihre digitalen Kompetenzen als hoch oder sogar als sehr hoch einschätzen. Im Vergleich dazu schätzen 20,1% (53) Teilnehmenden, die ein Medium weniger nutzen, ihre digitalen Kompetenzen geringer ein (vgl. Anhang D). Im Zuge der Signifikanzprüfung stellte sich heraus, dass zwischen der Variable Dig_Komp und der Variable Anzahl_Medien kein signifikanter Zusammenhang besteht ($r(264)= 0{,}073$; $p=.240$). Anhand der Kreuztabelle ist jedoch zu erkennen, dass die Kursteilnehmer_innen ihre digitalen Kompetenzen höher einschätzen, je mehr digitale Medien genutzt werden.

Betont werden muss jedoch, dass das Mediennutzungsverhalten in dem quantitativen Fragebogen ausschließlich anhand der Anzahl der genutzten Medien gemessen wurde. Die Priorität des jeweiligen digitalen Mediums und die Häufigkeit der Nutzung wurde jedoch nicht abgefragt. Demnach erscheint es für die nächste Projektgruppe der GOW 2018 von sehr großer Bedeutung, auch die Häufigkeiten der Nutzung der verschiedenen Medien abzufragen. Nur so kann das Mediennutzungsverhalten sinnvoll interpretiert werden.

5.1.7 Bewertung der Kurse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse aus den ausgefüllten Fragebögen der Kursteilnehmer_innen zu den durchgeführten Kursen beschrieben. Dazu wird auf die kursspezifischen Fragen und die abschließenden Fragen zu den Kursinhalten Bezug genommen.

Ergebnisse des Kurses „Facebook, Instagram, Snapchat – Aber sicher!“

Der Kurs FIS (n=108) behandelte den bewussten Umgang mit der sozialen öffentlichen Identität und wies auf mögliche Chancen und Risiken sozialer Netzwerke hin. Durch die gemeinsame Erarbeitung von Themen wie Möglichkeiten der sozialen Netzwerke, aber auch deren negative Seiten, fühlten sich ca. 77%[12] (76 Personen) der Befragten nach dem Kurs sicherer im Umgang mit Facebook, Instagram und Snapchat. Die Kursleiter_innen wurden von 90% (68) der heterogenen Zielgruppe als Expert_innen in ihrem Thema wahrgenommen, was dazu führte, dass spontan und individuell auf Bedürfnisse reagiert werden konnte. Das angemessene Lerntempo und ein angenehmes Verhältnis zwischen den Kursteilnehmer_innen und Student_innen trug zu einer positiven Lernatmosphäre bei. Dadurch konnten 79% (82) der Teilnehmenden eine Stärkung ihrer Kompetenzen feststellen. Trotzdem gaben ca. 20% (21) an, dass die sinnvolle Nutzung der digitalen Medien unklar blieb. Die zukünftige Integration der neu gewonnenen Kompetenzen in den Alltag wurde von 75% (80) bejaht.

[12] Die Zahl der gültigen Fälle varrierte je nach Frage, weshalb sich die Prozentwerte jeweils auf andere Grundgesamtheiten beziehen.

Ergebnisse des Kurses „Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten für die Zukunft “ und „Facebook – meine soziale Identität“

Der Kurs MKW bzw. FMSI (n=8) wurde für jugendliche Inhaftierte konzipiert, die keinen oder nur wenig Zugang zu digitalen Medien in der Haft haben. Aus den Fragebögen geht hervor, dass 87,5% (7) der Jugendlichen gelernt haben, wie sie digitale Medien sinnvoller nutzen können. Die neuen Erkenntnisse möchten alle in Zukunft mehr in ihren Alltag integrieren, was sich vor allem auf die Zeit nach der Haft bezieht. Durch die neu kennengelernten Anwendungsmöglichkeiten, die im Kurs vorgestellt wurden, konnten die digitalen Kompetenzen der Mehrheit gestärkt werden. Lediglich einer der Befragten führte an, keinen Mehrwert aus dem Kurs gezogen zu haben. Da die Jugendlichen im Wesentlichen mit der Nutzung des Internets vertraut sind, gaben zwei Personen an, einige Themen bereits gekannt zu haben. Die Themen wurden speziell an den Bedürfnissen der Zielgruppe ausgerichtet. Dies wurde von 86% (6) der Jugendlichen bestätigt. Besonders das Thema der Jobsuche und die Vorstellung der verschiedenen Jobportale wurde von allen Jugendlichen als lehrreich bewertet.

Ergebnisse des Kurses „Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern zum Thema „Mediennutzung in der Familie“

Der Kurs MNF (n=50) soll den bewussten Umgang mit digitalen Medien in Familien vermitteln und verschiedene Möglichkeiten aufzeigen, den medialen Konsum von Kindern im Alltag besser zu dosieren. Durch die Vorstellung unterschiedlicher kindgerechter Apps sollen verschiedene Interventionsebenen

abgedeckt werden. Das Aufzeigen der verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten von digitalen Medien im kindlichen Kontext wurde von allen Teilnehmenden als lehrreich eingestuft. Die sinnvolle Integration von verschiedenen medialen Geräten in den kindlichen Alltag möchten 96% (48) der Eltern in Zukunft umsetzen. Der Kurs konnte zur Stärkung der digitalen Kompetenzen der Eltern beitragen. 88% (44) der Teilnehmenden konnten einen erfolgreichen Zuwachs an Fertigkeiten im Umgang mit Medien feststellen. Das Herausarbeiten von möglichen Chancen und Risiken der medialen Welt wurde von der großen Mehrheit, nämlich von 95,9% (47) als hilfreich bewertet. Das Ausprobieren von kindgerechten Apps wurde von allen Teilnehmenden positiv angenommen und als lehrreich aufgefasst. Ebenfalls wurden die Methoden zur bewussten Nutzung, wie beispielsweise die Vorstellung des Mediennutzungsvetrages, von allen als lehrreich beurteilt.

Ergebnisse des Kurses „Senior_innen: Fit im Netz!“

Der Kurs SFN (n=68) war in erster Linie auf die Bedürfnisse von Senior_innen ab 65 Jahren ausgelegt. Insbesondere ging es um das Kennenlernen von Tablets und im weiteren Verlauf darum, durch neu erlernte Fähigkeiten Apps ausprobieren zu können. Eine personenzentrierte und an die Zielgruppe angepasste Kursgestaltung trägt zu einem positiven Lernerfolg bei. Ca. 98% (66) bestätigten die angemessene Gestaltung des Kurses. Hauptsächlich sind hier ein angemessenes Tempo und die verständnisvolle und altersangemessene Vermittlung der Lehrinhalte relevant. Die angenehme Atmosphäre und die individuelle Beratung während der Schulung trugen zur Stärkung der digitalen Kompetenzen bei. Die Bestärkung der Fähigkeiten bejahten 66,2% (45) in vollem Maße. Durch das Erlernen der sinnhaften Nutzung der vorgestellten Medien und

Apps nehmen sich 56 (82,4%) Personen der Gesamtmenge vor, das neu gewonnene Können in Zukunft in den Alltag vermehrt zu integrieren. Die Leiterinnen versuchten durch das schrittweise Kennenlernen von Tablets die Vorteile der Nutzung aufzuzeigen. Dadurch fühlten sich ca. 83% (53) am Ende der Intervention sicherer im Umgang mit den technischen Geräten. 18% (11) der Senior_innen konnten für sich keinen Mehrwert der Themen feststellen. Dem entgegen bewerten 66% (41) die Themen als lehrreich und neu. Da die Mehrheit der Teilnehmenden keinen Gebrauch von medialen Endgeräten wie Computern oder Tablets macht, empfanden 93% (62) die Vorstellung von Interneterfahrungsorten in Dortmund als sehr hilfreich und lehrreich. Das Aufzeigen von alternativen Zugangsmöglichkeiten zu digitalen Medien verringert die technischen Barrieren.

Ergebnisse des Kurses „Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte“

Der Kurs SLA (n=34), der sich an pädagogische Fachkräfte richtete, die Menschen mit Fluchtgeschichte unterrichten, gliederte sich in zwei Bereiche. Der einleitende theoretische Teil, der sich unter anderem aus Hintergrundwissen zur GOW, zur Problemlage von Zugewanderten sowie zu digitalen Medien im Unterricht zusammensetzte, wurde von den Teilnehmenden mit 23,5% als sehr lehrreich und von 52,9% als lehrreich bewertet. Hingegen ist der anschließende praktische Teil, der sich aus dem Testen der zuvor vorgestellten Apps und dem Entwurf möglicher Unterrichtskonzeptionen mit Hilfe dieser Apps zusammensetzte, von 33,8% als sehr lehrreich und 51,5% als lehrreich eingestuft worden. Somit haben 85,3% der Teilnehmer_innen den praktischen Teil als gelungen bewertet. Dies entspricht ebenso der Wahrnehmung der

Kursleiterinnen, welche eine deutlich motiviertere, interessiertere und engagiertere Einstellung im zweiten Abschnitt beobachteten. So entspricht die subjektive Einschätzung den Ergebnissen der quantitativen Befragung, die ergab, dass der theoretische Einstieg als weniger interessant bewertet wurde als die praktische und interaktive Phase. Dennoch ist auch das Ergebnis des theoretischen Einstieges zufriedenstellend, denn bis auf 23,5%, die darin keinen großen Mehrwert gesehen haben, hat der Rest diesen als lehrreich oder sogar sehr lehrreich wahrgenommen. Darüber hinaus gaben 94% (32) der Teilnehmer_innen an, dass sie „durch den Kurs [...] neue digitale Anwendungsmöglichkeiten kennengelernt [haben]“ und weitere 76,4% (26) sagten, dass „der Kurs sie motiviert hat, sich in Zukunft mehr mit digitalen Medien auseinanderzusetzen“. Dies lässt auf die hohe Bedeutung des verstärkten Einsatzes von digitalen Medien im Unterricht schließen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Kurs seitens der Lehrkräfte zu einem Denkanstoß hinsichtlich des Einsatzes von digitalen Medien beigetragen hat und somit das Kursziel „Lehrkräfte vom Einsatz von digitalen Medien im Unterricht zu begeistern“ erreicht wurde. Somit konnte durch den Kurs ein erster Schritt in Richtung eines zeitangemessenen und modernen Unterrichts realisiert werden.

5.1.8 Fazit der quantitativen Erhebung

Im Anschluss an die Auswertung der Fragebögen ist zu sagen, dass in der GOW eine sehr heterogene Teilnehmerschaft erreicht worden ist. Zudem haben besonders stark digital benachteiligte Personengruppen an den Kursen teilgenommen. Dabei sind vor allem Frauen (60%), Menschen mit Behinderung (28,6%) und Senior_innen (30,9%) hervorzuheben. Alle drei Personengruppen konnten im Vergleich zur Dortmunder

Bevölkerung überdurchschnittlich oft erreicht werden. Die dafür herangezogenen Vergleichszahlen geben an, dass der Frauenanteil in Dortmund bei 50,6% und der Menschen über 60 Jahre bei 26% liegt. Des Weiteren leben in Dortmund 12,3% mit einem (Schwer-)Behindertenausweis (Jahresbericht, 2016, 12f.). Somit kann positiv verbucht werden, dass überwiegend digital benachteiligte Personengruppen durch die Kurse der GOW erreicht worden sind. Dies ist Grundvoraussetzung für die Minderung der digitalen Spaltung. Ebenso lässt sich die Forschungsfrage, dass durch die Kurse digitale Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden, verifizieren, denn 82,2% (217) gaben an, dass diese voll und ganz oder größtenteils gefördert worden sind. Auch die Kurse sind allesamt positiv bewertet worden.

Anhand der erhobenen Nutzungsmotivation der Kursteilnehmer_innen kann verdeutlicht werden, dass die große Mehrheit motiviert ist, sich in Zukunft mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Die Nachhaltigkeit des Projektes ist jedoch auf quantitativer Ebene mittels des vorhandenen Fragebogens schwierig bis kaum zu beantworten, daher ist an dieser Stelle auf die qualitative Erhebung zu verweisen. Es kann dennoch betont werden, dass die Nachhaltigkeit der Kurse sowie der GOW von höchster Priorität ist. Wie dies umzusetzen ist, wird in Kapitel 6 erläutert (Mulitplikator_innenschulung, Offenes Internetcafe etc.).

5.2 Ergebnisse der qualitativen Erhebung

Im diesem Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Erhebung aufgeführt. Hierzu wurden hinsichtlich der Nachhaltigkeit der GOW Expert_inneninterviews durchgeführt. Anhand der Aussagen der Interviewpartner_innen sind in der

Auswertung Kategorien entstanden, auf die in den nachfolgenden Unterkapiteln näher eingegangen wird. Abschließend werden die Ergebnisse der einzelnen Kategorien zusammenfassend in einem Fazit unter besonderer Berücksichtigung der Nachhaltigkeit des Projektes festgehalten.

5.2.1 Partner_innengewinnung

Eine wichtige Thematik für die Reflexion der GOW ist die Gewinnung von Kooperationspartner_innen für die Teilnahme an den konzipierten Kursen. Von großer Bedeutung war hier der Kontaktverteiler, in welchem die vorherigen Projektgruppen Kooperationspartner_innen sammelten und der Umfang somit stetig größer wurde. Er war somit eine erste Grundlage für die Findung von Kooperationspartner_innen. Des Weiteren wurden zusätzlich Einrichtungen und Institutionen kontaktiert, welche der Zielgruppe der jeweiligen konzipierten Kurse entsprachen. Alle möglichen Kooperationspartner_innen bekamen im Laufe der Vorbereitung eine E-Mail, in der nicht nur die GOW und ihre Kurse vorgestellt, sondern auch zum Kontakttag am 21.12.2016 eingeladen wurde. Die Interviews haben gezeigt, dass mehr als die Hälfte der befragten Kooperationspartner_innen auf diesem Wege auf das Projekt aufmerksam wurden. Der Kontakttag, welcher erfolgreich durchgeführt werden konnte, motivierte viele Institutionen und Einrichtungen dazu, an der diesjährigen GOW teilzunehmen. Hier wurden die selbst konzipierten Kurse den Interessent_innen vorgestellt, sodass diese für die entsprechenden Zielgruppen angepasst werden konnten. Der Kontakttag war somit ein wichtiger Meilenstein für die Gewinnung von Kooperationspartner_innen. Da der Termin allerdings kurz vor Weihnachten lag, konnten nicht alle möglichen Kooperationspartner_innen teilnehmen. Auch durch eine zufriedenstellende Teilnahme an dem Projekt in den letzten Jahren konnten einige Einrichtungen

auch dieses Jahr wieder für die GOW gewonnen werden. Eine Einrichtung nimmt bereits seit 2015 jedes Jahr an der GOW teil und wollte auch in diesem Jahr die Chance nutzen, sich während der Informationsveranstaltung einen Überblick über das Kursangebot der GOW zu verschaffen und sich für einige Kurse anzumelden. Zusätzlich konnte das Interesse für neue Kooperationen geweckt und somit neue Teilnehmer_innen gewonnen werden.

Das Interesse an der GOW teilzunehmen wurde unter anderem aber ebenfalls durch den Austausch mit anderen Kooperationseinrichtungen gestärkt. Einige Kooperationspartner_innen konnten außerdem gewonnen werden, indem Einrichtungen Informationen über die Kurse und über die GOW in Verteilern verschiedener Einrichtungen teilten. Die Motivation für die Teilnahme an der GOW waren bei den verschiedenen Einrichtungen und Institutionen ähnlich. Die Hälfte der Kooperationspartner_innen hat sich durch die vielfältigen Kursangebote angesprochen gefühlt. Einer Aussage zufolge füllte das jeweilige Kursangebot eine Lücke in der Einrichtung. Hinzu kommt, dass das Interesse an der Nutzung von digitalen Medien für einige Einrichtungen - vor allem für Schulen - besonders interessant ist und in Zukunft auch mehr thematisiert werden soll. Als weiterer Punkt wird auch die stetige Weiterentwicklung der Digitalisierung genannt, mit der sich Einrichtungen regelmäßig auseinandersetzen sollten.

5.2.2 Informationsaustausch

Anhand der durchgeführten Interviews mit insgesamt acht Personen sollte herausgefunden werden, inwiefern sich die kooperierenden Einrichtungen mit anderen Einrichtungen über das Projekt der GOW und der konzipierten Kursangebote ausgetauscht haben. Dazu kann festgehalten werden, dass

dieser Austausch größtenteils stattfand, jedoch auch vereinzelte Einrichtungen keinen Austausch betrieben haben. Ein Großteil der interviewten Personen gab an, dass sie sich bezüglich des Projektes mit anderen Einrichtungen ausgetauscht haben. In diesem Austausch ging es insbesondere um die Empfehlung, an einem oder mehreren der diesjährigen Kursangebote teilzunehmen. Auch die Weiterempfehlung an der GOW bzw. an einem oder mehreren der Kurse im nächsten Jahr teilzunehmen war ein wichtiger Aspekt für die interviewten Personen. Besonders auffällig ist hierbei, dass es sich mehr um den Austausch nahestehender Einrichtungen handelt, zum Beispiel, dass Kursangebote von den Seniorenbüros an weitere Seniorenbüros weitergeleitet wurden. Eine Person traf zudem die Aussage, bereits im Vorfeld in Kontakt mit der Sozialforschungsstelle Dortmund und der TU-Dortmund gestanden zu haben und durch dieses Projekt sei der Kontakt besonders gestärkt worden. Lediglich zwei der insgesamt acht interviewten Personen gaben an, sich nicht mit anderen Einrichtungen über das Projekt oder die Kursangebote ausgetauscht zu haben. Eine weitere Person betonte, dass die GOW eher intern zum Thema wurde, jedoch nicht explizit mit externen Einrichtungen Informationen ausgetauscht wurden. Die interviewten Pädagog_innen der kooperierenden Justizvollzugsanstalt ergänzten, dass es nicht viele Schnittstellen gäbe, um in einem ständigen Austausch mit anderen Einrichtungen zu stehen.

Ein wichtiges Argument hinsichtlich einer besseren Möglichkeit des Austausches war, dass das Interview erst später statt finden sollte – so könnten die Interviewpartner zwischen GOW und dem Interview mehr Einrichtungen von der GOW berichten. Bezüglich der Aussagen, dass kein Austausch mit ande-

ren Einrichtungen stattfand, ergänzte eine interviewte Person, dass sie lieber selbst an einem der Kursangebote teilnehmen wollte, als anderen Personen von dem Kursangebot zu berichten. Hier bestand die Annahme, dass das Kursangebot eventuell schnell ausgebucht sein könnte und man sich schnell anmelden müsse.

5.2.3 Impulssetzung

Bezüglich der Frage, ob die Einrichtungen den Impuls der GOW weiter ausbauen möchten, haben alle Interviewpartner_innen zugestimmt. Alle Einrichtungen haben positive Erfahrung mit den Kursangeboten der GOW gemacht und wollen auch in den folgenden Jahren an diesen teilnehmen. Durch die Kurse der GOW haben einige Einrichtungen außerdem das Ziel entwickelt, die Themeninhalte der jeweiligen Kurse aufzugreifen und aus diesen ein festes Angebot zu konzipieren oder diese in ein bestehendes Angebot zu integrieren. Dies wäre zum Beispiel für das Projekt ,,Masterplan Digitales Dortmund'' im Bereich der Erwachsenenbildung denkbar. In diesen Angeboten soll zum einen noch intensiver auf die Inhalte der GOW eingegangen werden, zum anderen sollen aber auch weitere Themenbereiche aufgegriffen werden. Hier wurden beispielsweise Themen wie Abofallen, Soziale Netzwerke und Online-Banking sowie das Verhalten im Internet genannt. Für Angebote dieser Art ist es wichtig, dass eine Ansprechperson zur Verfügung steht, welche den Teilnehmer_innen die Kursinhalte näher bringen kann. Zu diesem Zweck möchte ein Kooperationspartner eine Mitarbeiterschulung durchführen, um sicherzustellen, dass Klient_innen im Bereich "Digitale Medien" eine gute Hilfestellung bekommen. Für eine konkrete Umsetzung der Kurse fehlen allerdings teilweise noch die finanziellen Mittel.

Ein/e ander/e Interviewpartner_in stellt fest: ,,Also für mich [ist die GOW] auch ein Impuls zu gucken, wie man so ein Angebot hier installieren kann. Man muss jetzt natürlich gucken, wie lässt es sich tatsächlich auch umsetzen. Weil gerade dieses Tablet zur Verfügung stellen, das ist schon ein ganz zentraler Punkt. Wir als Seniorenbüro können nicht mal eben zwölf Tablets anschaffen, das geht leider nicht, die Mittel haben wir leider nicht'' (Interview 1).

Um den Impuls der GOW auch in Zukunft weiter auszubauen, fehlt es vielen Einrichtungen an finanziellen Mitteln, Zeit und Personal. Alle befragten Einrichtungen würde ihr medienpädagogischen Angebot, Mitarbeiterschulungen und ihre IT-Infrastruktur ausbauen, wenn die notwendigen Mittel hierfür zur Verfügung ständen. Jedoch haben die befragten Einrichtungen die Wichtigkeit erkannt, den Impuls der GOW auch in Zukunft zu integrieren und auszubauen.

5.2.4 Aufmerksamkeit

Im Hinblick auf die Interviewfrage zum Interesse und der Aufmerksamkeit der Einrichtungen zum Thema digitale Medien lassen sich diverse persönliche Einstellungen abzeichnen.
Fast alle Interviewpartner_innen äußern positive persönliche Einstellungen bezüglich des Themas digitale Medien. Zum einen wird die Notwendigkeit digitaler Medien für den Alltag genannt. Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Medien können durch Projekte wie die GOW auf einem niederschwelligen Niveau abgebaut und digitale Kompetenzen aufgebaut werden. Die Nutzung ist für verschiedene Zielgruppen, wie zum Beispiel Senior_innen oder Menschen mit Behinderung, eine Erleichterung und ein Gewinn in verschiedenen Lebensbereichen. Ersichtlich wird, dass der Umgang mit dem Internet un-

abdingbar ist. Darüber hinaus zeichnet sich ab, dass es wichtig ist, sich mit digitalen Medien auseinanderzusetzen, um online in der Lage zu sein, Kontakt aufnehmen zu können, sich Wissen anzueignen und Informationen zu beschaffen. Die Nutzung soll allerdings in einer sinnvollen Weise erfolgen.
Auffallend ist die Beantwortung, dass digitale Medien politischen Einfluss auf die Gesellschaft nehmen können und deswegen einen wichtigen Aspekt darstellen. Hervorstechend ist außerdem die Einstellung, dass digitale Medien Menschen mehr motivieren sich mit diesen zu beschäftigen und diese beispielsweise zum Wissenserwerb zu nutzen. Hervorzuheben ist, dass nur wenig negative persönliche Einstellungen ersichtlich werden. Allerdings wird zum einen die Gefahr des Datenmissbrauchs und der Privatsphäre durch die Nutzung von digitalen Medien geäußert. Zum anderen wird die Notwendigkeit benannt, sensibel mit Daten umzugehen und noch viel im Bereich Sicherheit in verschiedenen digitalen Anwendungen zu tun ist.

Darüber hinaus nennen zwei Interviewpartner_innen Einstellungen bezogen auf die eigene Einrichtung. Ein wichtiger Punkt des Interesses an digitalen Medien ist die gewonnene Erfahrung durch die Nutzung der digitalen Medien durch Familienmitglieder. Besonders Kursteilnehmer_innen im Seniorenalter wünschen sich, durch die digitalen Möglichkeiten eine Kontaktaufnahme zu den jüngeren Familienmitgliedern zu erhalten. Diese Äußerung - an der digitalen Welt teilhaben zu wollen - wird in einem ähnlichen Kontext ebenfalls geäußert und verschärft. Im Umfeld Lernen und Schule ist die Auseinandersetzung mit digitalen Medien für Lehrkräfte unausweichlich, um selber auf den gleichen Wissensstand der Schüler_innen zu gelangen und um auf Gefahren aufmerksam zu werden, damit diese im Unterricht thematisiert werden

können. Für den Beruf Lehrer_in ist das Interesse und die Aufmerksamkeit für digitale Medien laut der Expert_inneninterviews eine Pflicht und Berufsaufgabe. Bezüglich der Interviewfrage zu Wünschen und Angeboten, nennen zwei der befragten Kontaktpartner_innen verschiedene Wünsche, aber auch weitere bestehende oder geplante Angebote der Einrichtungen. Ein Wunsch besteht darin, dass es regelmäßige Angebote zum Thema digitale Medien geben solle. Diese sollen aber nicht wie ein Kurs gestaltet werden, sondern zur Beantwortung von offenen Fragen und zum Ausprobieren dienen. Wünschenswert wäre eine Art offener Treff, bei dem ein/e Expert_in anwesend ist, der/die Fragen beantworten kann und ein Austausch zwischen den Mitgliedern stattfindet. Auffallend an dieser Beantwortung ist, dass die interviewte Person ein solches Angebot für die Zukunft plant und in den eigenen Räumlichkeiten anbieten möchte. Zwei Einrichtungen berichten darüber hinaus, dass ein offenes W-LAN bereits vor der GOW zur Verfügung gestellt wurde. Interessant ist ebenfalls, dass bereits ein Angebot zum Thema Internet und digitale Medien in einer Einrichtung stattgefunden hat. Die Nachfrage stellt sich als sehr hoch heraus und es wird festgestellt, dass digitale Teilhabe stark eingefordert wird. Dieser Grund sei ein Motivationsmotor, um sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen. Ein Wunsch besteht deswegen darin, mehr Mittel zur Verfügung zu haben, um den Bedarf abzudecken.

5.2.5 Medienpädagogisches Angebot

Ein wichtiger Punkt bei der Thematik der digitalen Kompetenzerweiterung ist das medienpädagogische Angebot in den verschiedenen Einrichtungen und Institutionen. Um einen Überblick über den aktuellen Stand medienpädagogischer Angebote gewinnen zu können, waren entsprechende Themen Teil des Interviews. Bezüglich der Frage, ob es auch in Zukunft

ein medienpädagogisches Angebot in den jeweiligen Einrichtungen geben soll, stimmten alle Interviewpartner_innen zu. Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Medienkompetenzen ist bei allen Zielgruppen vorhanden. Ein Punkt, der bei einigen Interviews wiederzufinden ist, ist die Notwendigkeit einer Individualisierung der medienpädagogischen Angebote. So sollen nicht nur Kinder und Jugendliche einen bewussten Umgang mit digitalen Medien erlernen, sondern alle Generationen und Personengruppen sollen einen Zugang zu medienpädagogischen Angeboten haben. Die Nachfrage ist bei allen Zielgruppen vorhanden, jedoch müssen immer die zielgruppenspezifischen Gegebenheiten beachtet werden, wenn es um die Vorbereitung und Durchführung von medienpädagogischen Angeboten geht. So sei es bei der Planung von Senior_innenangeboten wichtig, dass diese wohnortnah sind und auf die individuellen Kompetenzniveaus eingegangen wird. Bei ehemaligen Straftätern ist es wichtig, ein überschaubares Angebot zu entwickeln, das nicht zu Überforderung und zu Frustration führt. Diesbezüglich seien Einzelarbeit beziehungsweise Kleingruppen von Vorteil.

Durch das Zeitalter der Digitalisierung sind die kommenden Generationen zudem viel vertrauter mit digitalen Medien, was im Umkehrschluss auch bedeuten kann, dass diese teilweise unkritischer genutzt werden. So ist es gerade für Eltern wichtig, entsprechende Medienkompetenzen zu besitzen, um ihren Kindern einen bewussten Umgang mit Medien weitergeben zu können. Dies sollte jedoch nicht nur Aufgabe der Eltern sein, sondern auch durch die Schule unterstützt werden. Geht es um die Erweiterung der Medienkompetenzen bei jüngeren Kindern oder bei Kindern mit Behinderung, sei zu beachten, dass Lerninhalte anschaulich dargestellt und erklärt werden und nur “Learning by doing” den gewünschten Effekt erbringt.

Bei Institutionen wie der Schule ist es jedoch nicht immer einfach, solche medienpädagogischen Angebote durchführen zu können, weil der Lehrplan es meist nicht zulässt. Keiner der Interviewpartner_innen verneint die Frage, ob medienpädagogische Angebote in den jeweiligen Einrichtungen auch in Zukunft wichtig sind. Die Nutzung von digitalen Medien im Alltag der Menschen nimmt immer mehr zu (Initiative D21, 2016b, 20). Demnach spielen Medien auch eine größer werdende Rolle im Freizeitangebot. Dieser Entwicklung sind sich die Interviewpartner_innen durchaus bewusst und befürworten diese auch. Manche Interviewpartner_innen würden einen Ausbau der Mediennutzung bei Freizeitangeboten begrüßen. Jedoch wird auch angemerkt, dass eine Integration von Medien in die Freizeitangebote nur sinnvoll sein kann, wenn diese sicher und bewusst genutzt werden können. Um dies gewährleisten zu können, sei es wichtig, gezielt auf die Menschen zuzugehen, die erreicht werden wollen. Oftmals ist die Nachfrage nämlich nicht unbedingt bei den Menschen vorhanden, deren Medienkompetenzniveau vergleichsweise gering ist. Oftmals würden sich eher die Menschen angesprochen fühlen, die sich sowieso mit digitalen Themen auseinandersetzen. Diejenigen, die digitale Medien unkritischer nutzen, sind sich der Notwendigkeit, sich mit digitalen Themen auseinander zu setzen, oft nicht bewusst. Als Ausgleich für die Mediennutzung im Alltag sei es aber auch wichtig, die motorischen Fähigkeiten mehr zu fördern, da diese immer mehr nachlassen würden. So sollten als Ausgleich zu medialen Freizeitbeschäftigungen auch sportliche Angebote intensiviert werden.

5.2.6 IT-Infrastruktur

Anhand der Interviews sollte im Hinblick auf die Fragestellung herausgefunden werden, über welche Infrastruktur die jeweilige Einrichtung verfügt. Um die digitalen Kompetenzen der

unterschiedlichen, zum Teil benachteiligten Zielgruppen zu fördern, ist die Ausstattung von Einrichtungen von hoher Bedeutung. Es lässt sich festhalten, dass bereits einige Einrichtungen gut ausgestattet sind, bei anderen Institutionen besteht wiederum noch Handlungsbedarf. Die folgende Kategorie “IT - Infrastruktur” lässt sich in weitere fünf Unterkategorien unterteilen, die anhand der Antworten in den Expert_inneninterviews festgelegt wurden. Zu der ersten Unterkategorie “verschiedene Geräte” äußerten sich insgesamt sieben Personen. Zunächst wurden unterschiedliche Geräte aufgezählt, die der jeweiligen Einrichtung zur Verfügung stehen. Dabei wurden unter anderem Beamer und Tablets genannt. Die Tablets sind je nach Einrichtung lediglich für Veranstaltungen oder Ähnliches ausleihbar. Bibliotheken verfügen vor Ort über PCs, an denen man das Internet frei nutzen kann. Darüber hinaus stellen einige Bibliotheken E-Book-Reader zur Verfügung, mit denen mehrere Bücher auf einem Gerät gespeichert werden können. Zudem sind sie handlich und ermöglichen den Nutzer_innen, verschiedene Einstellungen wie beispielsweise die Schriftgröße vorzunehmen. Davon profitieren besonders Menschen mit Sehbeeinträchtigungen. Schulen dagegen bieten für Unterrichtsstunden Tageslichtprojektoren und Computerräume an. Jedoch ist laut den Kooperationspartner_innen die WLAN-Verbindung hier noch deutlich ausbaufähig. Eine soziale Einrichtung besitzt eine sehr große Auswahl an digitalen Medien. Neben Laptops und Tablets verfügt sie ebenfalls über die Playstation 4 und zwei Reality-Brillen mit den dazugehörigen Handys.

In Bezug auf das vorhandene WLAN-Netzwerk, welches eine weitere Unterkategorie darstellt, ist festzuhalten, dass sich die Interviewpartner_innen zwiespältig dazu äußern. Einige Einrichtungen wie die Bibliothek, das Seniorenbüro und die

Schulen verfügen über ein WLAN-Netzwerk. Es hat jedoch nicht jede Schule ein frei verfügbares WLAN und es ist laut Aussagen der Kooperationspartner_innen auch nicht immer erwünscht. Die Justizvollzugsanstalt ist die einzige Einrichtung, die aus Sicherheitsgründen kein offenes WLAN zur Verfügung stellen darf.

Zu dem Unterkapitel “Finanzierung und Aufgabe der Einrichtung” zum Thema IT-Infrastruktur äußerten sich lediglich zwei Personen. Es wird das Ziel, aus dem Angebot der GOW etwas Nachhaltiges schaffen zu können, genannt. Einige Kooperationspartner_innen sind auf mögliche Genehmigungen seitens der Stadt Dortmund angewiesen, andere Partner_innen finanzieren sich mithilfe von Spenden. Zu der Kategorie, ob die IT-Infrastruktur in Zukunft weiter ausgebaut werden soll, äußerten sich Insgesamt sechs Kooperationspartner_innen. Im Hinblick auf einen möglichen zukünftigen Ausbau der IT-Infrastruktur wird häufig der hohe Kostenaufwand genannt. Das Ziel für die nächsten fünf Jahre ist es, jede Schule mit einer guten WLAN-Verbindung zu versorgen, sodass eine flächendeckende Vernetzung stattfinden kann. Laut einer Aussage eines Lehrers ist die Nutzung eines schnellen Internets noch nicht möglich. Als Grund dafür wird der noch nicht vollständige Ausbau des WLAN-Netzes im Dortmunder Süden genannt. In Einrichtungen für junge Straftäter wird der Ausbau einer IT-Infrastruktur nicht umsetzbar sein, da die Nutzung nur unter Betreuung möglich ist.

Zu der letzten Unterkategorie “Chancen und Risiken im WLAN-Ausbau” haben sich lediglich zwei Kooperationspartner_innen geäußert. In Institutionen für junge Straftäter muss vieles im Vorfeld angemeldet oder genehmigt werden. Zu den Risiken zählt hier unter anderem die Nutzung von USB-Sticks, die

auch missbräuchlich verwendet werden könnten. Auch hier wird mehr Personal notwendig sein, da Straftäter_innen separat beobachtet werden müssen. Ein weiterer Kooperationspartner sieht im WLAN-Ausbau die Chance, in der mobilen Arbeitsweise. Durch diverse digitale Medien, wie beispielsweise tragbaren Laptops und Tablets, wird einem das mobile Arbeiten möglich gemacht. Diese Möglichkeit fördert ebenfalls die Interaktivität zwischen Menschen.

5.2.7 Schulungsmaßnahmen

Die interviewten Einrichtungen wurden zu den Schulungsmaßnahmen gefragt, bezüglich der eigenen Angebote in den Institutionen und den jeweiligen Interessen. Zu den Schulungsmaßnahmen gehören beispielsweise Fortbildungen, welche die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden stärken. Die Ergebnisse aus den Interviews fallen diesbezüglich unterschiedlich aus. Einige Institutionen bieten Weiterbildungsmaßnahmen an, in anderen Einrichtungen sind diese nicht vorhanden. Zu den Einrichtungen, die derartige Maßnahmen anbieten, gehören die Justizvollzugsanstalt, eine Realschule und das Seniorenbüro. Eine häufig vertretene Meinung bezüglich der nicht vorhandenen Interventionen besteht darin, dass dies für die jeweiligen Einrichtungen nicht relevant sei. Daraus lässt sich schließen, dass ein Interesse an den Schulungsmaßnahmen nicht bei allen Kooperationspartner_innen vorhanden ist und hierbei eine größere Lücke besteht. Zu den Fortbildungsmaßnahmen in Dortmund gibt es lediglich zwei Aussagen. Nach beiden Antworten sind solche Maßnahmen in der Stadt vorhanden. Aus einer Aussage geht hervor, dass das Angebot an dieser Stelle zu begrenzt sei und es weiter ausgebaut werden müsste. Es wird kritisiert, dass sich das Land NRW erst jetzt mit diesen Maßnahmen auseinandersetzt. In Bezug auf die Relevanz der Maßnahmen gibt

es recht einstimmige Antworten. Sechs der befragten Einrichtungen haben sich dazu geäußert. Daraus geht hervor, dass nach Ansicht der Interviewpartner_innen diese Maßnahmen als sinnvoll wahrgenommen werden. Dabei scheint es wichtig zu sein, sich über aktuelle Themen informieren zu können, damit alle Mitarbeiter_innen auf dem Stand der Dinge bleiben. Aus Sicht der befragten Schulen sind diese Maßnahmen relevant, um die Kinder verstehen zu können. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass man durch Weiterbildungsmöglichkeiten lernt, wie man mit den Medien umgeht. Zuletzt wurde die Frage gestellt, ob es einen Bedarf beziehungsweise Wünsche bezüglich weiterer Fortbildungsmaßnahmen gibt. Zu dieser Frage gibt es lediglich eine Antwort der Justizvollzugsanstalt. Demnach besteht der Wunsch nach eine Art Crashkurs, in dem man lernt, wie man mit dem Internet umgehen kann.

5.2.8 Fazit der qualitativen Erhebung

Durch die Evaluation der Expert_inneninterviews wurde ersichtlich, dass digitale Medien in allen Kooperationseinrichtungen ein zentrales Thema sind. Die diesjährige GOW in Dortmund war für die Partner_innen in vieler Hinsicht gewinnbringend, indem das Bewusstsein für die Bedeutung von digitalen Medien in pädagogischen und alltäglichen Kontexten gestärkt wurde. Im Hinblick auf die vorab formulierte Forschungsfrage, inwiefern die Kurse nachhaltig sind, wurden die Aspekte Partner_innengewinnung, Informationsaustausch, Aufmerksamkeit, Impulssetzung, Medienpädagogisches Angebot, IT-Infrastruktur und Schulungsmaßnahmen betrachtet. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Interviews hinsichtlich der Nachhaltigkeit in einen Kontext gesetzt. Durch die Evaluation der Interviews konnte festgestellt werden, dass die Partner_innengewinnung der GOW nachhaltig gestärkt wurde. Durch den

Newsletter konnten sowohl neue als auch alte Kooperationspartner_innen für die Kurse gewonnen werden. Die neu gewonnenen Partner_innen wurden in den Kontaktverteiler aufgenommen, sodass auch in den folgenden Jahren eine Kooperation ermöglicht wird.

Einige bestehende Kooperationspartner_innen haben geäußert, dass die Teilnahme an dem Projekt bereits eine jährliche Tradition in ihren Einrichtungen geworden ist und diese auch in den kommenden Jahren weiter fortgeführt werden soll. Durch den Kontakttag, am 21. Dezember 2016, konnte ein erstes Kennenlernen zwischen der Projektgruppe und den möglichen Kooperationspartner_innen stattfinden. Dies wurde als sehr positiv empfunden, da Kursinhalte besprochen und an individuelle Wünsche angepasst werden konnten. Durch die eingeschränkte Kapazität konnten jedoch nicht alle Nachfragen berücksichtigt werden. Grundsätzlich empfiehlt es sich, den Kontakttag frühzeitig anzukündigen und gegebenenfalls Ausweichtermine anzubieten, damit jeder Interessierte die Möglichkeit zur Teilnahme hat. So soll gewährleistet werden, dass das Netz an Kooperationspartner_innen weiterwachsen kann.

Durch die Newsletter und den Kontakttag konnte das erste Interesse für die Teilnahme an der GOW geweckt werden. Weiterhin wurde insbesondere die Aufmerksamkeit der Kooperationspartner_innen durch das niederschwellige Niveau der Kursangebote angeregt. Dies trägt dazu bei, dass ebenfalls Einrichtungen, die kaum Erfahrungen mit digitalen Medien gemacht haben, sich erstmals oder weiterhin mit der Thematik auseinandersetzen. Die Kurse ermöglichen das Kennenlernen und Ausprobieren digitaler Medien, ohne dass seitens der Teilnehmenden Kosten entstehen. Mithilfe der Kurse, die in-

nerhalb der GOW angeboten wurden, konnte ein Impuls gesetzt werden, der die Kooperationspartner_innen dazu motiviert hat, sich weiterhin mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Des Weiteren besteht ein großes Interesse daran, weitere Kurse der GOW wahrzunehmen und eigene Angebote als festen Bestandteil in der jeweiligen Einrichtung zu konzipieren. Um die Angebote zu realisieren, ist es von Bedeutung, dass die Mitarbeiter_innen geschult werden, sodass ihre Fachkenntnisse im Bereich der digitalen Medien verbessert werden. Dadurch kann der Impuls der GOW umgesetzt werden. Hinsichtlich der Bedeutung von medienpädagogischen Angeboten in den Einrichtungen kann festgehalten werden, dass die Expert_innen diese als Voraussetzung für eine nachhaltige Erweiterung von Medienkompetenzen bewerten. Damit diese eine nachhaltige Wirkung haben, ist es wichtig, dass diese an die individuellen Wünsche und Bedürfnisse der einzelnen Zielgruppen angepasst werden. Es hat sich als positiv herausgestellt, dass die Angebote anschaulich und praxisorientiert dargestellt werden. Dies bezieht sich insbesondere auf Kinder und Menschen mit Behinderung. Durch die genannten Aspekte soll gewährleistet werden, dass die sinnvolle Nutzung von Medien bestehen bleibt und weiter ausgebaut werden kann. Bezüglich der Freizeitangebote im medienpädagogischen Kontext wird ein Ausbau der sinnvollen Nutzung von digitalen Medien begrüßt. Durch Freizeitangebote sollen besonders digital benachteiligte Menschen angesprochen werden, um zu erreichen, dass diese sich mit der Nutzung von digitalen Medien auseinandersetzen. Eine Voraussetzung für ein medienpädagogisches Angebot ist das Bestehen einer gut ausgebauten IT-Infrastruktur in den verschiedenen Einrichtungen. Viele Institutionen besitzen bereits einige digitale Ge-

räte. Jedoch verfügt die Mehrzahl der Kooperationspartner_innen über keinen offenen WLAN-Zugang, wodurch die Nutzung von digitalen Medien eingeschränkt ist. Obwohl eine Bereitstellung von einer IT-Infrastruktur für den Erwerb von digitalen Kompetenzen als sinnvoll empfunden wird, ist die Umsetzung oftmals erschwert. Dies liegt zum Teil an den fehlenden finanziellen Mitteln.Demzufolge kann ein medienpädagogisches Angebot jedoch nur nachhaltig gestaltet werden, wenn ebenfalls die IT-Infrastruktur ausgebaut und an die jeweiligen Einrichtungen angepasst wird.

Hinsichtlich der Schulungsmaßnahmen von Mitarbeiter_innen werden diese seitens der befragten Einrichtungen als sinnvoll wahrgenommen, um unter anderem die IT-Infrastruktur vollständig nutzen und medienpädagogische Angebote gewährleisten zu können. In pädagogischen Settings ist dies von Bedeutung, um über aktuelle Themen und Entwicklungen informiert zu sein. Durch die Schulungsmaßnahmen kann ein nachhaltiger und sinnvoller Umgang mit digitalen Medien vermittelt werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Projekt Impulse zur Minderung der digitalen Spaltung setzen konnte. Durch ein niederschwelliges Angebot konnten nicht nur Onliner_innen, sondern ebenfalls Offliner_innen für das Projekt gewonnen werden. Indem das Kooperationsnetz weiter ausgebaut wurde, wird gewährleistet, dass ebenfalls im nächsten Jahr Menschen im Rahmen der GOW erreicht werden können. Im Zuge der sich stetig weiterentwickelnden Digitalisierung und der wachsenden Relevanz der Nutzung von digitalen Medien, stellen die Kurse der GOW auch in den Folgejahren einen zentralen Anlaufpunkt zur Minderung der digitalen Spaltung dar. Obwohl das Interesse und das Bewusstsein bezüglich eines

medienpädagogischen Angebots seitens der Einrichtungen bestehen, reichen die Kapazitäten nur teilweise aus, um dies zu realisieren. Die GOW kann einen Impuls setzen, sich mit digitalen Themen näher auseinanderzusetzen. Die Verantwortung, den Impuls weiter zu nutzen und fortzuführen, liegt allerdings bei den Einrichtungen selbst. Die Kurse der diesjährigen GOW bieten die Möglichkeit der Inspiration und Orientierung für eine konkrete Umsetzung, sodass die digitalen Kompetenzen aller Beteiligten nachhaltig gestärkt werden, um somit die gesellschaftliche Teilhabe an der Digitalisierung zu sichern.

5.3 Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit

Facebook

Facebook erlaubt es Seitenadministor_innen von öffentlichen Seiten, über die Funktion ,,Statistiken'', Daten bezüglich der Reaktionen auf veröffentlichte Beiträge sowie über seine Follower_innen selbst zu erhalten (siehe Abbildung 15). Diese enthalten unter anderem Informationen über Geschlecht, Alter und Wohnort der Follower_innen. Diese Daten werden in graphischer Form dargestellt und lassen sich demnach quantitativ auswerten. Das Projekt startete im Oktober 2016, ab dem 24.10.2016 wurde die Facebookseite ,,Get Online Week-Dortmund'' von der diesjährigen Projektgruppe übernommen. Die Auswertung der Nutzer_innenstatistiken erfolgt daher ab diesem Zeitpunkt bis einschließlich zum 26.06.2017. Hierfür werden vordergründig die Nutzer_innenzahlen betrachtet, da diese eine Aussage darüber treffen lassen, ob sich diese durch die Öffentlichkeitsarbeit der GOW auf Facebook verändert haben und somit einen Einfluss auf die Erreichung der Projektziele Aufmerksamkeit und Nachhaltigkeit haben. Auch soziodemographische Informationen wurden betrachtet.

Abbildung 15 Gefällt-Mir-Angaben Facebook (Quelle: Facebook Statistiken)

Bei der Übernahme der Facebookseite am 24.10.16 betrug die Anzahl der ,,Gefällt mir''-Angaben 175, diese konnte bis zum 26.06.17 um 42, also insgesamt auf 217 ,,Gefällt-mir'' Angaben gesteigert werden. Davon haben 205 Personen die Seiten abonniert, erhalten also regelmäßig Beiträge und Neuigkeiten der GOW in ihrem Newsfeed.

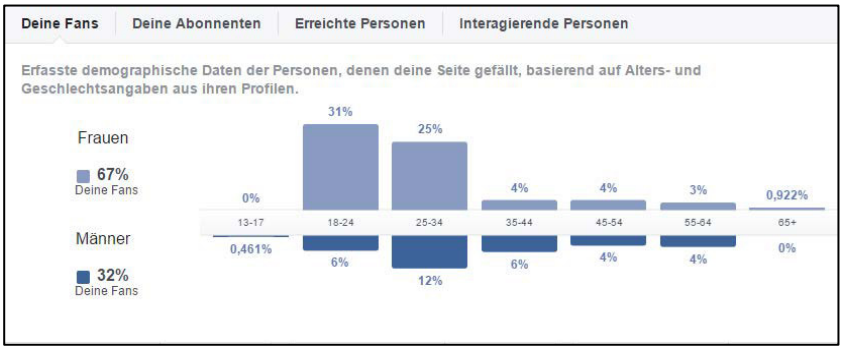


Abbildung 16 Demographische Daten Facebook-Follower (Quelle Facebook-Statistiken)

Gemäß der von Facebook angegeben Statistik sind 67% der Follower_innen weiblich, 31% der weiblichen Follower_innen befinden sich in der Altersspanne von 18-24 Jahren (siehe Abbildung 16). 25% der Follower_innen sind im Alter zwischen 25-43 Jahren. Von den 32% männlichen Followern befindet sich der Großteil (12%) im Alter von 25-34 Jahren, 18-24 Jahren (6%) oder 35-44 Jahren (6%). Die Anzahl der männlichen und weiblichen Follower_innen im Alter von 13-17 Jahren sind

jeweils geringer als 1%. Nutzer_innen der Facebookseite stammen mit 202 Personen überwiegend aus Deutschland, die restlichen Nutzer_innen stammen aus elf weiteren Ländern. Dabei ist festzustellen, dass der Großteil der Follower_innen in Dortmund (74), Essen (13) oder anderen Städten in Nordrhein-Westfalen leben. Diese regionale Verbreitung passt zum Aktivitätsgebiet der GOW.

Anhand der Statistiken lässt sich außerdem entnehmen, an welchen Wochentagen und zu welchen Uhrzeiten die meisten Follower_innen online sind (siehe Abbildung 17).

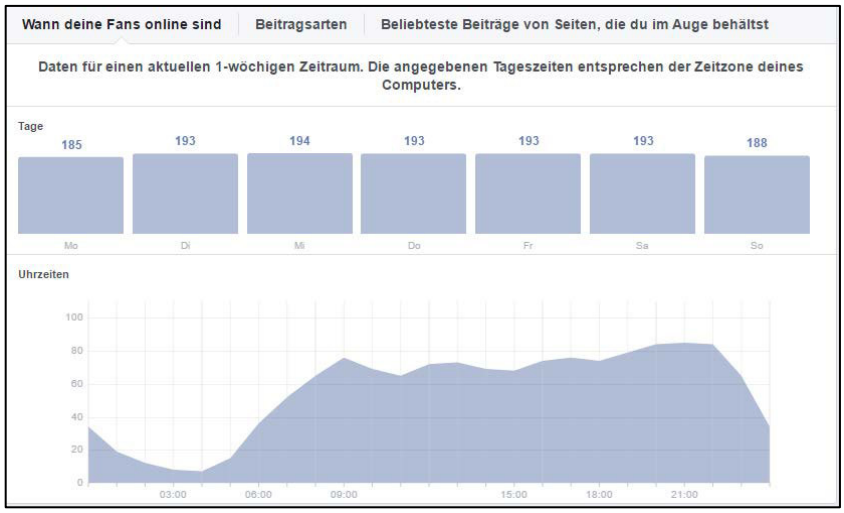


Abbildung 17 Online-Verhalten von Follower_innen (Quelle: Facebook-Statistiken)

In Bezug auf die Follower_innen der Seite GOW lässt sich feststellen, dass die Anzahl der Personen, welche online gegangen sind, an allen Wochentagen ungefähr gleichbleibend ist. Innerhalb einer Woche loggen sich jeden Tag zwischen 185 und 194 Follower_innen auf dem sozialen Netzwerk Facebook ein, an den Tagen Montag und Sonntag sind es mit 185 und 188 jedoch minimal weniger Personen. Die Nutzer_innen sind überwiegend ab 09:00 Uhr morgens online, die meisten von ihnen jedoch am Abend ab ca. 20:00 Uhr. Während der acht

Monate, in denen die Facebookseite durch die diesjährige Projektgruppe geführt wurde, wurden insgesamt 43 Beiträge veröffentlicht, welche zu verschiedenen Gesamtreichweiten geführt haben. Unter diese fallen, wie viele Personen insgesamt durch die Seitenaktivitäten erreicht werden konnten. Die Beiträge bestehen zum einen aus einer wöchentlichen Meldung über aktuelle Entwicklungen und Neuigkeiten aus dem Bereich digitale Inklusion. In diesen werden beispielsweise Apps vorgestellt, welche es verschiedenen Personengruppen ermöglichen sollen, den Alltag durch digitale Unterstützung besser bewältigen zu können. Zusätzlich zu den wöchentlichen Beiträgen wurde die Plattform Facebook auch dazu genutzt, von aktuellen Arbeitsprozessen der Projektgruppe zu berichten und die Follower_innen beispielsweise durch Fotos an aktuellen Ereignissen teilhaben zu lassen. Dabei ließen sich je nach Art des Beitrages verschiedene Erfolge hinsichtlich der Reichweite und Interaktion beobachten. Mit einer durchschnittlichen Reichweite von 481 Personen sind Beiträge in Form von Fotos am erfolgreichsten. Diese erreichen durchschnittlich 136 Klicks pro Beitrag sowie 13 Reaktionen, Kommentare oder geteilte Inhalte. Dies wurde besonders durch den Beitrag bezüglich des Kontakttages der Projektgruppe genutzt, bei dem die Akquirierung neuer Kontaktpartner_innen im Vordergrund stand. Die beigefügten Fotos haben dazu geführt, dass der Beitrag eine größere Reichweite erzielen konnte (siehe Abbildung 18). Statusmeldungen erreichen 197 Personen, Links dagegen 178 Personen. Mit jeweils 11 und 15 Beitragsklicks und fünf Reaktionen, Kommentaren oder geteilten Inhalten sind diese Beitragstypen jedoch weniger erfolgreich.

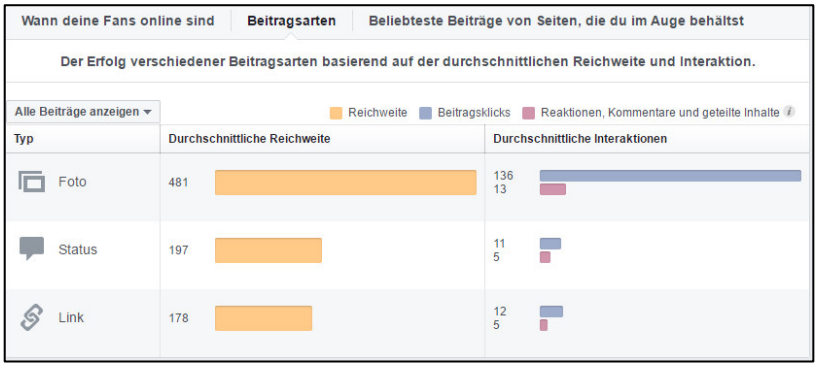


Abbildung 18 Beitragsarten Facebook (Quelle Facebook-Statistiken)

Abschließend lässt sich festhalten, dass durch die Öffentlichkeitsarbeit der Projektgruppe die Facebookseite um insgesamt 42 Follower_innen gesteigert werden konnte. Die meisten Follower leben in Deutschland, überwiegend im Bundesland Nordrhein-Westfalen. Unter ihnen sind mit 67% hauptsächlich Frauen im Alter von 18 bis 14 vertreten, welche die Seite mit ,,Gefällt-mir'' markiert haben. Die Reichweite von Beiträgen ist am größten, wenn in diesen Fotos, welche sich mit der Arbeit der Projektgruppe befassen, enthalten sind. Statusmeldungen und Links sind bei den Follower_innen weniger beliebt.

Instagram

Der Instagramaccount der diesjährigen Projektgruppe ist seit dem 27. Oktober 2016 aktiv. Es wurden innerhalb der acht Monate verschiedene Beiträge bezüglich des Standes der Projektgruppe im Hinblick auf anstehende Termine, aktuelle Berichte, über neue Applikationen und Projekte, sowie die Vorbereitungen der bevorstehenden Prüfungen gepostet. Des Weiteren wurde über die Ergebnisse der Prüfungen berichtet und Informationen zu den einzelnen Kursen verbreitet. Insge-

samt wurden durch die Projektgruppe 48 Beiträge veröffentlicht und 74 langfristige Follower_innen erreicht (Stand: 27.06.2017).

Die Projektgruppe hat 234 Follower abonniert, mit einigen wurde sich, sowohl in englischer, als auch in deutscher Sprache, ausgetauscht. Zu Beginn erreichte der Instagramaccount durch eine Vorstellung der Projektgruppe sowie der Themen die meisten Likes, während erneut ein Anstieg an Likes rund um die Beiträge der P1-Prüfung mit durchschnittlich 19 Likes festzustellen war (siehe Abbildung 19). Festgestellt werden konnte außerdem, dass die Fotos, die die Projektgruppe bei Presseterminen oder bei der Vorbereitung von Prüfungen zeigten, die meisten Likes erreichen konnten. Daher ist zu erwarten, dass im Juli im Zuge der P2-Prüfung erneut ein Anstieg an Gefällt-Mir-Angaben erreicht wird und dass am Ende des Projektstudiums die Aufmerksamkeit der Follower_innen auf die GOW gelenkt werden kann.

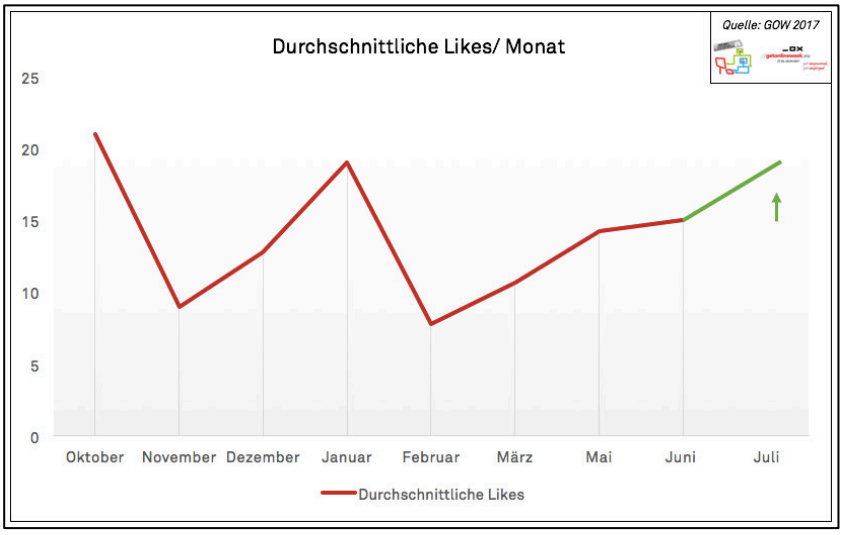


Abbildung 19 Durchschnittliche Likes/Monat Instagram

Zu beobachten ist ein rapider Anstieg an neuen Follower_innen zu Anfang des Projektstudiums und bei Erstellung des In-

stagramaccounts (siehe Abbildung 20). Im neuen Jahr erreichte die Projektgruppe monatlich etwas weniger neue Follower_innen, allerdings ist anzumerken, dass jeden Monat Follower_innen hinzugekommen sind und es keinen Monat gab, in dem der Instagramaccount keine neuen Follower erreichen konnte. Des Weiteren konnte sich die Projektgruppe mit verschiedenen, meist englischsprachigen interessierten Follower_innen austauschen. Insgesamt konnten 74 Menschen aus unterschiedlichen Ländern erreicht werden. Dies ist auf den Zusammenhang der Dortmunder GOW mit der europäischen Kampagne zurückzuführen.

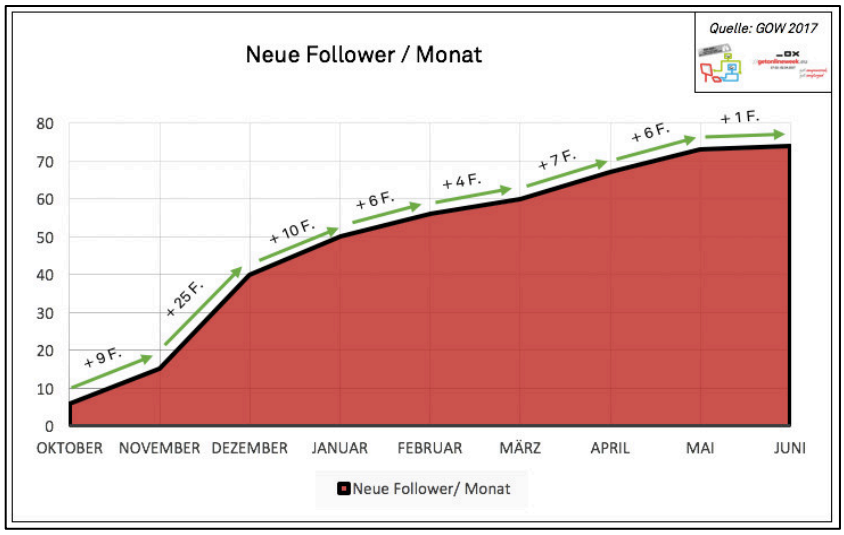


Abbildung 20 Neue Follower_innen/ Monat Instagram

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Projektgruppe die meisten Likes erreichen konnte, wenn Beiträge zu Prüfungen und Fotos der Studierenden bei Presseterminen oder der Vorbereitung von Kursen, Prüfungen und Fachtagen gepostet wurden. Jeden Monat kamen mehr Follower_innen aus unterschiedlichen Ländern hinzu. Insgesamt konnten 74 Menschen in acht Monaten auf das Thema digitale Inklusion aufmerksam gemacht werden und es ist ein Anstieg nach oben zu beobachten. Es ist daher zu empfehlen, dass durch die

nächste Projektgruppe der Instagramaccount weitergeführt werden sollte, damit noch mehr Menschen auch auf dieser Plattform von der GOW erfahren und erreicht werden können. Eine weitere Empfehlung ist die vermehrte Verwendung von englischen Beschriftungen, damit international noch mehr Menschen die veröffentlichten Beiträge verstehen können.

Blogs

Insgesamt wurden sieben verschieden Beiträge über die GOW auf Blogs der sozialen Netzwerke Facebook und Twitter veröffentlicht. Diese Beiträge helfen der GOW dabei, mehr Menschen zu erreichen und mehr Aufmerksamkeit zu generieren. Daher ist es sehr zu begrüßen, wenn Multiplikatoren wie beispielsweise die Stadt Dortmund oder die Stadt- und Landesbibliothek Dortmund, für die Kurse der GOW werben und dank ihrer Reichweite in sozialen Netzwerken auf diese aufmerksam machen.

Zeitung und Fernsehen

Vier verschiedene Beiträge in unterschiedlichen lokalen Zeitungen, sowohl analog als auch digital, berichteten über verschiedene Kurse. Dabei stand insbesondere die Zielgruppe der Senior_innen im Fokus, da diese am besten durch das Medium Zeitung erreicht werden können. Der Beitrag über die GOW im WDR-Fernsehen konnte ebenfalls einen Einblick in die Ziele der Kampagnenwoche geben. Positiv hervorzuheben ist, dass der Beitrag auch im Internet nachträglich angeschaut werden konnte.

Homepages

Vor, während und nach der GOW wurden insgesamt elf Homepage-Einträge auf verschiedenen Plattformen wie beispielsweise I-LINC oder die der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund über das diesjährige Projekt veröffentlicht. Diese Beiträge wurden hauptsächlich auf Deutsch, aber teilweise auch auf Englisch publiziert. Die Veröffentlichungen geben Einblicke in das Projektvorhaben, über die Problematik der digitalen Spaltung und zu den Zielen, die sich für die Projektgruppe daraus ergeben. In einigen Beiträgen wurden auch Informationen über die geplanten Kurse und alle Rahmenbedingungen veröffentlicht, wodurch noch mehr Interessenten informiert werden konnten. Nach der GOW wurden zudem zwei Einträge mit positivem Feedback über die vergangene Online-Woche ins Internet gestellt. Insgesamt lässt sich festhalten, dass durch diese Homepage-Einträge Menschen national und international über die GOW 2017 in Dortmund informiert werden konnten und das Projekt somit ein Stück weit bekannter gemacht wurde.

Fazit Öffentlichkeitsarbeit

Insgesamt kann die Öffentlichkeitsarbeit als überaus positiv bewertet werden. Die sozialen Medien, die von der Projektgruppe verwendet wurden, um Beiträge zu posten, konnten erweitert und aufgebaut werden. Durch die wachsende Abonnent_innenzahl sowohl auf Facebook (42 Follower_innen mehr) als auch auf Instagram (74 Follower_innen) konnte das Projekt an Popularität gewinnen. Des Weiteren konnte die Aufmerksamkeit aufgrund von Beiträgen auf verschiedenen Websites, Homepages und Blogs vermehrt auf die GOW in Dortmund gelenkt werden. Hervorzuheben ist die Veröffentlichung unterschiedlicher Beiträge sowohl in deutscher, als

auch in englischer Sprache. Jedoch erscheint es von großer Relevanz, mehr Facebookabonnent_innen außerhalb des Ruhrgebietes zu finden und auch auf internationaler Ebene die Reichweite zu vergrößern. Der Instagramaccount sollte weitergeführt und ausgebaut werden. Dabei erscheinen englische Bildunterschriften die Voraussetzung für eine internationale Reichweite. Besonders die sozialen Netzwerke Facebook und Instagram bieten für die Öffentlichkeitsarbeit eine gute Plattform, über die gesamte Dauer des Projektes den Follower_innen über die Aktivitäten der GOW zu berichten und dadurch kontinuierlich mehr Aufmerksamkeit zu erhalten. Diese wachsende Popularität lässt sich besonders durch die wachsende Anzahl von Abonnent_innen feststellen. Eine besonders gute Medienresonanz konnte auf beiden Plattformen mit Beiträgen und Bildern der Projektgruppe und den aktuellen Aktivitäten erzeugen. Auch Beiträge in Form von Zeitungsartikeln, Blogeinträgen und Fernsehberichten haben sich als zielbringend für eine gesteigerte Aufmerksamkeit erwiesen. Daher haben sich alle Medien positiv ausgewirkt und sollten im nächsten Jahr sowohl aktiv weitergeführt werden als auch von der Projektgruppe unterstützt werden. Die durchgeführte Öffentlichkeitsarbeit ist demnach ein wichtiger Bestandteil der Projektarbeit und verfolgt das Ziel, mehr Aufmerksamkeit für die GOW und dem damit verbundenen Thema der digitalen Inklusion zu generieren. Anhand verschiedener Beiträge, sowohl in sozialen Netzwerken, Blogs sowie digitalen und analogen Medien, wurde von den Aktivitäten der GOW berichtet.

6. Ergebnisse der Triangulation

Im vorliegenden Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen sowie quantitativen Erhebungen und der Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit aufgezeigt. Diese Zusammenführung

wird in der Sozialforschung als Triangulation bezeichnet, die nach Flick wie folgt definiert ist: “Triangulation beinhaltet die Einnahme unterschiedlicher Perspektiven auf einen untersuchten Gegenstand oder allgemeiner: bei der Beantwortung von Forschungsfragen [...]” (Flick, 2011, 12). Hierbei ist zu beachten, dass die Ergebnisse beider Erhebungsmethoden gleichwertig zu betrachten sind, um Verknüpfungen herstellen zu können (Mühre l, Birgmeier, 2014, 21). So können nach Flick: “[...] Erkenntnisse auf unterschiedlichen Ebenen gewonnen werden, die damit weiterreichen, als es mit einem Zugang möglich wäre” (Flick, 2011, 12). Im weiteren Verlauf werden die in den vorherigen Kapiteln beschriebenen Ergebnisse anhand der folgenden Forschungsfragen aufgezeigt:

1. Inwieweit konnten durch die Kurse die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden gestärkt werden?

2. Hat sich das Interesse hinsichtlich der Nutzung von digitalen Medien erhöht?

3. Inwiefern sind die Kurse nachhaltig?

Diese Fragen sollen mit Hilfe der Triangulation möglichst umfassend beantwortet werden, indem einerseits auf den Kompetenzgewinn bei den Teilnehmer_innen und andererseits auf nachhaltige Übernahme der Intervention bei den teilnehmenden Einrichtungen eingegangen wird. Als dritte Perspektive wird die Thematisierung der GOW durch Massenmedien betrachtet. Somit entstehen Vergleiche sowohl auf individueller, als auch auf institutioneller Ebene.

<u>Nachhaltigkeit</u>

Die Nachhaltigkeit der GOW ist einerseits für die Durchführung der Projektidee und andererseits für die Unterstützung von

Teilhabe an der digitalen Informationsgesellschaft von hoher Bedeutung. Da das Projekt lediglich einmal jährlich in einem Zeitraum von einer Woche stattfindet, ist es notwendig, dass dieser Impuls durch weitere Akteure auch nach der Kampagnenwoche getragen und verstetigt wird. Die GOW setzt somit einen Impuls, der weiter ausgebaut werden muss, um der digitalen Spaltung dauerhaft entgegenzuwirken.

Um Nachhaltigkeit zu erreichen, wurden den Teilnehmenden Materialien wie beispielsweise Handouts oder CDs für die Kursdurchführung bereitgestellt, die sie ebenfalls für den privaten Gebrauch nutzen können. Dies gibt Ihnen die Möglichkeit, sich auch nach den Kursen mit den vorgestellten Themen weiter beschäftigen zu können. In der vorherigen Projektgruppe wurden bei Menschen mit geringem Bildungsniveau Handouts in Papierform nicht als positiv wahrgenommen (Feldmann et al., 2016, 167). Aus diesem Grund stellte die jetzige Projektgruppe in einem der selbst konzipierten Kurse neben den Handouts auch CDs für die Teilnehmer_innen zur Verfügung. Alle anderen Teilnehmer_innen nahmen in der diesjährigen GOW die von den Kursleiter_innen selbst gestalteten Handouts positiv auf. Auch die öffentlich geführte Facebookseite, die bereits von den vorherigen Projektgruppen betreut wurde, trägt ihren Anteil zur Nachhaltigkeit des Projektes bei. In regelmäßigen Abständen werden dort Beiträge über die GOW, sowie Themen über digitale Medien gepostet, die zu einem Gewinn von neuen Follower_innen führte. Zusätzlich erstellte die Projektgruppe einen neuen Instagram-Account, auf dem ebenfalls regelmäßig über das Projekt informiert wird.

Um eine mögliche Nachhaltigkeit der GOW aufzuzeigen, entschied sich die Projektgruppe zum einen für die quantitative

Erhebungsmethode, bei der die Teilnehmer_innen Fragebögen zur Nachhaltigkeit beantworten mussten. Zum anderen wurden qualitative Methoden in Form von Expert_inneninterviews angewandt, bei denen Expert_innen der jeweiligen Einrichtungen zu der Forschungsfrage: “Inwieweit sind die Kurse nachhaltig?” befragt wurden. Anhand der Evaluation lässt sich festhalten, dass die Kurse sowohl auf individueller als auch institutioneller Ebene sehr positiv bewertet wurden. Die Kombination aus theoretischen und praktischen Aspekten gab den Teilnehmenden die Möglichkeit, neue digitale Medien kennenzulernen. Vor allem den praktischen Teil haben die Kursteilnehmer_innen als positiv empfunden, da sie die zuvor vorgestellten Themen eigenständig ausprobieren konnten. Darüber hinaus standen Ihnen bei jedem Kurs jeweils zwei Leiter_innen für offene Fragen zur Verfügung. Die zwei Items, die im Fragebogen zum Thema Nachhaltigkeit gestellt wurden, zeigen, dass 88,6% der Kursteilnehmer_innen die durch die GOW gewonnenen Kompetenzen in ihren Alltag integrieren wollen. Die Mehrzahl der Kursteilnehmer_innen ist motiviert, sich in Zukunft mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Der individuelle Mehrwert wurde Ihnen durch die Kurse innerhalb der GOW verdeutlicht, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die weitere Auseinandersetzung mit den Kursinhalten, den digitalen Medien, eine nachhaltige Wirkung hat. Zudem möchten die Teilnehmenden weiteren Personen von dem Projekt berichten, um auf das kostenlose Angebot aufmerksam zu machen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die von der Projektgruppe selbst konzipierten Kurse Teilnehmende motivieren sollen, sich intensiver mit der Nutzung digitaler Medien zu beschäftigen. Sowohl die Kursteilnehmer_innen als auch die Institutionen haben durch die GOW ei-

nen Impuls erhalten, den sie nun weiter ausbauen können. Einige kooperierende Einrichtungen möchten das Angebot für benachteiligte Zielgruppen erweitern, um der digitalen Spaltung entgegenzuwirken. Kontaktpartner_innen empfehlen die Methode “Learning-by-doing”, um einen Übertrag der Kursinhalte in den Alltag gewährleisten zu können. Ein Kurs mit nur theoretischem Input ist ihrer Meinung nach nicht ausreichend. Durch das niederschwellige Angebot konnten sowohl Onliner_innen als auch Offliner_innen für die Projektidee gewonnen werden. Darüber hinaus möchten einige neu gewonnene Kooperationspartner_innen auch im nächsten Jahr an der GOW teilnehmen. Die GOW unterstützt den Umgang mit digitalen Medien und fördert somit die Teilhabe an der digitalen Gesellschaft.

Kompetenzerweiterung

Die GOW verfolgt das Ziel, die digitale Spaltung durch eigens konzipierte Kurse zu verringern. Innerhalb dieser digitalen Woche sollen die Teilnehmer_innen in ihren digitalen Kompetenzen gestärkt werden und die Fähigkeiten der Teilnehmer_innen erweitert werden. Durch eine individuelle Anpassung an die jeweilige Zielgruppe soll ein möglichst hoher Lernerfolg gewährleistet werden. In der GOW 2017 wurde eine sehr heterogene Teilnehmerschaft erreicht. Anzumerken ist, dass besonders viele benachteiligte Personengruppen an den diesjährigen Kursen teilgenommen haben. Vor allem Frauen (60%), Menschen mit Behinderung (28,6%), Senior_innen (60+) (31%), Förder- und Hauptschüler_innen (20%) wurden durch das Kursangebot überproportional im Vergleich zur Dortmunder Bevölkerung angesprochen. Die GOW soll insbesondere Personen erreichen, die bis dahin keinen Kontakt beziehungs-

weise nur wenig Kontakt zu digitalen Medien haben oder Personen die bislang keinen Mehrwert aus der digitalen Welt ziehen konnten. Damit die Teilnehmenden in ihren digitalen Kompetenzen gestärkt werden können, gilt es, Ihnen die sinnvolle Nutzung, die Anwendung und den Einsatz digitaler Medien aufzuzeigen. Die Kurse der GOW schlossen all diese Aspekte mit ein und strebten die Stärkung der digitalen Kompetenzen an. 82% (217) der gesamten Teilnehmerschaft (268) konnte nach der Teilnahme an einem Kurs eine Erweiterung der eigenen digitalen Kompetenzen feststellen. Besonders das Aufzeigen von unterschiedlichen Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten stieß bei den Teilnehmer_innen auf positive Resonanz. Durch die Wahrnehmung der Student_innen als Expert_innen in ihrem Thema und dem modernen Charakter einer Lerneinheit konnten das Interesse und die Lernbegeisterung bei den Teilnehmenden erhöht werden. Das selbständig angeeignete Expert_innenwissen, welches auf die Zielgruppe individuell angepasst wurde, erwies sich als gute Grundlage zur Weitergabe der Lehrinhalte und führte zu einer personalisierten und angenehmen Lernatmosphäre. 71% (185) bestätigten die positive Expert_innenrolle voll und ganz, während 25% (66) größtenteils zustimmten. Die Rolle der Expert_innen spielt in der Vermittlung und Weitergabe von Wissen eine relevante Rolle. Eine angemessene Kursgestaltung und deren Individualisierung führen zu Lernerfolgen und der Motivation, sich dauerhaft mit digitalen Medien auseinanderzusetzen. Durch die Schulung von pädagogischem Fachpersonal kann zum einen von einer individuellen und institutionellen Kompetenzerweiterung gesprochen werden. Zum anderen wird der Aspekt der Nachhaltigkeit hier berücksichtigt. Das Fachpersonal gilt an dieser Stelle als Multiplikator und kann die neu erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten weitervermitteln.

Dadurch können Kompetenzen nachhaltig an weitere benachteiligte Personengruppen weitergegeben werden und der Radius der Kompetenzerweiterung ausgebaut werden.

Aufmerksamkeit

Ein weiteres Ziel der Kampagne war es, das Thema digitale Teilhabe in der Stadtgesellschaft bekannt zu machen und damit Bürger_innen für dieses Thema zu sensibilisieren. Nicht nur die durchgeführten Kurse sollten ihren Beitrag dazu leisten, sondern auch gezielte Öffentlichkeitsarbeit. So wurden unter anderem soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram und Twitter zur Verbreitung des Projektes genutzt. Darüber hinaus bekam die Projektgruppe Unterstützung von der Stadt Dortmund, die über die GOW in Form von Blogeinträgen berichtete. Im Vergleich zum letzten Jahr haben in diesem Jahr 268 Teilnehmer_innen an insgesamt 36 Kursen teilgenommen. Im letzten Jahr waren es lediglich 177 in 17 Kursen. Durch den Newsletter, der per E-Mail versendet wird, konnten neue Kontakte gewonnen werden, um das Kooperationsnetz weiter auszubauen. Durch die neuen Kooperationspartner_innen wurde Aufmerksamkeit auf das Projekt gelegt, um die Nachhaltigkeit der Projektidee zu erreichen. Auch der Kontakttag, der im Dezember stattgefunden hat, wurde von den Kooperationspartner_innen als gute Gelegenheit gesehen, um über Kursinhalte informiert zu werden.

Facebook

Durch die Öffentlichkeitsarbeit auf Facebook konnten für die Projektidee 42 neue Follower_innen gewonnen werden. Bis Mitte Juni wurden von der Projektgruppe insgesamt 43 Beiträge gepostet, darunter Aktualitätsberichte. In diesen kurz gehaltenen Beiträgen werden neue Apps, Neuigkeiten oder

aktuelle Themen zur Thematik der digitalen Inklusion vorgestellt. Zudem wurde regelmäßig über den aktuellen Projektstatus und Einladungen zu diversen Veranstaltungen (Pressetermine etc.) berichtet. Die meisten Personen, die der Facebook-Seite folgen, leben in Deutschland im Raum Nordrhein-Westfalen. 67% der Follower_innen sind weiblich und überwiegend zwischen 18 und 24 Jahre alt. Die restlichen 33% bilden die Männer im Alter von 25-34 Jahre. Beiträge mit Fotos erhalten die meisten Reaktionen und stellen somit auch die größte Reichweite dar.

Instagram

Im Zeitraum des Projektstudiums wurden 48 Beiträge zum Thema GOW und digitale Medien gepostet. Die meisten Likes konnte die Projektgruppe erhalten, wenn Beiträge zu Prüfungen und Fotos der Studierenden bei Presseterminen oder der Vorbereitung von Kursen, Prüfungen und Fachtagen gepostet wurden. Jeden Monat konnten neue Follower_innen aus unterschiedlichen Ländern gewonnen werden, die einen Austausch mit interessierten Instagram-User_innen ermöglichen. In den letzten acht Monaten sind insgesamt 74 Follower_innen auf die Projektseite aufmerksam geworden. 234 Instagram-User_innen haben den Instagram-Account abonniert.

Blogs

Durch Beiträge der Stadt Dortmund mit 7.607 Follower_innen auf Twitter und der Stadt- und Landesbibliothek mit 1.280 ,,Gefällt mir"-Angaben auf Facebook über die GOW wurde die Reichweite für die Thematik deutlich erhöht.

Zeitung und Fernsehen

Vier Beiträge in Lokalzeitungen berichteten über die GOW. Insbesondere die Zielgruppe der Senior_innen stand hierbei im Fokus, da diese in vielen Fällen nicht auf sozialen Netzwerken

vertreten sind. Zudem wurde ein kurzer Beitrag zum Thema Nutzung von digitalen Medien in der WDR-Lokalzeit gezeigt. Dieser konnte auch noch nachträglich im Fernsehen und für kurze Zeit über eine Mediathek abgerufen werden und ist somit für die Nachhaltigkeit von hoher Relevanz

Homepages

In dem einjährigen Projekt wurden insgesamt elf unterschiedliche Homepage-Einträge von verschiedenen Plattformen veröffentlicht. Eine Vielzahl der Beiträge wurde auf Deutsch verfasst, drei der Einträge allerdings auf Englisch, da die GOW eine europaweite Kampagne ist und in vielen Ländern vertreten ist und einige Follower_innen aus dem Ausland stammen. Die verschiedenen Beiträge enthielten unter anderem Informationen über die GOW und die Ziele des Projektes. Durch die Publikationen kann angenommen werden, dass weitere Menschen im Dortmunder Umkreis auf die Projektthematik aufmerksam geworden sind. Weiterhin wurden zwei positive Feedbacks nach Ende der digitalen Woche veröffentlicht, die im Sinne der Aufmerksamkeit und Nachhaltigkeit eventuell neue Interessenten für das nächste Projektjahr animieren kann.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Eine quantitative Bewertung von Nachhaltigkeit und Wirkung der GOW lässt sich nicht vornehmen. Dazu müsste methodologisch betrachtet ein späterer Messzeitpunkt einbezogen werden sowie eine Medienreichweitenanalyse vorgenommen werden. Beides war im Rahmen des Projektes nicht leistbar; teilweise auch nicht sinnvoll. Die hier präsentierten Ergebnisse stellen hingegen vielmehr eine qualitative Beschreibung unterschiedlicher Wirkungen und Wirkzusammenhänge dar.

Sie bieten Einsichten in Erfolgsfaktoren und Hemmnisse und bilden damit eine gute Grundlage für eine reflektierte Weiterarbeit an der Kampagne im Folgejahr. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die drei zuvor aufgezeigten Elemente die durchgeführten Kurse beeinflusst haben. Die GOW kann somit eine Orientierung für benachteiligte Zielgruppen bieten. Dieser punktuelle Impuls sollte dann sowohl seitens der Einrichtungen als auch seitens der Teilnehmenden weiter ausgebaut werden. Durch die angebotenen Kurse entstanden weiterlaufende Kursangebote nach der GOW, wie beispielsweise das Internetcafé des Seniorenbüros im Dortmunder Stadtteil Eving oder ein dauerhaftes digitales Kursangebot in der JVA Iserlohn. Die GOW und die dazu entwickelten Kurse tragen somit zur Nachhaltigkeit hinsichtlich der Nutzung von digitalen Medien bei. Auch die Materialien, die den Kursteilnehmer_innen zur Verfügung gestellt werden, sind positiv zu bewerten. Somit stärkt das Aushändigen von haptischen Materialien die Nachhaltigkeit. Großes Potenzial wird in dem praktischen Kursteil gesehen, da sich die Teilnehmer_innen selbstständig ausprobieren können. Theoretische Inhalte können direkt im Anschluss eigenständig erprobt werden und führen zu positiven Lernerfahrungen und der Erweiterung von Kompetenzen. Das Aufzeigen der sinnhaften Nutzung der digitalen Medien führt zu vermehrter Motivation, die neu kennengelernten Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten nachhaltig in den Alltag zu integrieren.

7. Handlungsempfehlungen

Durch die Evaluation lässt sich festhalten, dass viele digital benachteiligte Menschen durch die Kurse, die innerhalb der

GOW angeboten wurden, erreicht werden konnten. Die Teilnehmenden konnten durch die vermittelten Informationen und praktischen Interventionen innerhalb der Kurse sensibilisiert werden. An dieser Stelle wurden sowohl die Teilnehmenden als auch die Einrichtungen angesprochen und auf eine sinnvolle Nutzung aufmerksam gemacht. Inwiefern die Teilnehmer_innen und die verschiedenen Institutionen langfristig und nachhaltig beeinflusst werden, konnte durch die Fragebögen und Expert_inneninterviews nicht erhoben werden. Hierzu wäre es sinnvoll, eine längere Untersuchungsdauer mit unterschiedlichen Messzeitpunkten einzusetzen. Des Weiteren müssten Einblicke in die individuellen Lebenswelten erfolgen, um beurteilen zu können, in welchen Bereichen des Alltags die digitalen Medien intensiver und bewusst genutzt werden.

Handlungsempfehlungen zur quantitativen Erhebung

Zunächst lässt sich bezüglich der quantitativen Ergebnisse festhalten, dass anhand der Fragebögen nicht festgestellt werden konnte, ob diese Personengruppen tatsächlich in ihrem Nutzungsverhalten benachteiligt sind. Das bedeutet, dass kein Vergleich zu finden ist, inwiefern sich der Kurs positiv auf die Teilnehmenden ausgewirkt hat, in Relation zu der vorherigen Nutzung digitaler Medien. In diesem Bereich besteht also ein Verbesserungspotential für die nächste GOW. Hierzu kann die Projektgruppe das allgemeine Nutzungsverhalten zu digitalen Medien bereits vor der Kursintervention durch einen einzelnen Fragebogen abfragen. Die kursspezifischen Inhalte und die Reflektion der Erweiterung der Kompetenzen können am Ende des Kurses durch Fragebögen erfragt werden. Bezüglich des Kompetenzerwerbs der Teilnehmenden ist am Vorgehen der diesjährigen GOW zu kritisieren, dass

die jeweiligen Kompetenzen ebenfalls durch weitere Dimensionen nach Baake (1996) erfasst werden sollten. Insbesondere die Medienkritik wurde anhand des Fragebogens nicht berücksichtigt, was im nächsten Jahr verbessert werden könnte. Durch eine Kritikäußerung an digitalen Medien wird eine Selbstreflektion geschaffen, wodurch ein sensibler Umgang mit diesen gestärkt wird. Zu dem Nutzungsverhalten der Teilnehmer_innen an der GOW lässt sich sagen, dass bezüglich der Mediennutzung ebenfalls die individuelle Priorität und Häufigkeit durch die Fragebögen erfasst werden sollten. Damit sind unter anderem die Art und der Zweck der Nutzung gemeint sowie die Nutzungsdauer. Durch diese Aspekte kann das gesamte Nutzungsverhalten besser interpretiert werden. Da diese Punkte in dem Fragebogen der diesjährigen Get Online Week - Dortmund 2017 nicht aufgegriffen wurden, ist hierbei ein Versäumnis vorzufinden, welches im nächsten Jahr durch die neue Projektgruppe verbessert werden könnte.

Die Auswertung der quantitativen Ergebnisse führt zu dem Resultat, dass die Projektgruppe Benachteiligungsfaktoren jeweils separat ausgewertet hat. Es wurden keine kumulierenden Häufigkeiten herausgearbeitet, wodurch möglicherweise weitere Effekte außer Acht gelassen wurde. Beispielsweise zählen zu den benachteiligten Zielgruppen Frauen und Senior_innen. An dieser Stelle wurde nicht berücksichtigt, ob eine Person zu zwei Benachteiligungsgruppen gehört - auf das Beispiel bezogen kann eine Person sowohl weiblich als auch Seniorin sein und gehört somit zu zwei der benachteiligten Gruppen. Derartige Aspekte wurden bei der Auswertung außer Acht gelassen, was einen Verbesserungsaspekt für die nächste Projektgruppe darstellt. Ein weiterer Kritikpunkt an den Fragebögen ist, dass die Verständlichkeit nicht an alle

Zielgruppen angepasst wurde. Somit hatten einige Schüler_innen der fünften Klasse und Menschen mit einer (Lern-) Behinderung Schwierigkeiten, die einzelnen Fragen korrekt zu beantworten. Einige Frage- und Antwortmöglichkeiten waren zu lang und zu komplex. Außerdem wurden innerhalb des Fragebogens verschiedene Fremdwörter eingebaut, wodurch häufig Verständnisfragen seitens einiger Teilnehmenden aufkamen. Daher besteht eine Handlungsempfehlung für die nächsten Projektjahre daraus, die Fragebögen ebenfalls in leichter Sprache zu verfassen, um Verständnisprobleme zu beheben.

Weiterhin konnte durch eine effektive Kursgestaltung die Motivation der Teilnehmer_innen gestärkt werden. Damit geht eine Verringerung der Zugangsbarriere sowie eine Sicherung der Nachhaltigkeit einher. Dies ist dadurch begründbar, dass die Teilnehmenden motiviert sind, sich mit dem Thema der digitalen Medien auseinanderzusetzen, sobald die Kursinterventionen interessant gestaltet und an die Zielgruppen angepasst werden. Daher sollte dieser Aspekt in den folgenden Jahren der GOW durch die Projektgruppe berücksichtigt und weiterverfolgt werden. Desweiteren kann die Nachhaltigkeit der Kursimpulse gesichert werden, indem Printmedien und andere genutzten Materialien per E-Mail an die Teilnehmenden verschickt werden. Einige Kurse dieses Jahres haben beispielsweise App-Pools erstellt, welche am Ende des Kurses in verschriftlichter Form verteilt wurden. Weiterhin hat der Kurs der JVA eine CD mit Informationen, Aufgaben und Materialien erstellt, welche an die Teilnehmenden verteilt wurden. Dadurch besteht die Möglichkeit, das vermittelte Wissen im Nachhinein wiederholen zu können, sodass keine Informationen verloren gehen. Des Weiteren besteht eine Empfehlung

bezüglich der Fragebögen darin, dass man eine Zukunftsdimension miteinbeziehen kann. Beispielsweise kann das Item „Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt“ verändert werden in „Ich werde anderen Personen von dem Kursangebot erzählen“. Für die Projektgruppe ist der Aspekt der Nachhaltigkeit relevant und daher scheint der Aspekt des zukünftigen Vorhabens als sinnvoll. Es ist von Bedeutung, alle Fragen einheitlich zu kodieren. Daher sollten keine positiven oder negativen Formulierungen verwendet werden, um die Leser_innen nicht zu verwirren und das Ergebnis dadurch zu verfälschen. Daher sollte dieser Aspekt zukünftig weiterhin beachtet werden.

Eine letzte Handlungsempfehlung besteht darin, dass in dem nächsten Jahr der GOW 18 einige Interviews zu einem späteren Zeitpunkt durchgeführt werden können. Anhand der diesjährigen Fragebögen wird nur teilweise auf die Nachhaltigkeit eingegangen, wodurch hier eine Möglichkeit der Verbesserung besteht. Dazu kann man während der Kursintervention Treffen mit einigen freiwilligen Teilnehmenden vereinbaren, um somit ebenfalls die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Teilnehmer_innen näher betrachten zu können. An dieser Stelle kann evaluiert werden, welche Impulse die Teilnehmenden nach der GOW umgesetzt haben und an welchen Stellen noch Bedarf nach weiteren Informationen oder Kursen besteht. Dies kann durch Fragebögen oder aber auch durch Interviews geschehen.

Handlungsempfehlungen zur qualitativen Erhebung (Leitfadengestützte Interviews)

Anhand der Durchführung der qualitativen Interviews wurden Eindrücke der unterschiedlichen Institutionen evaluiert. Hierbei wurde das Augenmerk insbesondere auf die Nachhaltigkeit der Informationsvermittlung der Kurse gelegt.
Vorerst lässt sich bezüglich der Partner_innengewinnung festhalten, dass viele Kooperationspartner_innen über den bestehenden Kontaktverteiler der letzten Jahre gewonnen werden konnten. Dieser galt somit als Basis für die Gewinnung verschiedener Einrichtungen. Die Evaluation hat weiterhin ergeben, dass mehr als die Hälfte der Institutionen durch den Kontakttag erreicht wurden. Dieser gilt als wichtiger Meilenstein für das Projekt und ist von großer Bedeutung. Allerdings ist es zu empfehlen, diesen rechtzeitig anzukündigen, damit möglichst viele Einrichtungen daran teilnehmen können. Weiterhin ist der Zeitpunkt des Tages kurz vor Weihnachten nicht sinnvoll, da in diesem Zeitraum viele weitere Projekte stattfinden und somit nicht alle Institutionen erreicht werden können. Allerdings konnten die Informationen des Kontakttags von den teilnehmenden Einrichtungen an andere durch den Kontaktverteiler weitergegeben werden. Daher gelang es, viele Kooperationspartner_innen zu gewinnen.

Die nächste Handlungsempfehlung besteht darin, zukünftig Kurse bezüglich einer sicheren Internetnutzung anzubieten. Dies ist dadurch festzumachen, dass einige Institutionen Unsicherheiten bezüglich Themen wie Datenmissbrauch und Privatsphäreeinstellungen geäußert haben. Daraus geht hervor, dass ein Bedarf besteht, nähere Informationen zu diesen Thematiken zu erlangen. Die GOW könnte an dieser Stelle eine Informationslücke schließen und das Wissen an die jeweiligen Einrichtungen vermitteln.

Weiterhin wurde seitens der Einrichtungen ein dauerhaftes und regelmäßiges Angebot gewünscht, woraus sich schließen lässt, dass ein reges Interesse bezüglich digitaler Medien besteht. Da der Aspekt eines dauerhaften Angebots häufig aufkam, wird dieser im weiteren Verlauf des Textes erneut aufgegriffen. Während der Interviews wurde ebenfalls der Informationsaustausch abgefragt und die Frage gestellt, inwiefern die Einrichtungen mit anderen kommuniziert und sich über die Thematik ausgetauscht haben. Um reflektierte Eindrücke ermitteln und evaluieren zu können, ist es empfehlenswert, die Interviews nicht unmittelbar nach den Kursen, sondern erst nach einem größeren Zeitabstand durchzuführen. Zudem könnte somit abgefragt werden, inwiefern sich die Institutionen mit anderen bezüglich der Thematik auseinandergesetzt haben. Wenn ein gewisser Zeitraum nach den Kursen vergangen ist, kann evaluiert werden, ob der Impuls der GOW weiter nach außen getragen wurde. Weiterhin bestand die Annahme seitens einiger interviewter Kooperationpartner_innen, dass eine begrenzte Zahl von teilnehmenden Einrichtungen besteht. Daher wurde die Möglichkeit des Kursangebots nicht an andere Institutionen weitergetragen, da es die Befürchtung gab, dass die eigene Teilnahme an den Kursen hinterher nicht mehr möglich sein könnte. Durch ein nachhaltiges Angebot kann diese Problemlage zukünftig beseitigt werden, da somit keine Befürchtungen entstehen können, dass einige Einrichtungen nicht mehr von dem Kursangebot profitieren. Außerdem kann die Projektgruppe der GOW im nächsten Jahr sich im Voraus über ähnliche medienpädagogische Angebote im Raum Dortmund und Umgebung informieren und diese weitergeben, sobald der Bedarf besteht. Dieser Aspekt wurde ebenfalls unter dem Kriterium der Schulungsmaßnahmen aufgeführt. An dieser Stelle besteht der Wunsch nach weiteren

Fortbildungen und Interventionen bezüglich digitaler Medien und medienpädagogischer Maßnahmen. Die GOW 18 kann somit versuchen, sich über andere Einrichtungen, die ähnliche Ziele verfolgen, zu informieren und mit ihnen in Kontakt zu treten, um somit eine breitere Vernetzung unter den jeweiligen Institutionen zu schaffen. Ähnliche Ergebnisse gab es durch die Evaluation der Interviews bezüglich des Kriteriums der medienpädagogischen Angebote. Hierbei besteht der Wunsch, derartige Angebote weiter zu nutzen und in den eigenen Einrichtungen miteinzubringen. Die GOW sollte an dieser Stelle Anregungen schaffen und Impulse durch die zur Verfügung gestellten Materialien setzen. Durch längerfristige Angebote kann dem Wunsch nachgegangen werden, ein medienpädagogisches Angebot in den Bildungseinrichtungen zu integrieren. An dieser Stelle ist es außerdem von Bedeutung, dass die Angebote praktisch ausgelegt sind und nicht lediglich theoretische Hintergrundinformationen miteinbeziehen. Das wird anhand der Aussage der Kooperationspartner_innen deutlich, dass die Methode „learning by doing“ sehr effektiv ist, um nachhaltige Impulse zu setzen.

Weiterhin ist es für die zukünftigen Kurse innerhalb der GOW von Bedeutung, dass sie medientechnisch gut ausgestattet sind. Zwar verfügen bereits viele Einrichtungen über eine IT-Infrastruktur und über ein WLAN Netzwerk. Dies ist allerdings nicht bei allen Institutionen vorauszusetzen, wodurch die Notwendigkeit besteht, ein eigenes mobiles Netzwerk mitzubringen. Die Projektgruppe dieses Jahres hatte durch den Sponsor der DOKOM 21 die Möglichkeit, kleine TP-Link Boxen (mobile Hotspots) zu erhalten, wodurch ein mobiles Netzwerk in den Einrichtungen aufgebaut werden konnte. Es ist also sinnvoll, sich im Voraus über mögliche Sponsoren zu informieren und

diese zu nutzen. Dieser Aspekt wird ebenfalls unter dem Kriterium der Impulssetzung hervorgehoben. Hierbei wurde deutlich, dass das Interesse an einem fortlaufenden Angebot besteht, aber dass häufig die finanziellen Mittel fehlen, um einige Impulse umzusetzen. Daher besteht eine weitere Handlungsempfehlung darin, Gelder zu beantragen, beispielsweise für Mitarbeiter_innenschulungen und eine technische Ausstattung der Einrichtungen. Zuletzt ist es seitens der Einrichtungen von Bedeutung, über eine Ansprechperson zu verfügen, damit die Impulse der GOW auch zukünftig genutzt werden können und ein langfristiges Angebot bestehen bleibt.

Handlungsempfehlungen zur Öffentlichkeitsarbeit

Für die Öffentlichkeitsarbeit hat die diesjährige Projektgruppe zusätzlich zu dem der letzten GOW bestehenden Facebook-Account ein öffentliches Instagram-Profil erstellt. Da diese beiden Plattformen sehr modern sind und von vielen Menschen genutzt werden, konnte hierdurch eine Vielzahl der Personen erreicht werden. Es ist hierbei zu empfehlen, den Instagram Account ebenfalls im nächsten Jahr fortzuführen, da hierdurch vielfach das Interesse der Mitnutzer_innen geweckt werden konnte. Anhand der Kommentare und Bewertungen zu den hochgeladenen Bildern der Projektgruppe lässt sich feststellen, dass es hierzu positive Reaktionen gab. Insbesondere die persönlichen Beiträge der Projektgruppe, wie beispielsweise Posts und Fotos von Prüfungen oder Veranstaltungen, kamen gut bei den Instagram Nutzer_innen an. Eine weitere Empfehlung ist, dass die Beschriftungen der Fotos sowie die einzelnen Beiträge vermehrt in englischer Sprache verfasst werden können, um somit ebenfalls Nutzer_innen im internationalen Bereich anzusprechen. Des Weiteren kann der Instagram-Account zu einem Business-Account transformiert werden, um beispielsweise Statistiken darstellen zu können.

Dadurch kann festgehalten werden, in welchem Umfang auch durch dieses soziale Netzwerk Menschen erreicht wurden. Zudem sollte die Projektgruppe des nächsten Jahres ebenfalls ein Augenmerk darauf legen, die Facebook-Seite weiterhin kreativ zu gestalten, um somit weitere Nutzer_innen zu motivieren, sich mit den Themengebieten der GOW auseinanderzusetzen. Anhand der „Gefällt mir"-Angaben in der Facebook-Gruppe ist festzustellen, dass auch hierbei die persönlichen Beiträge der Projektgruppe am besten bei den Facebook-Nutzer_innen ankommen und diese die größte Reichweite haben. Die Hauptgruppe der Follower_innen sind Frauen. Es sollte im nächsten Jahr darauf geachtet werden, auch männliche Follower zu gewinnen, um eine weitere Zielgruppe zu erreichen. Aus der Ausgangs- und Problemlage geht hervor, dass die GOW insbesondere die Nicht-Nutzer_innen dazu motivieren möchte, sich mehr mit den digitalen Themen auseinanderzusetzen. Es ist davon auszugehen, dass diese Nicht-Nutzer_innen nicht über Accounts von sozialen Plattformen verfügen. Daher ist es von Bedeutung, diese Zielgruppe über Medien wie beispielsweise die Zeitung oder das Radio zu erreichen. Die persönliche Kontaktaufnahme mit den verschiedenen Zeitungsportalen und Radiosendern hat in diesem Jahr der GOW nicht nachhaltig funktioniert. Bei dem Versuch des Kontaktaufbaus kam häufig keine Rückmeldung oder lediglich eine Absage. Trotz dessen fanden sich Berichte in Zeitungen oder auch im Fernsehen über das Projekt wieder. Dies gelang allerdings durch andere Institutionen, wie beispielsweise durch die Kooperation mit der DOKOM 21. Durch ihre Unterstützung wurden Zeitungen wie die Ruhr Nachrichten und Fernsehsender wie der Westdeutsche Rundfunk auf die Kampagnenwoche aufmerksam gemacht. Dadurch wurde

sowohl im Fernsehen als auch durch die Zeitung über das Projekt und über die jeweiligen angebotenen Kurse der GOW berichtet. Die Evaluation hat allerdings ergeben, dass die Zeitungen insbesondere über die Kurse für Senior_innen berichtet haben. Über andere Kurse wurde lediglich online auf einigen Internetplattformen der Einrichtungen oder Sponsoren berichtet. Diesen Aspekt könnte man im nächsten Jahr weiter ausbauen, sodass ebenfalls Artikel über die anderen Kurse in Zeitungen veröffentlicht werden. Durch den Beitrag des WDR über das Projekt und die Möglichkeit, sich diesen ebenfalls später im Internet anzusehen, konnten weitere Menschen erreicht und auf die GOW aufmerksam gemacht werden. Daher ist es für die nächste Projektgruppe empfehlenswert, ebenfalls im neuen Jahr das Fernsehen und weitere alltägliche Medien anzuwerben, um das Interesse in der Öffentlichkeit zu steigern.

Zusammenfassend lässt sich somit sagen, dass es für die Einrichtungen von großer Relevanz ist, auf ein langfristiges Angebot zurückgreifen zu können. Aus der positiven Rückmeldung und des breiten Interesses an weiteren Informationen und Themengebieten geht hervor, dass weiterhin ein Bedarf an Kursinterventionen besteht. Somit weist der D21-Bericht darauf hin, dass mehr Aus- und Weiterbildungen angeboten werden sollten (Initiative D21, 2016a, 51). Um ein flexibleres Angebot zu schaffen, hat die Projektgruppe bereits Termine außerhalb der GOW angeboten. Weiterhin bieten zwei Studentinnen der Gruppe Kurse innerhalb des Seniorenbüros an, um über einen längeren Zeitraum Informationen vermitteln zu können. Zwei weitere Studentinnen werden in der Volkshochschule Dortmund Kurse anbieten, da hierbei ebenfalls Interesse an Interventionen bestand. Trotz dessen konnten nicht

alle Interessent_innen an der GOW in das Projekt miteinbezogen werden. Um dieses Problem zu beseitigen, wird der Versuch gestartet, zukünftig ein dauerhaftes Angebot durch Studierende der TU Dortmund zu schaffen. Dazu werden Student_innen angesprochen, die daran interessiert sind, über einen längeren Zeitraum Kurse anzubieten. Um die digitale Kluft in dem Raum Dortmund zu schließen, wäre diese Intervention von großer Bedeutung.

8 Danksagung

Nach einer erfolgreichen Projektdurchführung möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bei allen bedanken, die bei der Gestaltung und Durchführung der GOW 17 mitgewirkt haben und diese somit zu einem Erfolg gemacht haben.

Dabei gilt unser Dank in erster Linie Herrn Dr. Bastian Pelka, der uns im gesamten letzten Jahr motiviert und begleitet hat, immer ein offenes Ohr für uns hatte und mit seinen Anregungen, Tipps und mit seiner Kompetenz die Projektdurchführung ermöglicht hat. Dank ihm konnten wir nicht nur ein erfolgreiches Projekt absolvieren, sondern mit vielen neuen Erkenntnissen das Projektjahr abschließen. Ebenfalls möchten wir uns bei unserer Tutorin Laura Bühner bedanken, die uns stets unterstützt hat, wenn wir Fragen oder Probleme hatten und uns mit viel Geduld, Interesse und Hilfsbereitschaft zur Seite stand. Bedanken möchten wir uns auch beim Projektbüro, durch welches wir im Hintergrund viele Hilfestellungen erfahren haben und welches immer als Ansprechpartner präsent war. Ein großer Dank gilt außerdem unserem Sponsor DOKOM 21 für die technische Ausstattung in Form von WLAN-Hotspots, ohne die wir die Kurse und somit die gesamte GOW nicht hätten durchführen können. In diesem Sinne möchten wir uns auch beim MArS-Team der TU Dortmund bedanken, die uns für die Kurse zahlreiche Tablets zur Verfügung gestellt haben. Der Stiftung digitale Chancen möchten wir für die konzeptionelle Unterstützung danken. Gleichermaßen möchten wir uns auch bei Christiane Vollmer und Dimitrios Karakatsanis von der Stadt Dortmund für das aktive Netzwerk und für die zahlreichen Kontakte in der Dortmunder Stadtgesellschaft bedanken.

Zuletzt möchten wir auch den Kooperationspartner_innen und den Kursteilnehmer_innen für die Zusammenarbeit und für das Vertrauen danken. Die Durchführung der Kurse hat uns nicht nur viel Spaß bereitet, sondern gab uns auch die Möglichkeit viele Erfahrungen für unsere berufliche Zukunft zu sammeln.

Das Projektteam
Julia Ackermann, Milana Busch, Mira Demhold, Sophie Dietz, Anna Grabowski, Kirsten Klute, Katrin Krenz, Sarah Ruberg, Katharina Schäfsmeier und Marie Westecker

9 Literaturverzeichnis

Abels, Heinz & König, Andrea (2016). *Sozialisation. Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

Aktion Mensch (o.J.). *Ein Netz voller Scheren, Barrieren und Chancen.* Online verfügbar unter: https://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/barrieren/ [14.06.2017].

Aktion Mensch (2010). *Web 2.0/barrierefrei. Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung*. Online verfügbar unter: http://www.digitale-chancen.de/transfer/downloads/MD967.pdf [27.06.2017].

Aktion Mensch & Medienanstalten (2016). *Mediennutzungsverhalten von Menschen mit Behinderung*. Online verfügbar unter: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/2016_Studie-Mediennutzung_Menschen_mit_Behinderungen_Langfassung_bf_final.pdf [26.06.2017].

Apple Inc (2017a). *Bedienungshilfen. So zugänglich wie persönlich.* Online verfügbar unter: https://www.apple.com/de/accessibility/iphone/vision/ [04.07.2017].

Apple Inc (2017b). *Bedienungshilfen. So zugänglich wie persönlich*. Online verfügbar unter: https://www.apple.com/de/accessibility/iphone/physical-and-motor-skills/ [04.07.2017].

ARD-Werbung Sales & Services (2015). *ARD/ ZDF-Studie Massenkommunikation 2015.* Online verfügbar unter: http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/studien/ardzdf-studie-massenkommunikation/, [27.06.2017].

ARD/ZDF-Onlinestudie (2016). *ard-zdf-onlinestudie.de.* Online verfügbar unter: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ [04.07.2017].

Baake, Dieter (1996). Medienkompetenz. Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: Von Rein (Hrsg.). *Theorie und Praxis in der Erwachsenenbildung. Medienkompetenz als Schlüsselbegriff* (S.112-124). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Backes, Gertrud, & Clemens, Wolfgang (2008). *Lebensphase Alter. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Alternsforschung* (3. Aufl.). München: Juventa.

Baur, Nina & Blasius, Jörg (2014). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung.* Wiesbaden: Springer.

Berger, Andrea, Caspers, Thomas, Croll, Jutta, Hofmann, Jörg, Kubicek, Herbert & Peter, Ulrike(2010). *Web 2.0 /barrierefrei. Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung*. Online verfügbar unter: publikationen.aktion-mensch.de/barrierefrei/Studie_Web_2.0.pdf [07.06.2017].

Bethel.regional (o.J.). *Herzlich willkommen bei Bethel.regional*. Online verfügbar unter: http://www.bethel-regional.de/wir-ueber-uns.html [01.07.2017].

Bisky, Lothar & Scheele, Jürgen (2007). *Die digitale Spaltung der Gesellschaft.* Online verfügbar unter: http://www.bundesstiftung-rosa-luxemburg.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/203Bisky.pdf [04.07.2017].

Bitkom (2016). *Jeder zweite Lehrer würde gerne häufiger digitale Medien einsetzen.* Online verfügbar unter: https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zweite-Lehrer-wuerde-gerne-haeufiger-digitale-Medien-einsetzen.html [20.06.2017].

Bogner, Alexander, Littig, Beate & Menz, Wolfgang (2014). *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer.

Bosse, Ingo (2016). *Teilhabe in einer digitalen Gesellschaft. Wie Medien Inklusionsprozesse befördern können.* Online verfügbar unter: http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172759/medien-und-inklusion [04.07.2017].

Brosius, Felix (2017). *SPSS 24 für dummies*. Weinheim: Wiley-VCH.

Bundesarbeitsgemeinschaft für Straffälligenhilfe e.V. (2015). Ein digitales Schulbuch? Die elis Plattform im Strafvollzug. In: *BAG-S Informationsdienst Straffälligenhilfe*, *3*, 31-32.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2016). *Digitale Spaltung und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung.* Online verfügbar unter: http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BerichteKompakt/2013-2017/bk-01-2016-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [08.06.2017].

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2011). *UN-Konvention*. Online verfügbar unter: http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a729-un-konvention.pdf?__blob=publicationFile [04.07.2017].

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (o.J.). *Leichte Sprache. Ein Ratgeber.* Online verfügbar unter: http://www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/a752-leichte-sprache-ratgeber.html [04.07.2017].

Bundeszentrale für politische Bildung (2016). *Teilhabe in einer digitalen Gesellschaft. Wie Medien Inklusionsprozesse fördern können*. Online verfügbar unter: http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172759/medien-und-inklusion [10.06.2017].

Bundeszentrale für politische Bildung (2017). *Digitale Teilhabe als Voraussetzung für soziale Teilhabe. Keynote zum DIVSI-Bucerius Forum in Hamburg.* Online verfügbar unter: http://www.bpb.de/presse/248495/digitale-teilhabe-als-voraussetzung-fuer-soziale-teilhabe-11-05-2017-hamburg [06.07.2017].

Bühler, Christian & Pelka, Bastian (2014). Empowerment by Digital Media of People with Disabilities. Three levels of support. In: Miesenberger, Fels, Archambault et al. (Hrsg.). *Computers Helping People with Special Needs* (S.17-24). Paris: Springer.

Collaboratory (o.J.). *Neue Medien in der Pädagogik. Herausforderungen für eine nachhaltige Mediengrundbildung für pädagogische Fachkräfte*. Online verfügbar unter: http://www.collaboratory.de/w/Neue_Medien_in_der_P%C3%A4dagogik_%E2%80%93_Herausforderungen_f%C3%BCr_eine_nachhaltige_Mediengrundbildung_f%C3%BCr_p%C3%A4dagogische_Fachkr%C3%A4fte [20.06.2017].

Definition online (o.J.). *Digitale Medien. Definition.* Online verfügbar unter: http://definition-online.de/digitale-medien/ [08.06.2017].

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (2016). *DIVSI Internet-Milieus 2016. Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung.* Online verfügbar unter: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf [08.06.2017].

Digitale Nachhaltigkeit (o.J.). *Was ist „digital nachhaltig“?.* Online verfügbar unter: https://digitale-nachhaltigkeit.net/ [27.05.2017].

Dokom21 (2017a). *“Get Online Week 2017” startet mit Social Media Kurs für Senioren. TU Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz.* Online verfügbar unter: https://www.dokom21.de/de/Privatkunden/Aktuelles/Presse/%E2%80%9EGet-Online-Week-2017%E2%80%9C-startet-

mit-Social-Media-fuer-Senioren-TU-Studierende-vermitteln-in-kostenlosen-Kursen-Medienkompetenz.htm [28.06.2017].

Dokom21 (2017b). *“Get Online Week 2017” .TU-Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz.* Online verfügbar unter: https://www.dokom21.de/de/Privatkunden/Aktuelles/Presse/%E2%80%9EGet-Online-Week-2017%E2%80%9C---TU-Studierende-vermitteln-in-kostenlosen-Kursen-Medienkompetenz.htm [28.06.2017].

Dortmund-Agentur (2017a). *Lern- und Arbeitsort*. Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/bildungwissenschaft/bibliothek/service_angebote/lernarbeitsort/index.html [01.07.2017].

Dortmund-Agentur (2017b). *Seniorenbüros in Dortmund*. Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/familie_und_soziales/seniorenportal/seniorenbueros_senioren/index.html [01.07.2017].

Dortmund-Agentur (2017c). *Städtische Begegnungszentren. Orte der Begegnung und Kommunikation*. Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/familie_und_soziales/seniorenportal staedtische_begegnungszentren_senioren/staedtische_begegnungszentren_senioren_1.html [01.07.2017].

Dortmund24 (2017). *Online Woche 2017. Kostenlose Medienkurse.* Online verfügbar unter: http://www.dortmund24.de/dortmund/get-online-week-2017-kostenlose-medienkompetenz-kurse/ [28.06.2017].

Dresing, Dr. Thorsten & Pehl, Thorsten (2013). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (5. Aufl.). Marburg: Eigenverlag.

Dudenhöffer, Kathrin & Meyen, Michael (2012). Digitale Spaltung im Zeitalter der Sättigung. Eine Sekundäranalyse der ACTA 2008 zum Zusammenhang von Internetnutzung und sozialer Ungleichheit. In: *Publizistik*, *57*, 7-26.

Eins, Philipp (2016). *Digitale Bildung für Geflüchtete. Apps statt Lehrer?*Online verfügbar unter: http://www.deutschlandradiokultur.de/digitale-bildung-fuer-gefluechtete-apps-statt-lehrer.2165.de.html?dram:article_id=350772 [13.06.2017].

European Get Online Week (o.J.). *What is Get Online Week?.* Online verfügbar unter: http://getonlineweek.eu/ [10.06.2017].

Fakultät Rehabilitationswissenschaften (2017). *Get Online Week Dortmund unterstützt digitale Teilhabe.* Online verfügbar unter: https://www.fk-reha.tu-dortmund.de/fk13/de/Aktuelles/Get-Online-Week-Dortmund-unterstuetzt-digitale-Teilhabe/index.html [28.06.2017].

Feldmann, Nele, Fiegenbaum, Maja, Kaulz, Stephanie, Kempkes, Lydia, Kunze, Vivien, Lamonica, Angela, Consiglia Piscitelli, Silvana, Remmel, Jessika, Tenreiro Abrantes, Laura & Wolf, Sabrina (2016). *Get Online Week – Dortmund 2016. Eine Woche zur Verbesserung zur digitalen Teilhabe in Dortmund*. In: Sozialforschungsstelle Dortmund (Hrsg.). *Beiträge aus der Forschung, Band 195*. Dortmund: Sozialforschungsstelle Dortmund.

Flick, Uwe (2011). *Triangulation. Eine Einführung* (3. Aufl.). Wiesbaden, VS Verlag.

Focus Online (2017). *Get Online Week startet mit Social Media für Senioren.* Online verfügbar unter: http://www.focus.de/regional/dortmund/dortmund-stadt-dortmund-get-online-week-startet-mit-social-media-fuer-senioren_id_6844821.html [07.06.2017].

Forum für Bildung und Begegnung Gemeinnützige Gesellschaft e.V. (2017). *Wir über uns*. Online verfügbar unter: http://www.altenakademie.de/programm/wir-ueber-uns [01.07.2017].

Frees, Beate & Koch, Wolfgang (2015). *Internetnutzung. Frequenz und Vielfalt nehmen in allen Altersgruppen zu.* Online verfügbar unter: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2015/0915_Frees_Koch.pdf. [07.06.2017].

Gabler Wirtschaftslexikon (o.J). *Nachhaltigkeit*. Online verfügbar unter: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/nachhaltigkeit.html [09.06.2017].

Get Online Week EU (2017). *Get connected - surf reflected!.* Online verfügbar unter: http://getonlineweek.eu/germany/ [28.06.2017].

Güttler, Joachim (2017). *Aufgaben. Die Justizvollzugsanstalt hat verschiedene Aufgabenschwerpunkte*. Online verfügbar unter: http://www.jva-iserlohn.nrw.de/aufgaben/index.php [01.07.2017].

Gruber, Angela (2013). *Häftlinge sind offline.* Online verfügbar unter: http://www.zeit.de/digital/internet/2013-09/internet-gefaengnis-jva-tegel [07.06.2017].

Gruber, Angela (2016). *Pilotprojekt in Berlin. Ein bisschen Netz im Knast.* Online verfügbar unter: http://www.spiegel.de/netzwelt/web/internet-im-gefaengnis-berlin-will-pilotprojekt-starten-a-1081110.html [07.06.2017].

Hasselhorn, Johannes (2017). *Vertiefende Analysen mit SPSS.* Präsentation, Technische Universität Dortmund.

Hauptschule am Dahlbusch (2017). *Lehrkräfte informieren sich über Apps.* Online verfügbar unter: https://www.hauptschule-am-dahlbusch.de/ [28.06.2017].

Helfferich, Cornelia (2005). *Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hoenig, Carsten (2016). *Internet für Gefangene. Resozialisierung durch Digitalisierung*. Online verfügbar unter: http://www.jva-moabit.de/2016/internet-fuer-gefangene-resozialisierung-durch-digitalisierung/ [21.06.2017].

Hossiep, Rüdiger (o.J.). *Cronbachs alpha.* Online verfügbar unter: https://portal.hogrefe.com/dorsch/cronbachs-alpha/ [27.05.2017].

I-LINC (2017a). *"Seniors fit in the internet!" - a raving success of GOW17 in Dortmund University.* Online verfügbar unter: http://www.i-linc.eu/web/portal/resources/articles-and-research/details?articleId=283944 [28.06.2017].

I-LINC (2017b). *Great GOW in Dortmund University!.* Online verfügbar unter: http://www.i-linc.eu/web/portal/resources/articles-and-research/details?articleId=303484 [28.06.2017].

I-Linc- Facebookseite (2017). *Great GOW in Dortmund University!.* Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/ilinceu/ [28.06.2017].

I-Linc- Facebookseite (2017a). *''Seniors fit in the internet'' - a raving success.* Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/ilinceu/ [28.06.2017].

Initiative D21 (2014). *Medienbildung an deutschen Schulen. Handlungsempfehlungen für die digitale Gesellschaft*. Online verfügbar unter: http://initiatived21.de/app/uploads/2017/01/141106_medienbildung_onlinefassung_komprimiert.pdf [20.06.2017].

Initiative D21 (2015). *Offliner-Gründe für Nichtnutzung*. Online verfügbar unter: http://www.digital-index.de/datenvisualisierung/di/89/ [20.06.2017].

Initiative D21 (2016a). *2016 D21-Digital-Index. Jährliches Lagebild zur digitalen Gesellschaft*. Online verfügbar unter: http://initiatived21.de/app/uploads/2017/01/studie-d21-digital-index-2016.pdf [20.06.2017].

Initiative D21 (2016b). *Sonderstudie „Schule Digital". Lehrwelt, Lernwelt, Lebenswelt. Digitale Bildung im Dreieck: SchülerInnen-Eltern-Lehrkräfte*. Online verfügbar unter: http://initiatived21.de/app/uploads/2017/01/d21_schule_digital2016.pdf [20.06.2017].

Information und Technik Nordrhein-Westfalen (2016). *Statistisches Jahrbuch Nordrhein-Westfalen.* Online verfügbar unter: https://www.destatis.de/GPStatistik/servlets/MCRFileNodeServlet/NWAusgabe_derivate_00000277/z021201600_A.pdf;jsessionid=0C98D3B809EE9035B3254609409BB324 [28.06.2017].

Johann-Gutenberg-Realschule (2017). *getonlineweek.* Online verfügbar unter: https://www.jgr-dortmund.de/news/artikel/getonlineweek.html [28.06.2017].

Josefsheim gGmbH (2017). *Willkommen im Josefsheim Bigge*. Online verfügbar unter: http://www.josefsheim-bigge.de/home.html [01.07.2017].

Kaletka, Christoph & Pelka, Bastian (2015). (Digital) Social Innovation Through Public Internet Access Points. In: Antona & Stephanidis (Hrsg.). *Universal Access in Human-Computer Interaction. Access to Today's Technologies* (S.201–212). Los Angeles: Springer.

Koch, Michael & Ott, Florian (2012). *Gamification- Steigerung der Nutzungsmotivation durch Spielekonzepte. Gamificationen-Definitionen*. Online verfügbar unter: http://www.soziotech.org/gamification-steigerung-der-nutzungsmotivation-durch-spielkonzepte/#gamification-definitionen [15.05.2017].

Kroisamer, Rainer (2014). *Medien im Alltag. 5 Nutzungsmotive für Medien im Alltag.* Online verfügbar unter: http://collabor.idv.edu/WebSci/stories/49369 [15.05.2017].

Landesdatenbank NRW (2015*). Dortmunder Bevölkerung nach Altersgruppen und Geschlecht*. Online verfügbar unter: https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=0F17E61F0E4AF9F02EB94DBCF2D777C6?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=149916199

2851&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=B-A01.2-G1&auswahltext=%23SHGKRL-05913&werteabruf=Werteabruf [30.06.2017].

Landesdatenbank NRW (2017). *Allgemeinbildende Schulen. Anzahl der Schulen, Klassen, Schüler/-innen und hauptamtliche/hauptberufliche Lehrkräfte*. Online verfügbar unter: https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=0F17E61F0E4AF9F02EB94DBCF2D777C6?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1499162087753&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=21112-01ir&auswahltext=%23RKREISE-05913&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf [30.06.2017].

Langenfelder, Bettina (2007). Basisbildung. Herausforderungen für den Zweiten Bildungsweg. H wie Häf'n. Basisbildung im Strafvollzug. In: *Magazin erwachsenenbildung.at Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs*, *1*, 103-113.

Landschaftsverband Westfalen-Lippe (o.J.). *Schule am Marsbruch. Herzlich Willkommen!.* Online verfügbar unter: http://www.lwl.org/LWL/Jugend/lwl-schule-am-marsbruch [01.07.2017].

Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung Dortmund e.V. (2015). *Wir über uns*. Online verfügbar unter: http://www.lebenshilfe-dortmund.de/de/ueber-uns/ [01.07.2017].

Lorber, Martin & Schutz, Thomas (2016). Learning by Gaming. In: *didacta. Das Magazin für lebenslanges Lernen*, *3*, 16-18.

Mayer, Hanna & van Hilten, Erik (2007). *Einführung in die Physiotherapieforschung*. Online verfügbar unter: https://akademie.mecodia.de/downloads/Instagram_Das_Bildernetzwerk.pdf [03.04.2016].

Mayer, Horst O. (2013). *Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung* (6. Aufl.). München: Oldenburg Verlag.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016). *JIM-Studie 2016. Jugend, Information, (Multi-)Media.* Online verfügbar unter:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [10.07.2017]

Meuser, Michael & Nagel, Ulrike (1991). ExpertInneninterviews. Vielfach erprobt, wenig bedacht. In: Garz & Kraimer (Hrsg.). *Qualitativ-Empirische Sozialforschung* (S.441-471). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mührel, Eric & Birgmeier, Bernd (2014). *Perspektiven sozialpädagogischer Forschung. Soziale Arbeit in Theorie und Wissenschaft.* Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Pädagogische Hochschule Freiburg (o.J.). *Erwachsenenalter.* Online verfügbar unter: https://home.ph-freiburg.de/mischofr/Lehre/entvss06/entvs12.pdf [20.05.2017].

Portal für Senioren (o.J.). *Hilfreiche Informationen für die Generation 60+. Senioren und das Internet.* Online verfügbar unter: http://www.portal-fuer-senioren.com/blog/senioren-und-internet/ [07.06.2017].

Rehacare International (2016). *Aktuelle Studie. Digitale Fitness der Generation 50plus bestimmt Wettbewerbsfähigkeit.* Online verfügbar unter: https://www.rehacare.de/cgi-bin/md_rehacare/lib/pub/tt.cgi/Aktuelle_Studie_Digitale_Fitness_der_Generation_50plus_bestimmt_Wettbewerbsf%C3%A4higkeit.html?oid=44858&lang=1&ticket=g_u_e_s_t [07.06.2017].

Reichertz, Jo (2014). Empirische Sozialforschung und soziologische Theorie. In: Baur & Blasius (Hrsg.) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 65-80). Wiesbaden: Springer.

Rößner, Michael (2010). *Partizipation, Exklusion und Inklusion von jugendlichen Mediennutzern im Internet. Zur lebensweltlichen Relevanz der barrierearmen Zugänglichkeit. Eine empirische Studie. Veröffentlichte Dissertation,* Eberhard-Karls-Universität Tübingen.

Ruhr Nachrichten (2017). *Senioren sollen fit im Netz werden.* Erschienen am: 23.03.2017.

Ruhr Nachrichten (2017a). *Get Online Week: Kurse für Medienkompetenz.* Erschienen am: 29.03.2017.

Scharnbacher, Kurt (2004). *Statistik im Betrieb. Lehrbuch mit praktischen Beispielen* (14. Aufl.). Wiesbaden: Gabler Verlag.

Schau hin (o.J.). *Faszination Castingshows. Was Eltern wissen sollten.* Online verfügbar unter: https://www.schau-

hin.info/medien/tv-film/wissenswertes/faszination-castingshows-was-eltern-wissen-sollten.html [10.06.2017].

Schumpelick, Volker & Vogel, Bernhard (2014). *Demografischer Wandel und Gesundheit. Lösungsansätze und Perspektiven.* Freiburg im Breisgau: Herder-Verlag.

Springer Gabler Verlag (o.J.). *Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Bevölkerungspyramide.* Online verfügbar unter: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5472/bevoelkerungspyramide-v13.html [10.06.2017].

Springer Gabler (o.J.). *Informationsgesellschaft.* Online verfügbar unter: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/informationsgesellschaft.html#definition [03.07.2017].

Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen (2008). *IM BLICKPUNKT. Medienkonvergenz.* Online verfügbar unter: http://imblickpunkt.grimme-institut.de/wp/wp-content/uploads/2014/12/IB-Medienkonvergenz.pdf [06.07.2017].

Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen (2009). *Im Blickpunkt. Nachhaltigkeit und Medien.* Online verfügbar unter: http://imblickpunkt.grimme-institut.de/wp/wp-content/uploads/2014/12/IB-Nachhaltigkeit-und-Medien.pdf [15.01.2017].

Stadt Dortmund, 3/Dez- Stabstelle Dortmunder Statistik (2016a). *Jahresbericht*. Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/media/p/statistik_3/statistik/veroeffentlichungen/jahresberichte/bevoelkerung_1/206_Jahresbericht_2016_Dortmunder_Bevoelkerung.pdf [25.05.2017].

Stadt Dortmund, 3/Dez- Stabstelle Dortmunder Statistik (2016b). *Statistisches Jahrbuch*. Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/media/p/statistik_3/statistik/veroeffentlichungen/statistisches_jahrbuch/208_-_Statistisches_Jahrbuch_-_2016.pdf [25.05.2017].

Stadt Dortmund (2017). *Get Online Week. TU-Studierende vermitteln in kostenlosen Kursen Medienkompetenz.* Online verfügbar unter: https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/inklusion/inklusionsplan_2020/nachrichten_inklusion/newsdetail.jsp?nid=465024 [28.06.2017].

Stadt- und Landesbibliothek Dortmund (2017). *Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher!*. Online verfügbar unter: http://stadt.dortmund.de/bibliothek/blog/aktuelles/index.php/2017/03/15/facebook-instagram-snapchat-aber-sicher/ [28.06.2017].

Stadt- und Landesbibliothek Dortmund- Facebookseite (2017a). *Save the date.* Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/bibliothek.dortmund/ [28.06.2017].

Stadt- und Landesbibliothek Dortmund- Facebookseite (2017b). *Auftaktveranstaltung zur Get Online Week*. Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/bibliothek.dortmund/photos/a.86841192265.8445.85474242265/10154591209582266/?type=3&theater [28.06.2017].

Stadt- und Landesbibliothek Dortmund- Facebookseite (2017c). *Facebook, Snapchat, Instagram- Aber sicher.* Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/bibliothek.dortmund/ [28.06.2017].

Stangl (2017). *Interesse. Lexikon für Psychologie und Pädagogik.* Online verfügbar unter: lexikon.stangl.eu/526/interesse/ [15.01.2015].

Stangl (2017). *Aufmerksamkeit. Lexikon für Psychologie und Pädagogik.* Online verfügbar unter: lexikon.stangl.eu/8372/aufmerksamkeit/ [15.01.2017].

Statista (o.J.a). *Korrelation*. Online verfügbar unter: https://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/77/korrelation/ [27.05.2017].

Statista (2017b). *Statistiken zu Facebook.* Online verfügbar unter: https://de.statista.com/themen/facebook/ [26.06.2017].

Statista (2017c). *Statistiken zu Instagram.* Online verfügbar unter: https://de.statista.com/themen/2506/instagram/ [22.06.2017].

Statista (o.J.d). *Vollerhebung.* Online verfügbar unter: https://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/141/vollerhebung/ [17.05.2017].

Statistisches Bundesamt (2015). *Die Generation 65+ in Deutschland.* Online verfügbar unter: https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressekonferenzen/2015/generation65/Pressebroschuere_generation65.pdf?__blob=publicationFile [18.08.2016].

Statistisches Bundesamt (2016a). *Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnik – Deutschland.* Online verfügbar unter: https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/AusstattungGebrauchsguetern/Tabellen/Infotechnik_D.html. [27.06.2017].

Statistisches Bundesamt (2016b). *Rechtspflege. Strafvollzug. Demographische und kriminologische Merkmale der Strafgefangenen zum Stichtag 31.3.* Online verfügbar unter: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Rechtspflege/StrafverfolgungVollzug/Strafvollzug2100410157004.pdf?__blob=publicationFile [28.06.2017].

Stiftung digitale Chancen (o.J.). *Über uns*. Online verfügbar unter: https://www.digitale-chancen.de/index.cfm/secid.138/lang.1 [10.06.2017].

Stühling, Katharina (2013). *Suizidalität im Alter. Lebensmüde in Zeiten des demografischen Wandels.* München: AVM-Verlag.

Teach First Deutschland gGmbH (o.J.). *Gemeinsam für bessere Bildungschancen.* Online verfügbar unter: http://www.teachfirst.de/unser-konzept/ [13.06.2017].

Technische Universität Dortmund (2016). *Get Online Week-Dortmund 2017*. Online verfügbar unter: http://www.sfs.tu-dortmund.de/cms/de/Projekte/getonlineweek/ [27.05.2017].

Technische Universität Dortmund, Fakultät Rehabilitationswissenschaften (2016a). *Broschüre. Projektstudium im Studiengang Rehabilitationspädagogik* (2. Aufl.). Online verfügbar unter: https://moodle.tu-dortmund.de/pluginfile.php/352273/mod_resource/content/2/20160519%20Brosch%C3%BCre_2016-1.pdf [20.05.2016].

Technische Universität Dortmund, Fakultät Rehabilitationswissenschaften (2016b). *Fleyer. Projektstudium im Studiengang Rehabilitationspädagogik* (2. Aufl.). Online verfügbar unter: https://moodle.tu-dortmund.de/pluginfile.php/352326/mod_resource/content/1/20160530_Flyer_2016.pdf [20.05.2016].

Telecentre Europe (o.J.). *What is Get Online Week?.* Online verfügbar unter: http://getonlineweek.eu/ [04.07.2017].

Telecentre Europe- Facebookseite (2017). *Media-Literacy is the toolbox for the future".* Online verfügbar unter: https://www.facebook.com/AllDigitalEU/ [10.07.2017].

Thiel, Heinz-Ulrich & Schiersmann, Christiane (2014). *Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen*. Wiesbaden: Springer.

Tilk, Merle (2016). *Interview. Digitale Bildungsangebote als Chance für Integration.* Online verfügbar unter: https://www.bpb.de/dialog/223418/interview-digitale-bildungsangebote-als-chance-fuer-integration [13.06.2017].

Tröster, Heinrich (2015). *Bivariate Zusammenhangsmaße I*. Präsentation, Technische Universität Dortmund.

Twitter-Account Stadt Dortmund (2017). *Startschuss der "Get Online Week".* Online verfügbar unter: https://twitter.com/stadtdortmund/status/846339817717874692 [10.07.2017].

Universität Paderborn (2015). *Forschen im Praxissemester. Item- und Skalenanalyse*. Online verfügbar unter: https://blogs.uni-paderborn.de/fips/2015/04/07/item-und-skalenanalyse/ [09.06.2017].

Van Dijk, Jan (2013). Digitale Spaltung und digitale Kompetenzen. In: Schüller-Zwierlein & Zillien (Hrsg.). *Informationsgerechtigkeit. Theorien und Praxis der gesellschaftlichen Informationsversorgung* (S.108-133). Berlin: De Gruyter Saur.

Von Rein, Antje (1996). *Theorie und Praxis in der Erwachsenenbildung. Medienkompetenz als Schlüsselbegriff.* Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Walter Blüchert Stiftung (o.J.). *Angekommen in deiner Stadt Dortmund.* Online verfügbar unter: http://www.an-ge-kommen.de/neu-angekommen/angekommen-in-dortmund/ [13.06.2017].

Werkstatt über den Teichen GmbH (2017). *Wir über uns*. Online verfügbar unter: http://www.wuet.de/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=54 [01.07.2017].

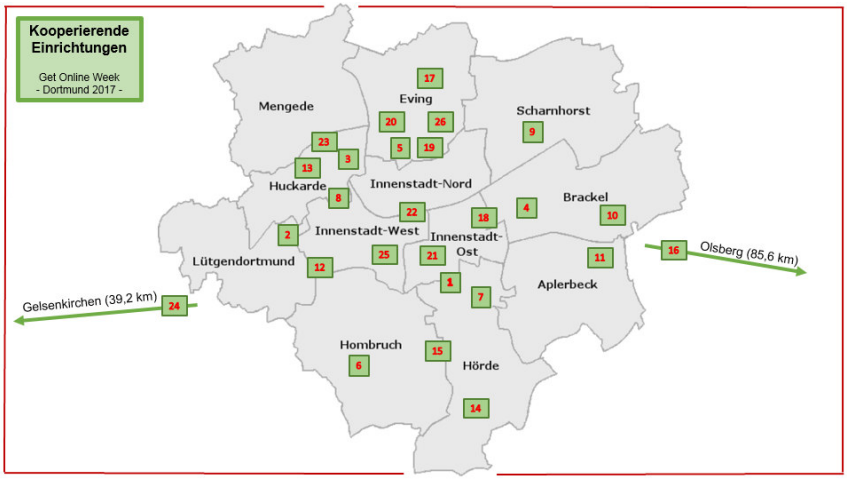
Westfälische Rundschau (2017). *Senioren „fit im Netz".* Erschienen am 06.04.2017.
Wilson, Ernest (2005). *The Information Revolution and Developing Countries*. Massachusetts: The MIT Press.

Wirtz, Markus Antonius (2017). *Dorsch Lexikon der Psychologie. Qualitative Sozialforschung* (18. Aufl.). Online verfügbar unter: https://portal.hogrefe.com/dorsch/qualitative-sozialforschung/ [29.05.2017].

Ziegler, Manuel (2016). *Sicher in sozialen Netzwerken. Vom Cybermobbing bis zur staatlichen Überwachung. Tipps und Anleitungen zum Schutz persönlicher Daten*. München: Hanser.

10 Anhang

Anhang A: Örtliche Verteilung der kooperierenden Einrichtungen



		Senior_innen Fit im Netz!	Facebook, Instagram Snapchat – Aber sicher!			
1	**Altenakademie** (44139 Dortmund)	✖				
2	**Begegnungszentrum Marten** (44379 Dortmund)	✖				
3	**Bethel** (44369 Dortmund)		✖			
4	**Bibliothek Brakel** (44309 Dortmund)	✖				
5	**Bibliothek Eving** (44339 Dortmund)	✖				
6	**Bibliothek Hombruch** (44225 Dortmund)	✖				
7	**Bibliothek Hörde** (44263 Dortmund)	✖				
8	**Bibliothek Huckarde** (44369 Dortmund)					
9	**Bibliothek Scharnhorst** (44328 Dortmund)	✖				
10	**Fichte Grundschule** (44309 Dortmund)			✖		
		Senior_innen Fit im Netz!	Facebook, Instagram Snapchat – Aber sicher!			
11	**Förderschule am Marsbruch** (44287 Dortmund)		✖			
12	**Funke Grundschule** (44149 Dortmund)			✖		
13	**Hansa Grundschule** (44369 Dortmund)			✖	✖	
14	**Höchstener Grundschule** (44267 Dortmund)			✖		
15	**Johann Gutenberg Realschule** (44265 Dortmund)		✖	✖		
16	**Josefsheim-Bigge** (59939 Olsberg)		✖			
17	**JVA Iserlohn** (durchgeführt in: 44339 Dortmund)					✖
18	**Lebenshilfe** (44135 Dortmund)		✖			
19	**Osterfeld Grundschule** (44339 Dortmund)			✖		
20	**Seniorenbüro Eving** (44339 Dortmund)	✖				
		Fit im Netz!	Snapchat – Aber sicher!			
21	**Stadt DO Fachbereich Schule** (44139 Dortmund)	✖				
22	**Stadt- und Landesbibliothek** (44137 Dortmund)		✖			
23	**TeachFirst** (44369 Dortmund) **Gustav-Heinemann-Gesamtschule**				✖	
24	**TeachFirst** (45884 Dortmund) **Hauptschule am Dahlbusch**				✖	
25	**TeachFirst** (44137 Dortmund) **Projekt „Angekommen in deiner Stadt DO"**				✖	
26	**Werkstatt über den Teichen** (44339 Dortmund)		✖			

Anhang B: Kurskonzepte

Kurs: Facebook, Instagram, Snapchat - Aber sicher!

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/ Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Einstieg	5 Min	Meinungsaustausch zur Nutzung von sozialen Netzwerken	Aufgabe: Welche sozialen Netzwerke werden genutzt?; Welche Erfahrungen wurden bereits gemacht?	Austausch im Plenum	Beamer, Laptop, PPP
Einstieg II	10 Min	Über Funktionen von sozialen Netzwerken bewusst werden	Aufgabe: In Stichpunkten sammeln, welche Funktionen soziale Netzwerke haben Sammlung der Ergebnisse in einer Mindmap	Einzelarbeit Plenum	Plakat Flipchart Eddings PPP Beamer Laptop
Arbeitsphase I	7 Min	Reflexion über Privatsphäre und Schutz eigener Daten	Realbook-Methode: Aufgabe: Trage deinen Namen in das Realbook ein Diskussion über Vor- und Nachteile den echten Namen anzugeben	Einzelarbeit Diskussion im Plenum	Realbook PPP Beamer Laptop

Arbeits-phase II	15 Min	Reflexion über das Hochla-den per-sönlicher Fotos → Sensibili-sierung für Risi-ken/ Ge-fahren	Aufgabe: Verschiedene Fotos werden gezeigt, Schüler_in-nen sollen entscheiden, ob dieses Foto in sozia-len Netzwer-ken hochge-laden werden sollte Diskussion/ Abfragung des Mei-nungsbildes Erarbeitung einer Check-Liste für Fo-tos in sozia-len Netzwer-ken	Dis-kus-sion im Ple-num	Beamer Laptop PPP
Arbeits-phase III	3 Min	Bewusst-sein für die Reich-weite von sozialen Netzwer-ken schaffen	Aufgabe: Persönliche Informatio-nen (Alter, Wohnort, Schule) in das Realbook eintrage Hinweise zu den Angaben durch die Kursleiterin-nen	Einzel-arbeit Fron-talun-ter-richt	Real-book Laptop Beamer PPP
Arbeits-phase IV	25 Min	Unter-scheidung von Freunden	Aufgabe: Unterschiede / Gemein-samkeiten zum Thema	Grup-penar-beit	Plakate Eddings Flipchart Laptop Beamer

		in der Realität und Freunden in sozialen Netzwerken	Freundschaft in der Realität und Freundschaft in sozialen Netzwerken sammeln Ergebnisse in der Kleingruppe sammeln und auf einem Plakat festhalten Vorstellung der Gruppenarbeit	Gruppenarbeit Plenum	PPP
Arbeitsphase V	15 Min	Über Gefahren von Cybermobbing aufklären und Möglichkeiten zum Schutz aufzeigen	Kurzfilm zur Veranschaulichung von der Thematik Cybermobbing Schüler_innen beantworten Fragen über den Film, die zur Reflexion anregen sollen (1. Was wurde in dem Film beobachtet; 2. Warum wird man besonders im Internet schnell ein Opfer von Mobbing; 3. Wie kann man sich ge-	Frontal Plenum Frontal	Film Laptop Beamer PPP

			gen Cyber-mobbing wehren?) Zusammen-fassung von Möglichkei-ten um sich zu wehren		
Zusam-menfas-sung und Reflek-tion	5 Min	Die be-handelte Thematik reflektie-ren	Blitzlicht, in dem die Schüler_in-nen die In-halte des Kurses und die allge-meine Ge-staltung be-werten kön-nen	Ple-num	Laptop Beamer PPP

Kurs: Medienkompetenzen – der Werkzeugkasten der Zukunft

& Facebook- meine soziale Identität

Thema: Suchmaschinen

Unterrichtphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen	Sozialform	Medien/Material
Einstieg/ Aufgabenphase	10 Min	Bewusstsein für Suchmaschinen schärfen	1. Aufgabe: Welche Suchmaschinen benutzt ihr oder kennt ihr? Ergebnisse sammeln	Einzelarbeit	Flipchart/ Edding
Einstieg II	10 Min	Kennenlernen von Suchmaschinen	Vorstellung der unterschiedlichen Suchmaschinen	Frontalunterricht	Beamer/ Pc
Problemorientierung	15 Min	Was nutze ich für was?	Qualität der Treffer beurteilen und Vorteile kennen lernen	Frontalunterricht	Beamer/ Pc
Aufgabenphase	10-15 MIn	Funktionsweise verschiedener Suchmaschinen kennen	Mitklicken: Suchmaschine Metager meine-stadt.de	Frontalunterricht	Beamer/ Pc

Thema Suchtechniken

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Einstieg	5 min	Heranführung an das Thema Suchtechniken	Ein kurzes Video zeigen. Hinweis: Einblick in die Vielfältigkeit von Google und Suchtechniken. → wird beschäftigen uns mit schrittweise mit Suchtechniken, die für euch wirklich wichtig sein können, wenn ihr draußen nach bestimmten Dingen sucht wie z.B einer Wohngruppe.	"Frontalunterricht"	Laptop Beamer Lautsprecher Video: https://www.youtube.com/watch?v=3lwo5HTZaTI

Problem-orientierung	5 min	Bedeutsamkeit von Internet-recherche erkennen	Mithilfe des Internets kann man fast alles beantworten, wenn man weiß wie. Es gibt verschieden Tipps, Tricks und Suchtechniken, die einem die Suche nach verschiedenen Informationen erleichtern.	Frontal-unterricht	Beamer Laptop PPP
Arbeitsphase	10 min	Wissen, dass es reicht Schlagwörter bei der Suche zu verwenden.	Wissensstand der Teilnehmenden “prüfen”. **1.Arbeitsauftrag:** Stellt euch vor ihr habt eine Bewerbung geschrieben, wohnt in Paderborn und wollt diese jetzt ausdrucken. Weil ihr Zuhause keinen Drucker habt, sucht ihr jetzt in der Stadt Paderborn eine Möglichkeit	Frontal-unterricht Einzelarbeit Plenum	Laptop Beamer PPP

			eure Bewerbung zu drucken. → was würdet ihr bei Google eingeben, um herauszufinden wo man in Paderborn etwas drucken kann? Jeder öffnet jetzt mal Google und gibt etwas in das Suchfeld ein, mit dem er glaubt herauszufinden, wo er jetzt seine Bewerbung in Paderborn ausdrucken kann. Lasst die Internetseit noch geöffnet wir wollen gleich mal vergleichen, was ihr alle so eingegeben habt. **Ergebnissicherung:** Jeder nennt seinen Suchbefehl. Dozent_in notiert sich, ob es sich hier um einen		

			Satz oder Schlagwörter handelt. → Schlagwörter super! → Sätze auch gut inzwischen kann Google das. Vor ein paar Jahren ging das nicht. Dozent_in zeigt über den Beamer den Vergleich. Frage vs. Schlagwörter Wo kann ich in Paderborn meine Bewerbung drucken? Dozent_in macht den Vergleich vor: Eingabe in Google 1: Wo kann ich in Paderborn meine Bewerbung drucken? 2: Paderborn Druck Vergleich: Variante 2 → mehr Suchergebnisse, die		

			meinem Ziel entsprechen. Problemorientierung → Lösung: Je nachdem ob ich einen ganze Frage oder nur einzelne Wörter eingebe bekomme ich unterschiedliche Suchergebnisse. Meine Erfahrung - es ist immer besser nur einzelne Wörter einzugeben. Es müssen die richtigen Wörter sein! → Überleitung zum Thema Ober- und Unterbegriffe		
Arbeitsphase	15 min	Unterschied zwischen **Ober - und Unterbegriffen** kennenlernen selbstständig Ober- und	Wenn ihr etwas sucht ist es wichtig, dass ihr eure Suche eingrenzt. Da ist es wichtig das ganz genau passende Suchwort einzugeben.	Fronatalunterricht	Laptop Beamer Arbeitsblatt auf dem Laptop der Teilnehmenden

		Unterbegriffe finden → Suchtechnik zur Präzisierung anwenden können	Deswegen sollte man, wenn man bei seiner Suche nicht weiterkommt Ober- und Unterbegriffe bilden: Dozent_in spielt das Vorgehen einmal durch: Beispiel: Oberbegriff: Schuhe Unterbegriff: Sneakers Weiter spezialisiert: Air Max, Jordans, Superstar **2.Arbeitsauftrag (digital):** Die Teilnehmenden machen sich mit der Thematik selbst vertraut, indem sie vorgegebene Wörter selbst präzisieren. Die Teilnehmenden finden auf dem Laptop die Tabelle. Jeder öffnet diese und versucht die	Einzelarbeit Plenum	

			Wörter genauer einzugrenzen, so wie der_die Dozent_in in dem Beispiel. **Ergebnissicherung:** Dozent_in nimmt die einzelnen Teilnehmenden dran und schreibt ihre Vorschläge in einer Tabelle, die auf dem Beamer erkennbar ist mit. Am Ende werden ggf. noch Wörter durch die Dozent_in ergänzt.		
Arbeitsphase	10 -15 min	Definition **Synonym** kennen Synonyme finden Synonym Lexikon kennen und nutzen können	eine weitere Suchtechnik sind sog. Synonyme Dozent_in definiert den Begriff: Definition Synonyme: Zwei oder mehrere Wörter bedeuten das Gleiche. Bsp: Ein anderes Wort	Frontalunterricht	Laptop Beamer PPP Arbeitsblatt auf den Laptops der Teilnehmenden

		Nutzen von Synonymen kennen	für Butterbrot? Schnitte, Stulle, Knifte, etc. Wenn man Synonyme bei der Suche benutzt bekommt man mehr Suchergebnisse. Den Suchbefehl OR vorwegnehmen. OR bedeutet einfach oder → super sinnvoll Synonyme mit dem Wort OR (oder) zu verbinden Rezept Butterbrot OR Schnitte → Google sucht jetzt auch nach dem Wort wichtig OR muss immer großgeschrieben werden Hinweis. Niemanden fallen immer Synonyme ein. Da hilft das Internet auch weiter:	Einzelarbeit (1.-4.) Frontal (5)	

			Es gibt eine Internet-seite: http://syno-nyme.woxi-kon.de/ und http://www.s ynonyme.de/ (Donzent_in stellt die Seite am Beamer vor und macht ein Beispiel vor (Tasse auf Woxikon und das Bei-spiel Butter-brot auf der seite Syno-nyme.de (weil zu dem Wort findet man auf Woxikon nur Quatsch) Es es wich-tig, dass man auf die Be-deutung ach-tet. Sucht selbst nach Syno-nymen mit-hilfe eines Wörterbu-ches speziell für Syno-nyme **Arbeitsauf-trag:** 1. geht auf den		

			folgenden Internetinks: http://synonyme.woxikon.de/ http://www.synonyme.de/ 2. sucht selbst nach Synonymen *(siehe Aufgaben)* **Ergebnissicherung:** Nachdem jeder seine Tabelle so weit wie möglich ausgefüllt hat, werden die Synonyme im Plenum zusammengetragen. Der_die Dozent_in schreibt die Anworten in der Tabelle mit. 3. Reflexion - welchen Nutzen haben Synonyme für mich noch?		

			(erwähnt Dozent_in) • Synonyme sind sinnvoll, wenn man zu einem Begriff nichts findet (Internetrecherche) • Super bei Bewerbungen • Schule (Hausaufgaben) • als Wörterbuch • größerer Wortschatz (super für Bewerbungsgespräche)		

			→ wir nutzen das auch ständig		
Arbeitsphase	15 min	Operatoren kennenlernen und verstehen	Dozent_in stellt die Operatoren vor, erläutert die jeweilige Funktion und die Anwendung Die Beispiele, die auf dem Handout zu finden sind zeigt der_die Dozent_in beispielhaft über den Beamer. Anmerkung: Es gibt noch viele weitere Operatoren. Diese sind allerdings nicht so nützlich / werden nicht so oft gebraucht für die reine Suche nach Informationen im Internet. Hervorheben, welche man wirklich oft benutzen kann.	Frontalunterricht	Laptop Beamer PPP

Arbeitsphase	15 - 25 min	Operatoren anwenden können	**Arbeitsauftrag:** Teilnehmenden erhalten ein Handout (Tabelle mit den Operatoren in ausgedruckter Form Die Aufgaben zur Anwendung der Suchtechniken finden die Teilnehmenden wieder in digitaler Form auf dem PC. Die Teilnehmenden erhalten Hilfestellungen durch die Dozent_innen und die Begleitung. Ergebnissicherung: die Ergebnisse werden im Plenum verglichen	Einzelarbeit Plenum	Laptop Beamer Handouts (Operatoren) Aufgaben AB auf den Laptos
Arbeitsphase	15 min	Sucheinstellungen bei Google kennenlernen und benutzen	Anmerkung: Nur bei Google bei den anderen Suchmaschinen gibt das nicht immer + es ist schneller selbst die	Frontalunterricht + Einzelunterricht	Laptop Beamer https://www.google.de/advanced_search?h

			Suchbefehle einzugeben. Der Dozent_in stellt die erweiterten Sucheinstellungen von Google als eine Alternative zu den Operatoren vor. Die Teilnehmenden sollen die einzelnen Schritte mitklicken. www.Google.de Einstellungen/Erweiterte Suche rechts kann man die Wörter eingeben und links sieht man nochmal die Erklärungen dazu wie man das sonst selbst bei Google eingeben kann.		l=de&fg=1

Thema Jobportale

Unterrichtsphase	Zeit/Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen	Sozialform	Medien/Material
Einstieg/ Heranführung an das Thema	5 -10 min	Sich bewusstwerden, wo man überall freie Stellen findet	**1.Arbeitsauftrag:** Jeder überlegt 5 Minuten: Wo kann man nach freien Stellen schauen? **Ergebnissicherung:** Ideen werden dann im Plenum zusammengetragen. Dozent_in notiert die Antworten auf einer Flipchart. • Internet • Jobportale im Internet • Bundesagentur für Arbeit • Zeitung • Auf den Internetseiten der Firmen selbst Welche Jobportale Internetseiten kennt ihr/fallen euch spontan ein? **Ergebnissicherung:**	Einzelarbeit + Plenum Plenum	Laptop Beamer PPP Flipchart Edding

			Dozent_in schreibt die Nennungen auf eine Flipchart mit		
Arbeitsphase	10 min	sich mit der Jobsuche über das Internet vertraut machen	**2. Arbeitsauftrag:** 10 min imm Aufgaben als Word-Dokument auf den Laptops der Teilnehmenden. Finde 3 verschiedene Jobportale. Öffne die 3 Portale jeweils in einem neuen Fenster. Suche in den 3 verschiedenen Jobportalen nach Stellenanzeigen für: • Eine Ausbildung, die du gerne draußen machen möchtest. • Eine Vollzeitbeschäftigung, der du draußen nachgehen möchtest.	Einzelarbeit Plenum	Laptop Aufgaben als Word-Dokument auf den Laptops der Teilnehmenden Flipchart Edding

			Ergebnissicherung: Die Teilnehmenden stellen ihre Ergebnisse vor. Der_die Dozet_in ergänzt die Nennungen der Jobportale auf der Flipchart Überleitung: Super, das sind schon viele Portale aber es gibt noch mehr.		
Arbeitsphase	10 - 15 min	neue Jobportale kennenlernen und anwenden/nutzen können	Der Dozent_in stellt Jobportale vor. Es gibt verschiedene Jobportale. Die einen suchen nur Ausbildungsstellen, andere nur Jobs in bestimmten Bereichen z.B im landwirtschaftlichen Bereichen und andere Jobportale suchen alle möglichen freien Stellen. → Nicht alle Stellenanzeigen sind auch in allen Portalen zu finden verschiedene Portale	Frontalunterricht Einzelarbeit	Laptop Beamer PPP Word-Dokument auf den Laptops der Teilnehmenden

			abklappern kann sich lohnen! **Arbeitsauftrag 3:** Die Teilnehmenden finden auf dem Laptop eine Datei, die eine Tabelle mit den verschiedenen Jobportalen beinhaltet. Sie können dann die verschiedenen Jobportale austesten und sich mit den Portalen vertraut machen.		
PAUSE					

Thema Drogen- und Suchtberatung

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Einstieg	10 min	Sich mit dem Thema Suchtberatung auseinandersetzen → Wissen, dass es Hilfe gibt sich über die verschiedenen Suchtberatungsstellen bewusst werden	**1 Arbeitsauftrag:** Kennst du eine Drogen - oder Suchtberatungsstelle in der Stadt, aus der du kommst? **Ergebnissicherung:** Die Antworten werden im Plenum mündlich genannt. Dozent_in notiert die Antworten auf einer Flipchart. Dozent_in informiert → Es gibt verschiedene Drogen – und Suchtberatungsstellen. Einige bieten Hilfe für Menschen an, die eine Alkoholsucht haben, andere Beratungsstellen haben sich auf Spielautomatensucht oder Cannabissucht eingestellt.	Einzelarbeit Plenum Frontalunterricht	Laptop Beamer PPP Folie Flipchart Edding

Arbeitsphase Recherche	15 min	Selbstständig nach Beratungsstellen suchen Suchbefehle anwenden	**2. Arbeitsauftrag:** → Arbeitsblatt auf den Laptops der Teilnehmenden. Finde drei verschiedene Drogen- oder Suchtberatungsstellen in einer Stadt, in der du dir vorstellen kannst nach der Haft zu wohnen/leben. Bitte notiere deine Suchbefehle (was du bei z.B Google eingegeben hast) **Ergebnissicherung:** Die Internetseiten und Suchbefehle der Jungs werden auf der Flipchart notiert. → ggf. werden die Suchbefehle optimiert.	Einzelarbeit Plenum	Laptop Beamer PPP-Folie Flipchart Edding
Arbeitsphase	10 min	Portale kennenlernen und nutzen können	Dozent_in stellt die beiden Portale kurz vor.	Frontalunterricht	Beamer Laptop http://www.lan-

			Dozent_in zeigt die Nutzung Portal 1: Landesstelle Sucht NRW links auf “Hilfe finden” klicken Dozent_in klickt die Anwendung einmal durch. Die Teilnehmenden klicken mit zu dem Thema Glücksspielsucht: Portal 2: Landesstelle Glücksspielsucht NRW links auf “Adressen” klicken Dozent_in klickt die Anwendung einmal durch. Die Teilnehmenden klicken mit	Einzelarbeit	desstellesucht-nrw.de/suchthilfedatenbank.html http://www.landesfachstelle-gluecksspielsucht-nrw.de/

Thema: Wohnung/ Wohngruppen/ Notschlafstellen

Unterrichtsphase	**Zeit/Dauer**	**Lernziele**	**Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen**	**Sozialform**	**Medien/Material**
Einstieg	10 Min	Bewusstsein, zur Suche von Wohnung/ Schlafmöglichkeit schärfen	-kurze Einführung in das Thema -Erläuterung der Wichtigkeit eines Wohnsitzes -Wohngruppen zur Unterstützung der ersten Monate in Freiheit	Frontalunterricht	Beamer
Problemorientierung	15 - 20 Min	Wie und wo finde ich geeignete Wohnungen etc?	**Gruppenaufgabe:** Brainstorming wo kann ich nach Wohnungen suchen? Vorher jeder allein Gedanken machen + aufschreiben auf zettel Sammeln der Ergebnisse in einer Mind Map Suchbefehle/ Wohnungsportale/ Seiten/ Aushänge aufzeigen	Gruppenarbeit-/ Einzelarbeit	Flipchart/ Tafel/ Kreide/ Zettel/ Edding/ Beamer
Aufgaben Phase	20-30 Min	Praktische Anwendung	**1. Aufgabe:** Suche Wohnungen/ Wohngruppen/ Notschlafstellen	Einzelarbeit/Partnerarbeit	Moderationskoffer/ Flipchart/ Zeitung

			Zusammenfinden in den Pärchen und gemeinsamer Austausch, Gestaltung eines Plakats (o.ä.)		
Präsentation	10-20 Min	positives Lernergebnis	Ergebnisse nacheinander der Gruppe vorstellen	Plenum	Magnete/ Klebeband

Thema: Facebook

Unterrichtsphase	**Zeit/Dauer**	**Lernziele**	**Geplanter Handlungsablauf/Vorgehen**	**Sozialform**	**Medien/Material**
Einstiegsphase	10 Min	→ Konzentration nach "durchstöbern" von Facebook höher	Kurzer Einführung in das Thema, kurze Phase zum Online gehen auf Facebook	Einzelarbeit	PC
Problemorientierung	30-40 Min	Umgang mit Social Media erlernen	Durchgehen der einzelnen Einstellungen, aufmerksam machen der Probleme und Tücken, **Mitklicken** der Einstellungen → Beispiele von Webfails zeigen (Fotos, Posts etc.)	Frontalunterricht/ EIn-zelarbeit	PC/ Beamer
Aufgabenphase	20 Min	Bewusst werden, welchen Einfluss	**1. Aufgabe:** Rollenspiel	Gruppenarbeit	Moderationskoffer/ Notizen

		Posts haben können	Aufteilung in 2 Gruppen (Bewerber und Arbeitgeber) Herausarbeiten von möglichen Fragen und Antworten → positives Facebookprofil und ein negatives Beispiel ansehen → Bewerbersituation nachspielen		Aufgabenzettel
Ergebnisse präsentieren	20 min	Konsequenzen kennen lernen	Rollenspiele werden vorgeführt, Paare werden gelost	Plenum	Tisch und Stühle

Kurs: Medien als Teil des kindlichen Alltags – Tipps für Eltern

zum Thema „Mediennutzung in der Familie“

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/ Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Vorstellung und Einstieg	5 Min	Kennenlernen des Vorhabens, erstes Wissen über die Kursintervention vermitteln	Begrüßung, Vorstellen der Gliederung, Erläuterung der GOW	Frontalunterricht	Beamer, PowerPoint Präsentation
Thematischer Einstieg	5 Min	anwesende Personen nach eigenen Erfahrungen fragen, um einen Zusammenhang herzustellen	Zahlen und Fakten bezüglich des Mediengebrauchs von Kindern nennen	Frontalunterricht	Beamer, PowerPoint Präsentation
Theoretischer Einstieg I	15 Min	Praxisbeispiele mit einbeziehen, um das Vorgetragene interessant und anregend zu gestalten, Fragen nach eigenen Erfahrungen der	Chancen und Risiken digitaler Medien erläutern, Beispiele wie Belly Button Challenge nennen, Zahlen und Fakten	Frontalunterricht	Beamer, PowerPoint Präsentation

		Eltern und zu Diskussionen anregen			
Theoretischer Einstieg II	15 Min	praxisorientierte Beispiele nennen, Eltern nach eigenen Erfahrungen fragen, um in einen Austausch miteinander zu kommen, begründetes Vorgehen, um die Argumente zu stützen	Allgemeine Tipps für den Umgang der Kinder mit digitalen Medien → Themen: - Altersgemäße Richtlinien -Kindersuchmaschinen -Alternativen anbieten -Medien im Kinderzimmer -Ängste und Überforderungen vorbeugen -Merkmale kindgerechter Sendungen -digitale Spiele -Castingshows	Frontalunterricht	Beamer, PowerPoint Präsentation
Praktischer Teil I	15 Min	Erläuterung des Vorgehens bezüglich der Erstellung des Vertrags (dazu wird vorerst allen das Video vorgespielt), anschließendes	Kennenlernen des Mediennutzungsvertrags	Plenum (Stuhlkreis mit Tischen), Einzelarbeit mit anschließender	Beamer, PowerPoint Präsentation (um das Video allen zu zeigen), Tablets, Notizzettel

		Ausprobieren mit Möglichkeit zur Diskussion, Studentinnen stehen für Fragen offen		Diskussionsrunde	
Praktischer Teil II	15 Min	Erläuterung des Vorgehens, anschließendes Ausprobieren mit Möglichkeit zur Diskussion, Studentinnen stehen für Fragen offen	Kennenlernen des Surfführerscheins	Plenum (Stuhlkreis mit Tischen), Einzelarbeit mit anschließender Diskussionsrunde	Beamer, PowerPoint Präsentation, Tablets, Notizzettel
Praktischer Teil III	20 Min	kurze Erläuterung der jeweiligen Apps, anschließendes Ausprobieren mit Hilfe der Qualitätskriterien, erneute Möglichkeit des gemeinsa-	Ausprobieren der Apps	Plenum (Stuhlkreis mit Tischen), Einzelarbeit mit anschließender Dis-	Beamer, PowerPoint Präsentation, Tablets, App-Pool mit jeweiligen Qualitätskriterien der Apps, Notizzettel

		men Austauschs und Diskussion über die einzelnen Apps, die durch die Studentinnen teilweise angeregt werden		kussionsrunde	
Schlussrunde und Verteilen der Fragebögen	5 Min	Erläuterung des Zwecks der Fragebögen, Hilfe anbieten seitens der Studentinnen, falls Fragen aufkommen	Schließung der Diskussionsrunde, Danksagung und Verteilung der Fragebögen	Plenum sowie Frontalunterricht	Beamer, PowerPoint Präsentation, Fragebögen

Kurs: Senior_innen: fit im Netz

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/ Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Fragerunde	5 Min	Gegenseitiges Kennenlernen	• Kennenlernen/ Kurzes Vorstellen jedes Teilnehmers • Vorstellen unsererseits • Herausfinden, ob die Teilnehmenden schon Erfahrung im Umgang mit digitalen Medien mitbringen	Plenum	Beamer, Laptop, PPP
Einstieg	10 Min	Interneterfahrungsorte und Tablet vorstellen	• Vorstellen von Interneterfahrungsorten • Funktionen	Vortrag der Referentinnen und Austausch	Beamer, Laptop, PPP

			von Tablets erläutern, anhand von Bildern in PPP erklären → können Senioren besser verinnerlichen • Die App/ Apps vorstellen, einfach zu verstehen und Vorteile erklären	im Plenum	
Learning-by-doing-Phase	45 Min	Ausprobieren der Tablets/ Apps	• Ausprobieren der Funktionen von Tablets, die vorher erklärt wurden • Teilnehmende lernen die	Einzel- bzw. Gruppenarbeit	Tablets, PPP

			Apps praktisch kennen (Skype: Gegenseitig bei Skype anrufen, Videotelefonate führen? • Bei Fragen von unserer Seite aus Hilfestellung		
Abschluss-fragerunde	10 Min	Reflexion und Evaluation	• Reflexion über das Gelernte • Können Sie sich vorstellen, in Zukunft Tablets in Ihren Alltag zu integrieren? • Ausfüllen der	Plenum	PPP

			quanti- tativen Frage- bögen		

Kurs: Sprach-Lern-Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte

Unterrichtsphase	Zeit/ Dauer	Lernziele	Geplanter Handlungsablauf/ Vorgehen	Sozialform	Medien/ Material
Vorstellung	5 Min	Vorstellung, Kennenlernen, Abklärung der Ansprache (Sie dürfen uns gerne Duzen, Wir werden beim „Sie“ bleiben	Gegenseitiges Kennenlernen (Teilnehmer_innen TN und Kursleiterinnen KL), Erstellen von Namensschilder für die TN	Plenum (Stuhlkreis)	Schilder, Stifte
Einstieg	10 Min	N in das Thema „digitale Medien“ einführen, näheres Kennenlernen, Einstellungen zum Thema digitale Medien der TN kennenlernen	KL und TN vervollständigen den Satz: „Digitale Medien sind im Unterricht sinnvoll, weil…“ anschließende Besprechung der Aussagen	Plenum (Stuhlkreis)	Methodenkoffer, Stifte
Theore-	10 Min	Beschreibung der	PowerPoint Präsentation	Plenum	Beamer,

tischer Anteil I		„Get-Online-Week“, Bezug zur aktuellen Flüchtlingslage, Medien im Unterricht bei Menschen mit Fluchtgeschichte (Praktische Relevanz mit Vorteilen und Schwierigkeiten)	über den Ablauf des Kurses und den zugrundeliegenden Theorien: GOW, die sinnvolle Anwendung von Apps im Unterricht mit Menschen mit Fluchtgeschichte	(Stuhlkreis)	Leinwand
Theorieteil II mit Praxistransfer	10 Min	Wissenserwerb von neuen digitalen Medien bzw. Anwendungen durch die Verwendung von Apps	KL stellen 3 unterrichtsgeeignete Apps vor (Zielgruppe, Ziel, Funktionen, Verwendung)	Plenum (Stuhlkreis)	Beamer, Leinwand
Arbeitsphase I	30 Min	Eigene Erfahrungen mit neuen Apps sammeln, neue Möglichkeiten entdecken	Ausprobieren der Apps, Notierung der Erfahrungen/Ergebnisse (Notierung erfolgt in Einzelarbeit)	je nach Kursgröße Einzel- oder Gruppensetting (zu zweit ein	Tablets, Kopfhörer, Notizzettel, Stifte

				Tablet)	
Vorstellung der Ergebnisse I	10 Min	Gemeinsamer Austausch	TN stellen ihre persönlichen Meinungsbilder zu den Apps mündlich vor	Plenum (Stuhlkreis)	Keine Materialien
Arbeitsphase II	30 Min	Transfer: Verbindung von Theorie und Praxis	Die TN erstellen zu den kennengelernten Apps ein Unterrichtskonzept, wie die Apps passend zum Unterrichtsstoff in den Unterricht integriert werden können	Gruppenarbeit	Plakate, Stifte, bunte Zettel, Klebe

Anhang C: App-Pool

1. Sprach-Lern-Apps

 „Ankommen“	*Vertriebs-plattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	App Store und Google Play geflüchtete Menschen (die erst seit wenigen Wochen in Deutschland sind) Drei Kategorien: ○ Leben in Deutschland ○ Asyl, Ausbildung, Arbeit ○ Deutsch lernen - von Stiftung Warentest empfohlen - Internetverbindung notwendig keine
 „DaFÜR-App“	*Vertriebs-plattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	App Store und Google Play für Lerner aller Niveaustufen geeignet, insbesondere für Lerner ohne oder mit geringen Kenntnissen Vermittlung grundlegender Sprachkenntnisse zur Bewältigung von Alltagssituationen. Auf Grundlage dieser werden sprachliche Grundfertigkeiten, Wortschatz und Grammatik vermittelt bzw. vertieft - offline nutzbar

		keine
„Hallo Deutsch“	*Vertriebs-plattform:* *Zielgruppe:* *Beschrei-bung:* *Kosten:*	App Store und Google Play Jugendliche und Erwachsene - bietet selbstständiges, spielerisches, innovatives und multimediales Lernen - offline nutzbar keine
„Duolingo“	*Vertriebs-plattform:* *Zielgruppe:* *Beschrei-bung:* *Kosten:*	App Store und Google Play Für jede Altersklasse geeignet - enthält Sprech-, Hör-, Übersetzungs- und Auswahlübungen - setzt Englischkenntnisse voraus, da arabisch als Muttersprache noch nicht zur Verfügung steht → wird derzeit entwickelt - Lektionen können heruntergeladen werden und sind danach offline nutzbar keine
„Einstieg Deutsch“	*Vertriebs-plattform:* *Zielgruppe:* *Beschrei-bung:*	App Store und Google Play Für jede Altersklasse geeignet - für das Training der Fertigkeiten Hören, Sprechen, Lesen mit

	Kosten:	abwechslungsreichen Übungstypen geeignet - als Wörterbuch, Phrasenbuch und Vokabeltrainer zu nutzen - offline nutzbar keine
 „German for Refugees“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	Google Play Junge Jugendliche und Erwachsene (grafisch nicht unbedingt ansprechend für Kinder) - 800 häufig benutzte Vokabeln kann die App in 50 Sprachen übersetzen - fördert selbstständiges Deutschlernen - offline nutzbar Es gibt eine Gratis- und eine kostenpflichtige Version
 „Phase6 hallo Deutsch Kinder“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	App Store und Google Play Kinder - vermittelt spielerisch den Lehrplan-Wortschatz für *Deutsch* als Fremdsprache in der Grundschule - offline nutzbar keine
 „Lern Deutsch-Stadt der Wörter“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:*	App Store und Google Play Kinder und Jugendliche

	Beschreibung:	- Erlernen von Wörtern auf spielerischer Art - geeignet für Anfänger - Spielerisch aufbereitete Sprachlernübungen, führen in einfache Strukturen der deutschen Sprache ein
	Kosten:	keine
„Link2Brain for Refugees“	*Vertriebsplattform:*	App Store und Google Play
	Zielgruppe:	Für jede Altersklasse geeignet
	Beschreibung:	- auf über 1100 Karteikarten lassen sich spielerisch deutsche Vokabeln und Phrasen erlernen, die besonders für Menschen mit Fluchtgeschichte wichtig und interessant sind
	Kosten:	keine
„Deutschtrainer A1“	*Vertriebsplattform:*	App Store und Google Play
	Zielgruppe:	Erwachsene mit fortgeschrittenen Deutschkenntnissen
	Beschreibung:	- kombiniert Hören, Lesen und Schreiben und hilft Ihnen beim Üben vom Basiswortschatz - in 10 Kapiteln Wortschatz und Strukturen zu Themen aus dem Alltag üben
	Kosten:	keine

 „ABC deutsch lernen Grundschule“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	Google Play Kinder im Vorschul- und Grundschulalter - spielerisch erste Wörter und das ABC lernen - Lernen von deutschen Wörtern durch farblich gruppierte Buchstaben - Wörter werden zusammengesetzt, indem die Buchstaben auf die farblich passenden Felder gezogen werden keine

2. Übersetzungs-Apps

 „Multi-Sprachen-Übersetzer“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	Google Play Für jede Altersklasse geeignet - Übersetzt Wörter, Texte, Sätze, Phrasen - Übersetzt mehrere Sprachen gleichzeitig - Spracheingabe &-ausgabe - Spracherkennung - Internetverbindung notwendig keine
 „RefuChat“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:*	App Store und Google Play

	Beschreibung:	Richtet sich an freiwillige Helfer_innen, Sanitäter_innen, Menschen mit Fluchtgeschichte und andere Menschen (alle Altersklassen) - unterstützt die Kommunikation zwischen Sanitäter_innen und Flüchtlingen - verfügt über eine Reihe von wichtigen Phrasen, die man wählen kann; anschließend werden diese vorgelesen - Spracheingabe und -ausgabe - 2 Versionen: „RefuChat“ unterstützt die Text-to-Speech-Übersetzung; „RefuChat Lite“ für ältere Geräte
	Kosten:	keine
 „Sprechen und Übersetzen“	*Vertriebsplattform:*	App Store und Google Play
	Zielgruppe:	Für jede Altersklasse geeignet
	Beschreibung:	- dient einer effektiven Kommunikation - Stimmen- und Textübersetzer
	Kosten:	keine

„iTranslate“	*Vertriebsplatt-form:*	App Store und Google Play
	Zielgruppe:	Für jede Alters-klasse geeignet
	Beschreibung:	- Übersetzungs- und Wörterbuch-App - Wörter, Phrase und Texte werden übersetzt - Spracheingabe und - ausgabe - Wörterbuch mit Synonymen und verschiedenen Be-deutungen
	Kosten:	kostenfrei, iTranslate Pre-mium mit weiteren Funktionen (z.B. Offline-Modus) → kostenpflichtig

3. Informations-Apps

„Informationen für Flüchtlinge“	*Vertriebsplatt-form:*	App Store und Google Play
	Zielgruppe:	Für jede Alters-klasse geeignet
	Beschreibung:	Ist ein erster Wegbegleiter für arabischspra-chige Flüchtlinge in Deutschland. Es dient als Ein-führung und fasst die wesentlichen Informationen über Deutschland zusammen, die
	Kosten:	

		jeder Neuankömmling wissen muss, um das Land besser zu verstehen. keine
 „Welcome App Germany“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	App Store und Google Play Für jede Altersklasse geeignet Flüchtlingen erhalten alle relevanten Informationen über Deutschland, allgemeine und rechtliche Hilfe sowie Kontaktstellen und Behörden keine
 „Welcome to NRW“	*Vertriebsplattform:* *Zielgruppe:* *Beschreibung:* *Kosten:*	Google Play Für Jugendliche und Erwachsene - Bietet in Notsituationen schnelle und unkomplizierte Hilfe (Notrufnummern) - umfasst 18 verschiedene FAQ-Kataloge mit 260 Frage-und Antwort-Paaren, die grundlegende Informationen vermitteln - liefert 11 verschiedene Karteninformationen in Form von Geo-Daten

		- „Phrasebook“ übersetzt einzelne Wörter oder ganze Redewendungen - Offline nutzbar keine

Anhang D: SPSS-Outputs

Kreuz- und Korrelationstabellen zur Überprüfung der Hypothesen

Kompetenzerwerb (Hypothese 2)

Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt. * DIG_KOMP Kreuztabelle

			DIG_KOMP												
			4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	Gesamt
Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt.	Stimme ich gar nicht zu	Erwartete Anzahl	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.1	.2	.2	.1	.3	1.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
	Stimme ich weniger zu	Erwartete Anzahl	.0	.2	.1	.2	.2	.5	.5	1.0	1.6	1.5	1.5	2.8	10.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	20.0%	66.7%	20.0%	50.0%	0.0%	0.0%	3.8%	4.8%	0.0%	2.6%	0.0%	3.8%
	Weder noch	Erwartete Anzahl	.1	.7	.4	.7	.5	1.7	1.6	3.5	5.6	5.4	5.1	9.7	35.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	60.0%	0.0%	60.0%	25.0%	53.8%	25.0%	30.8%	9.5%	7.5%	7.9%	0.0%	13.4%
	Stimme ich größtenteils zu	Erwartete Anzahl	.4	2.0	1.2	2.0	1.6	5.2	4.8	10.5	16.9	16.1	15.3	29.0	105.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	100.0%	20.0%	33.3%	0.0%	25.0%	30.8%	58.3%	38.5%	66.7%	57.5%	52.6%	12.5%	40.2%
	Stimme ich voll und ganz zu	Erwartete Anzahl	.4	2.1	1.3	2.1	1.7	5.5	5.1	11.0	17.7	16.9	16.0	30.3	110.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	15.4%	16.7%	26.9%	16.7%	35.0%	36.8%	87.5%	42.1%
Gesamt		Erwartete Anzahl	1.0	5.0	3.0	5.0	4.0	13.0	12.0	26.0	42.0	40.0	38.0	72.0	261.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Korrelationen

		DIG_KOMP	Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt.
DIG_KOMP	Korrelation nach Pearson	1	.577**
	Signifikanz (2-seitig)		.000
	N	264	261
Die Kurse haben meine digitalen Kompetenzen gestärkt.	Korrelation nach Pearson	.577**	1
	Signifikanz (2-seitig)	.000	
	N	261	264

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Nachhaltigkeit (Hypothese 4)

Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen. * Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt Kreuztabelle

			Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.					Gesamt
			Stimme ich gar nicht zu	Stimme ich weniger zu	Weder noch	Stimme ich größtenteils zu	Stimme ich voll und ganz zu	
Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen.	Stimme ich gar nicht zu	Erwartete Anzahl	.6	.3	.8	1.1	1.1	4.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	7.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	1.6%
	Stimme ich weniger zu	Erwartete Anzahl	2.0	1.0	2.7	3.7	3.6	13.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	7.9%	5.0%	5.7%	5.6%	2.9%	5.2%
	Weder noch	Erwartete Anzahl	3.8	2.0	5.3	7.0	6.9	25.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	21.1%	5.0%	11.3%	7.0%	7.1%	9.9%
	Stimme ich größtenteils zu	Erwartete Anzahl	14.2	7.5	19.8	26.5	26.1	94.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	26.3%	45.0%	43.4%	53.5%	20.0%	37.3%
	Stimme ich voll und ganz zu	Erwartete Anzahl	17.5	9.2	24.4	32.7	32.2	116.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	36.8%	45.0%	39.6%	33.8%	68.6%	46.0%
Gesamt		Erwartete Anzahl	38.0	20.0	53.0	71.0	70.0	252.0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Gestaltung der Kurse (Hypothese 5)

Korrelationen

		Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen.	Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.
Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen.	Korrelation nach Pearson	1	.221**
	Signifikanz (2-seitig)		.000
	N	265	252
Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	Korrelation nach Pearson	.221**	1
	Signifikanz (2-seitig)	.000	
	N	252	254

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen. * Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt. Kreuztabelle

			Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.					
			Stimme ich gar nicht zu	Stimme ich weniger zu	Weder noch	Stimme ich größtenteils zu	Stimme ich voll und ganz zu	Gesamt
Die neu gewonnenen Kompetenzen werde ich in Zukunft versuchen in meinen Alltag einzusetzen.	Stimme ich gar nicht zu	Anzahl	3	0	0	0	1	4
		Erwartete Anzahl	,6	,3	,8	1,1	1,1	4,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	7,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	1,6%
	Stimme ich weniger zu	Anzahl	3	1	3	4	2	13
		Erwartete Anzahl	2,0	1,0	2,7	3,7	3,6	13,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	7,9%	5,0%	5,7%	5,6%	2,9%	5,2%
	Weder noch	Anzahl	8	1	6	5	5	25
		Erwartete Anzahl	3,8	2,0	5,3	7,0	6,9	25,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	21,1%	5,0%	11,3%	7,0%	7,1%	9,9%
	Stimme ich größtenteils zu	Anzahl	10	9	23	38	14	94
		Erwartete Anzahl	14,2	7,5	19,8	26,5	26,1	94,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	26,3%	45,0%	43,4%	53,5%	20,0%	37,3%
	Stimme ich voll und ganz zu	Anzahl	14	9	21	24	48	116
		Erwartete Anzahl	17,5	9,2	24,4	32,7	32,2	116,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	36,8%	45,0%	39,6%	33,8%	68,6%	46,0%
Gesamt		Anzahl	38	20	53	71	70	252
		Erwartete Anzahl	38,0	20,0	53,0	71,0	70,0	252,0
		% innerhalb von Ich habe anderen Personen von dem Kursangebot erzählt.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Medien-Nutzungsverhalten (Hypothese 6)

Anzahl_Medien * DIG_KOMP Kreuztabelle

			DIG_KOMP												
			4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	Gesamt
Anzahl_Medien	4	Erwartete Anzahl	.1	.3	.2	.3	.2	.8	.7	1.5	2.4	2.3	2.2	4.1	15.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	100.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	7.1%	8.3%	3.7%	4.8%	5.0%	7.9%	4.1%	5.7%
	5	Erwartete Anzahl	.2	1.0	.6	1.0	.8	2.8	2.4	5.4	8.4	8.0	7.6	14.7	53.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	60.0%	66.7%	40.0%	0.0%	21.4%	0.0%	18.5%	16.7%	15.0%	23.7%	21.9%	20.1%
	6	Erwartete Anzahl	.7	3.4	2.0	3.4	2.7	9.5	8.2	18.4	28.6	27.3	25.9	49.8	180.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	40.0%	0.0%	40.0%	100.0%	71.4%	83.3%	66.7%	69.0%	80.0%	57.9%	69.9%	68.2%
	7	Erwartete Anzahl	.1	.3	.2	.3	.2	.8	.7	1.6	2.5	2.4	2.3	4.4	16.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	11.1%	9.5%	0.0%	10.5%	4.1%	6.1%
Gesamt		Erwartete Anzahl	1.0	5.0	3.0	5.0	4.0	14.0	12.0	27.0	42.0	40.0	38.0	73.0	264.0
		% innerhalb von DIG_KOMP	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Korrelationen

		DIG_KOMP	Anzahl_Medien
DIG_KOMP	Korrelation nach Pearson	1	.073
	Signifikanz (2-seitig)		.240
	N	264	264
Anzahl_Medien	Korrelation nach Pearson	.073	1
	Signifikanz (2-seitig)	.240	
	N	264	268