

Zusammenfassung Gedankenrunde und Diskussion Angebotskarten Einsamkeit

Teilnehmer: Nur auf qualifizierte Nachfrage, ich habe leider nicht die allgemeine Freigabe erfragt, wird nachgereicht. Insgesamt waren 9 Teilnehmer in der Diskussion. Weitere Inputs erfolgten von den Verantwortlichen bei MeinLido und Einsamkeit.NRW.

Ausgangslage

In Deutschland gibt es aktuell 5 Einsamkeitskarten: Kompetenznetzwerk Einsamkeit (500+ Angebote, Bundesweit, Offizielles Angebot der Bundesregierung), NRW (500 Angebote, NRW), RLP (120 Angebotsorte/Traeger, darunter aufgefuehrt viele Angebote, RLP), Bayern (1 Angebot, veraltet), MeinLido (tolle Aufmachung, seit Sept 2023 mangels Finanzierung geschlossen). Zusaetzlich baut die IGE ein eigenes Angebot auf – im ersten Schritt für die Metropolregion Rhein-Neckar und im zweiten Schritt Bundesweit – dieses ist jedoch erst in der Testphase, und lediglich dazu gedacht, einem späteren Vollträger den Einstieg zu erleichtern.

Eine Angebotskarte ist ein digitales Angebot:

- schwierig bis unmöglich für eine Vielzahl von Menschen jenseits der 70 oder 60
 - Verweigerung Digitaler Angebote
 - Misstrauen
 - Fehlen von geeigneten Geräten
 - Augen zu schlecht, Bedienung zu schlecht (Zoom via Ctrl – Scroll unverständlich)
- Um das Angebot für ältere Menschen erreichbar zu machen muss es sehr gut nutzbar sein (Veränderung der Schriftgröße, Eignung für Geräte, kein Einloggen in einer Plattform).
- Positivbeispiel für gute Implementation ist Mundraub.org zum kostenlosen Obstpflücken und war MeinLido
- Anforderung Lokalisierung direkt nutzen und direkt Reinzoomen (Problem – Freigabe DSGVO Anforderung, und allein diese Genehmigung abschreckend für Ältere Menschen)

Auch bei Erwachsenen mittleren Alters (30-60) werden Angebote fast immer über Postkarten, Flyer und den persönlichen Hinweis von Bekannten oder Multiplikatoren gefunden, kaum jemand sagt „das habe ich über Instagram/Online gefunden“. Bei Jugendlichen ist das wiederum anders.

Alternative Nutzung der Angebotskarte zur Unterstützung von Multiplikatoren und Helfern – professionellen/ehrenamtliche Helfer (Sozialdienste, Digitallotsen, Gemeinsamkeitsscouts, Seniorenberatungen, ...) wie Situationshelfern (Familie, Freunde, Bekannte, Nachbarn, die einsamen Personen helfen wollen). Hier ist digitale Optimierung und Nutzerfreundlichkeit nicht primär gefordert, sondern Inhaltsdichte und digitale Auffindbarkeit.

Name

- Einsamkeit im Namen schlecht für Nutzer
- Kontaktgelegenheiten ein Wort, aber nicht passend für Seniorenberatung oder Unterstützungsdienste

- Deutsch etwas sperrig

Allgemeine Angebote

- Ortsgebundene Plauderbänke – Verzeichnis?
- Mittagstische – welche Tage / welcher Umfang / welche Kosten
- Stiftungen oder lokal finanziert: Kuchen zu Zweit als Angebot
- Weg von Einsamkeit – hin zu Betonung des Spass (siehe Oll-Inklusiv)
- Label Mehrgenerationenhaus vs. Offener Treff, der dort immer unterhalten wird
- Büchereien mit Living Library / Lebendige Bibliothek Angeboten
- Cafes mit Kuchen zu Zweit / Treffpunktangeboten

Spezielle Gruppen und Interessen

- Anforderung der Registration besonderer / Spezieller Gruppen – Trauercafe/Death Cafe/ ... spricht eine Untergruppe an, die sich in ihrer Anforderung (über Tod und Sterben reden zu können) sehr einsam fühlen.
- Foodsharing oder Solidarische Landwirtschaft Gruppen
- Freunde findet man primär über Ähnlichkeiten / Similarities – wie also können Stichworte in der Karte eingebaut werden, dass die Suchchancen erhöht am Ort „ähnliche Leute“ zu finden. Meetup oder Gemeinsam Erleben gut, aber sehr dünn auf dem Land. Kaum von einer Angebotskarte zu schaffen

Kultur und Sport

- Es gibt ganz viele Kulturvereine, Kulturelle Institutionen und Sportvereine
- Welche Sozial, Inklusiv, willkommendheissend, welche nicht ?
- Testen und Kuratieren ? Oder separate Aufgabe ?
- Es gibt die Bewegungslandkarte – viele Sportangebote fuer Jung und Alt – gibt es hier eventuell die Möglichkeit der Integration über eine API
- Was ist hilfreich, ab wann „wird Google kopiert“ ?

Prozess: Kuratierung und Schutz

- Es wird viel Schindluder getrieben, oft beim Veröffentlichen von Kontaktdaten von Betroffenen Gefahr von Betrugsversuchen und sonstigem
- Sicherstellen des Vertrauens der Angebote

Prozess: Einfach und Schnell

- Idealerweise nur ein Anbieter, Reduzierung des Pflegeaufwandes
- Notwendigkeit der Schnellen Redaktion / Reaktion

- Einfachheit Angebotsupload, schnell, intuitiv, einheitlich
- Änderungs- und Löschmöglichkeit

Bewerbung bei Einsamen Menschen:

- Flyer, Offline, Postkarten, Zeitungen, ...
- Austeilen von Flyern Zeit und Kostenintensiv – idealerweise lokale Netzwerke die gegenseitig diese Flyer verteilen.
- Einbezug in Newsletter
- Wie kann man als Helfer einsame Menschen für Nachrichten aus dem Stadtviertel anmelden – aus dem Gespräch mit der Person heraus
- Idee – Nachricht per SMS an nichtdigitale Menschen. ABER viel SPAM aktuell, Dokumentation der Einwilligung, Automatisierung des Abmelden, Sicherstellung. Aber ggfs. ein Weg um nicht Email/Internet gebundene Menschen von Zeit zu Zeit zu erreichen. („Alles ist SPAM wo es kein Gesicht dazu gibt)

Bewerbung bei Multiplikatoren

- Hilfe für Social Prescribing – ideal für Hausärzte schnell nachgucken zu können was sie Einsamen Patienten empfehlen können
- Möglichkeit regionaler und lokaler Newsletter (im letzten Monat sind in deiner Region folgende Angebote dazugekommen, geändert, geschlossen), in einigen Bereichen aktuell über gepflegte und geteilte Excel Listen

Angebote, Träger und Labelling

- RLP und NRW Karten textliche ausführliche Beschreibung – Aufwendig
- Lokale/Regionale Angebote höhere Glaubwürdigkeit wegen lokalem Bezug
- Angebote verständlicher aber kurzlebiger (Seniorentreff von Montag auf Sonntag geschoben)
- Träger weniger verständlich aber stabiler
 - Angebote der Mehrgenerationenhäuser völlig unintuitiv – allgemeine Assoziation ist Ort wo Menschen Wohnen, statt Bürgerzentrum. Neues Wort, neues Label, oder Fokus auf Angebote
- Datenstruktur muss vermutlich zwischen Angeboten, Trägern (Organisationsnahme) und Kontakten (Personen, Telefonnummern, Emailadressen) strikt trennen, mit unterschiedlichen Lebensdauern und DSGVO Anforderungen

Einbindung von Überregionalen / Digitalen Angeboten

- Überregionale Angebote können nicht 100 Punkte auf der Karte haben
- Oft Zielgruppenrelevant – Einbezug in Filtration (z.B. Weihnachtsmatching Aktion)
- Unklar wie Einbezug in lokal orientierte Suche nach Angeboten
- Meetup/Internations/Meet5/ Gemeinsamerleben ... oft funktional in größeren Städten, problematisch/dünn auf dem Land

Wünschenswert:

- Bundesweit einheitlicher Datenträger mit einheitlichem Format und guter Oberfläche für Betroffene
- Unterscheidung zwischen Angebot und Träger
- Lokale Angebote wie Chancenportal, Einsamkeit NRW oder Nachbarschaften RLP, bleiben bestehen, können per API die Angebote aus Bundesportal übernehmen, und zusätzlich lokale kurzlebige oder Ortsspezifische Angebote aufführen. Aber es besteht die Möglichkeit für einen Verein, an einer zentralen Stelle Daten einzugeben und zu verwalten.
- Eintrag einfach durchführbar, und einfach wieder löscherbar oder abänderbar
- Zielgruppenbasierte Filtration möglich
 - Ggfs. unterschiedliche Oberfläche und Daten für Betroffene (einfach, Zielgruppenorientiert) und Helfer (Mehr Daten, Kontaktinformationen, Träger, potentiell komplexere Nutzung zwecks Anreicherung mit mehr Inhalt)
- Stelle der Verifikation – Schutz vor Betrug/Missbrauch – notwendig
- Optional/Wünschenswert – Stelle der Redaktion – kleiner Einheitlicher Textstandard, Klassifikation des Angebots nach Kategorien, Tagging mit Keywords