

Internetplattform für Senioren und informelle Helfer

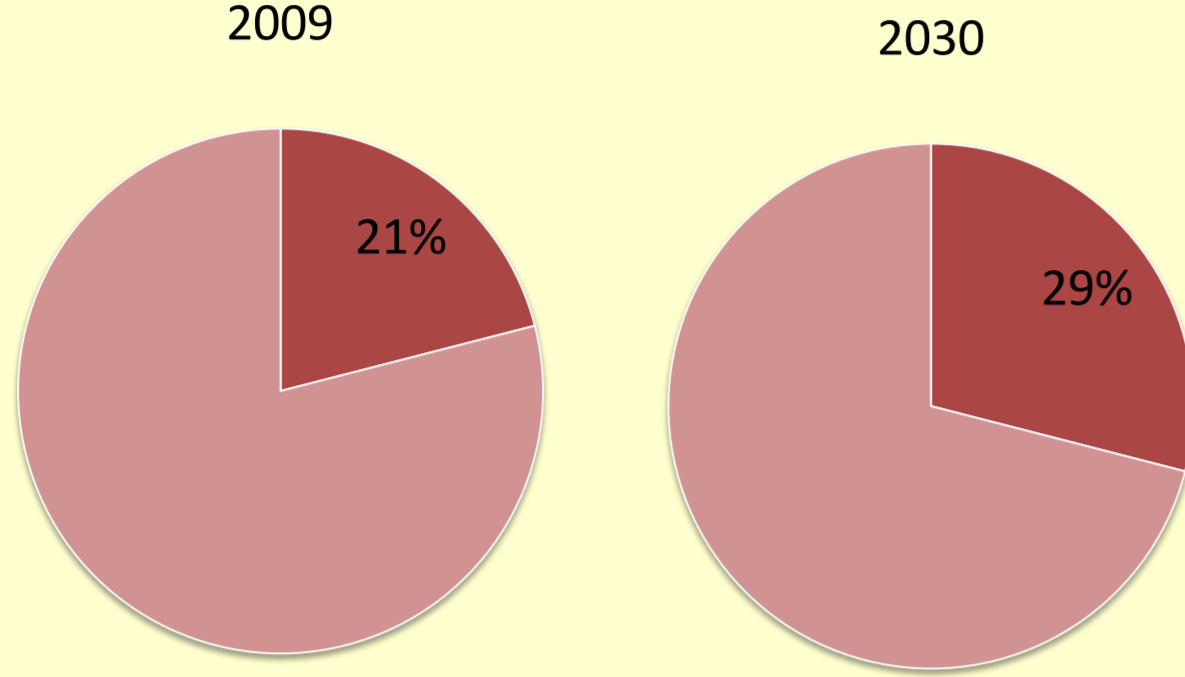
Innovativ und zielgruppenorientiert

Von Christiane Villain

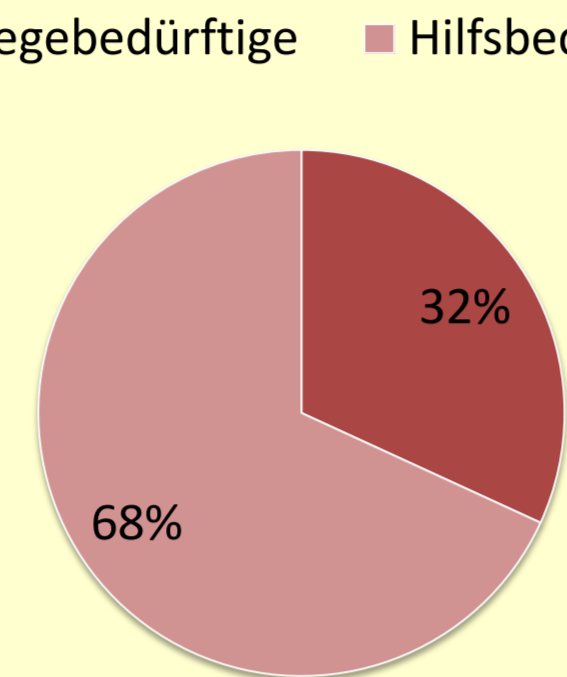
Hilfs- und Pflegebedürftigkeit in Deutschland

in eigener Darstellung nach Angaben des statistischen Bundesamtes 2011, S. 11 und Schneekloth 2005, S. 62

Anteil der Personen ab 65 Jahren an der Gesamtbevölkerung



Hilfs- und Pflegebedürftige im privatem Haushalt 2002



Die Zielgruppe

informelle Helfer/ pflegende Angehörige zwischen 45 – 65 Jahren

- Fühlen sich häufig stark oder sogar sehr stark belastet
- Leistungen der Altenhilfe und Altenpflege meist schwierig zu finden
- Frühzeitige Information hilft beim Entscheidungsprozess

Anforderungen an einer Suche im Internet nach Einrichtungen der Unterstützung

Einfaches finden der Internetseite – *auch ohne viel Routine im Netz*

Schnelle und unkomplizierte Suche – *in der Nähe der Angehörigen*

Mit einem Blick erfassbar und übersichtlich – *trotz wenig Übung im Internet*

Leicht verständlich – *auch nach einem stressigen Arbeitstag*

Vertiefende Informationen bei Interesse – *einfach zu finden und gut zu verstehen*

Verstanden werden – *gesucht wird eine Problemlösung in einem sensiblen Bereich*

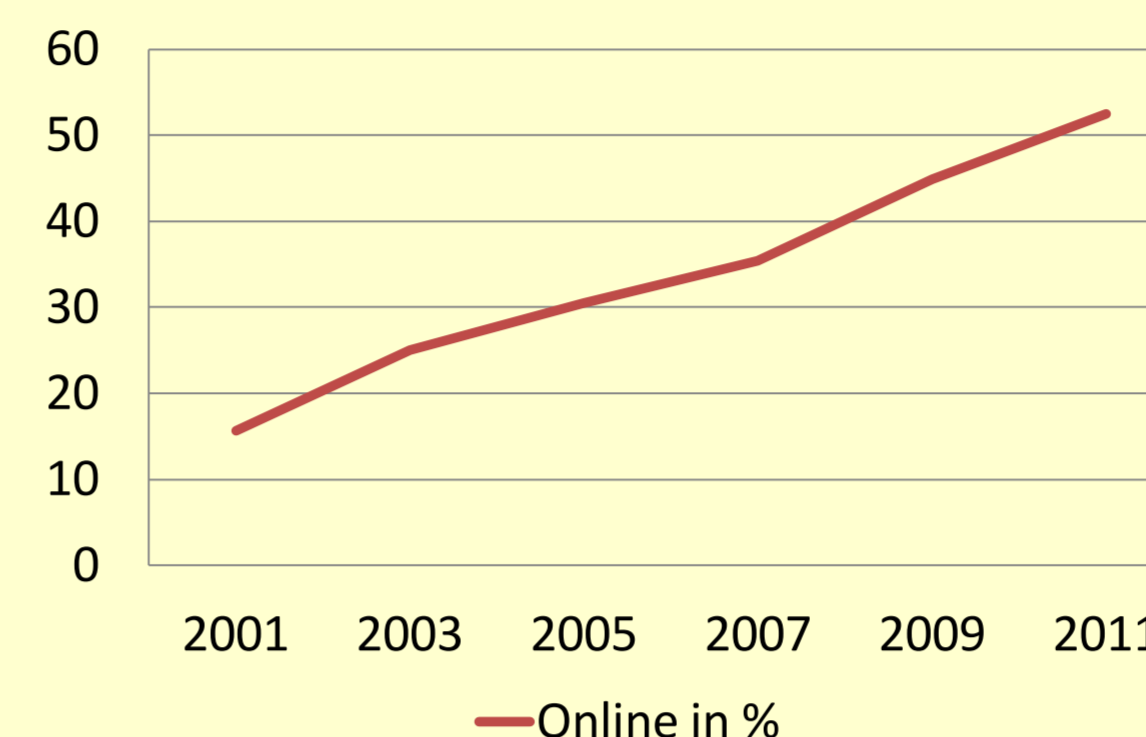
Persönlicher Bezug, Vertrauensstiftend – *einen Menschen hinter der Maschine sehen*

Internetnutzung bei Menschen 50 Jahre +

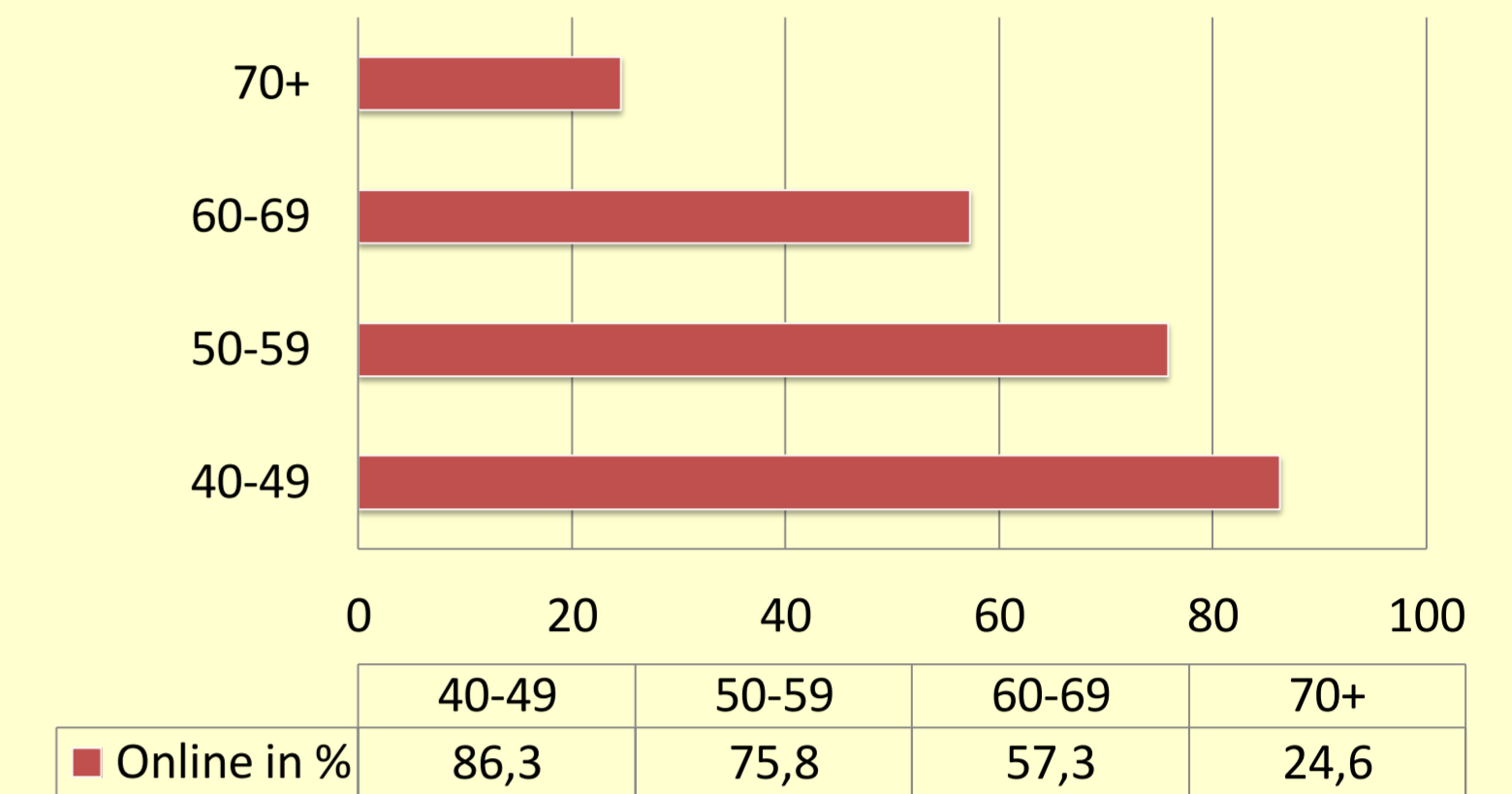
vgl. Initiative D 21 e.V. TNS Infratest GmbH 2011, S. 14

Immer mehr ältere Menschen nutzen das Internet. Der durchschnittliche Onliner, also der von Ort und Grund unabhängige Internetnutzer, ist laut einer repräsentativen Studie der Initiative D 21 41,5 Jahre.

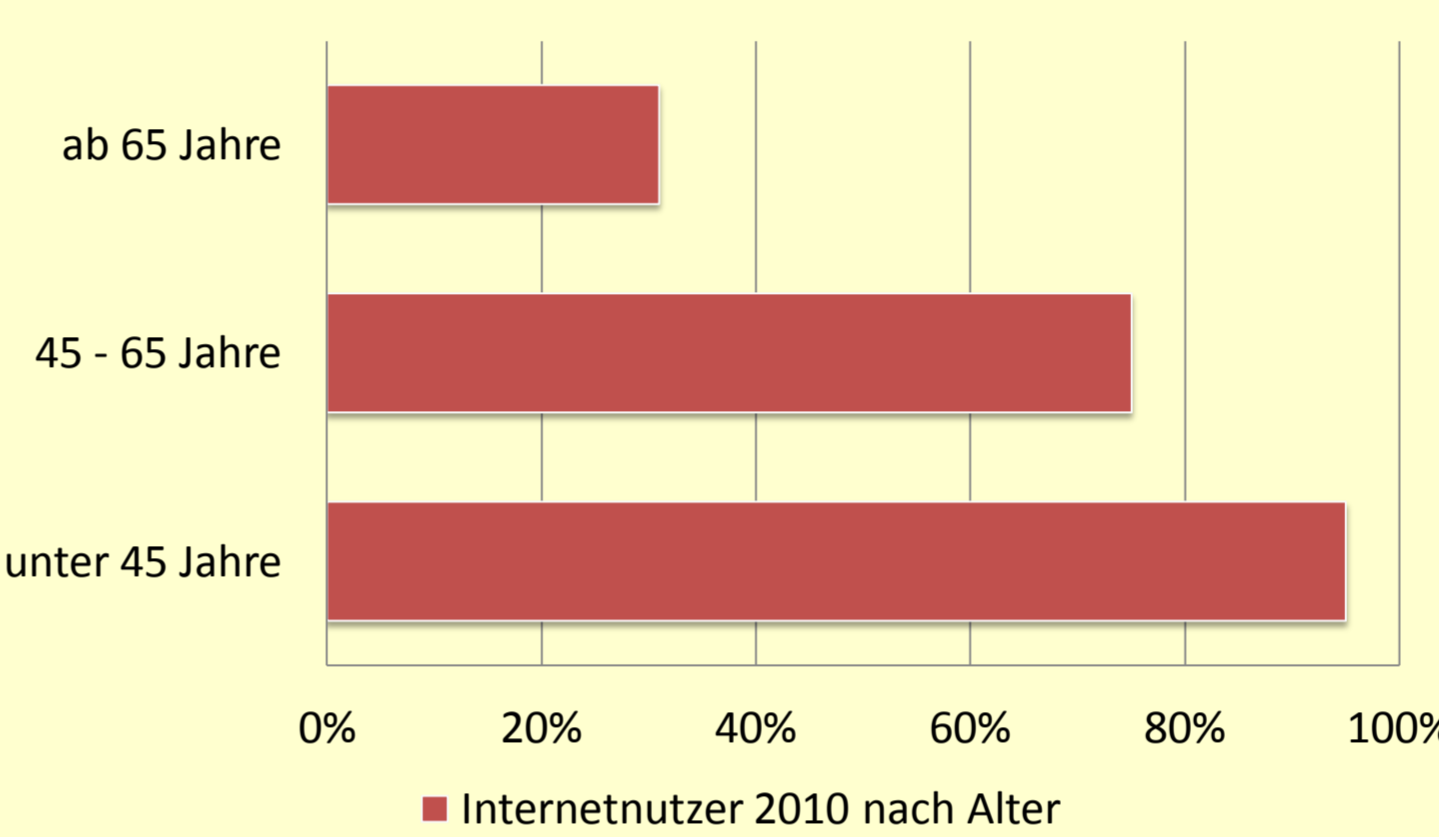
Onliner ab 50 Jahre in %



Onliner 2011 nach Alter in %



Internetnutzer 2010 nach Alter



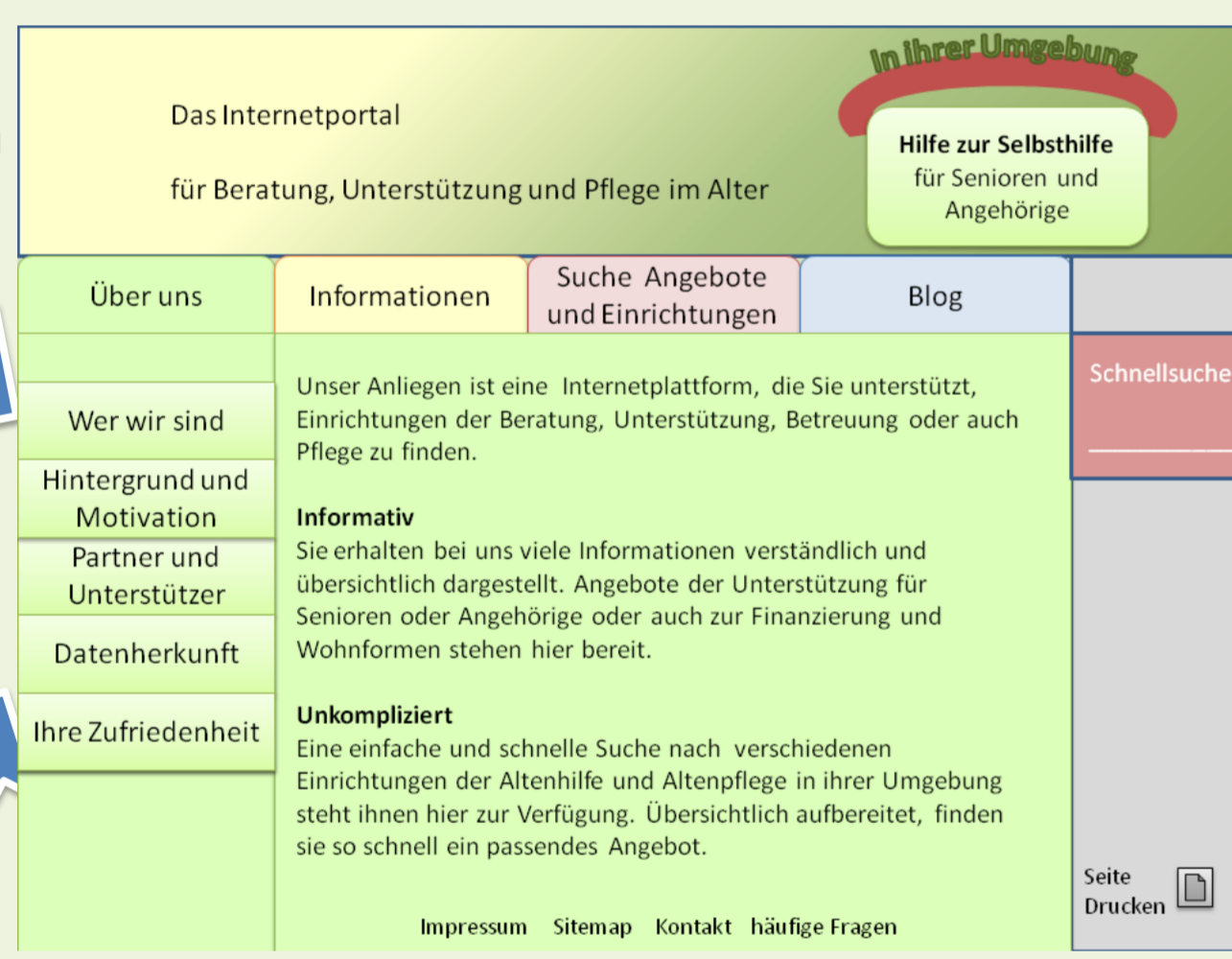
vgl. statistisches Bundesamt 2011, S. 32 f.

- 58 % der Internetnutzer ab 65 Jahren gingen 2010 täglich oder fast jeden Tag ins Internet
- 67 % der Internetnutzer ab 65 Jahre befragten das Internet zu Gesundheitsthemen.

Lösungsansätze bedarfsorientiert

transparent

Vorstellung des Anbieters, der Motivation und der Partner

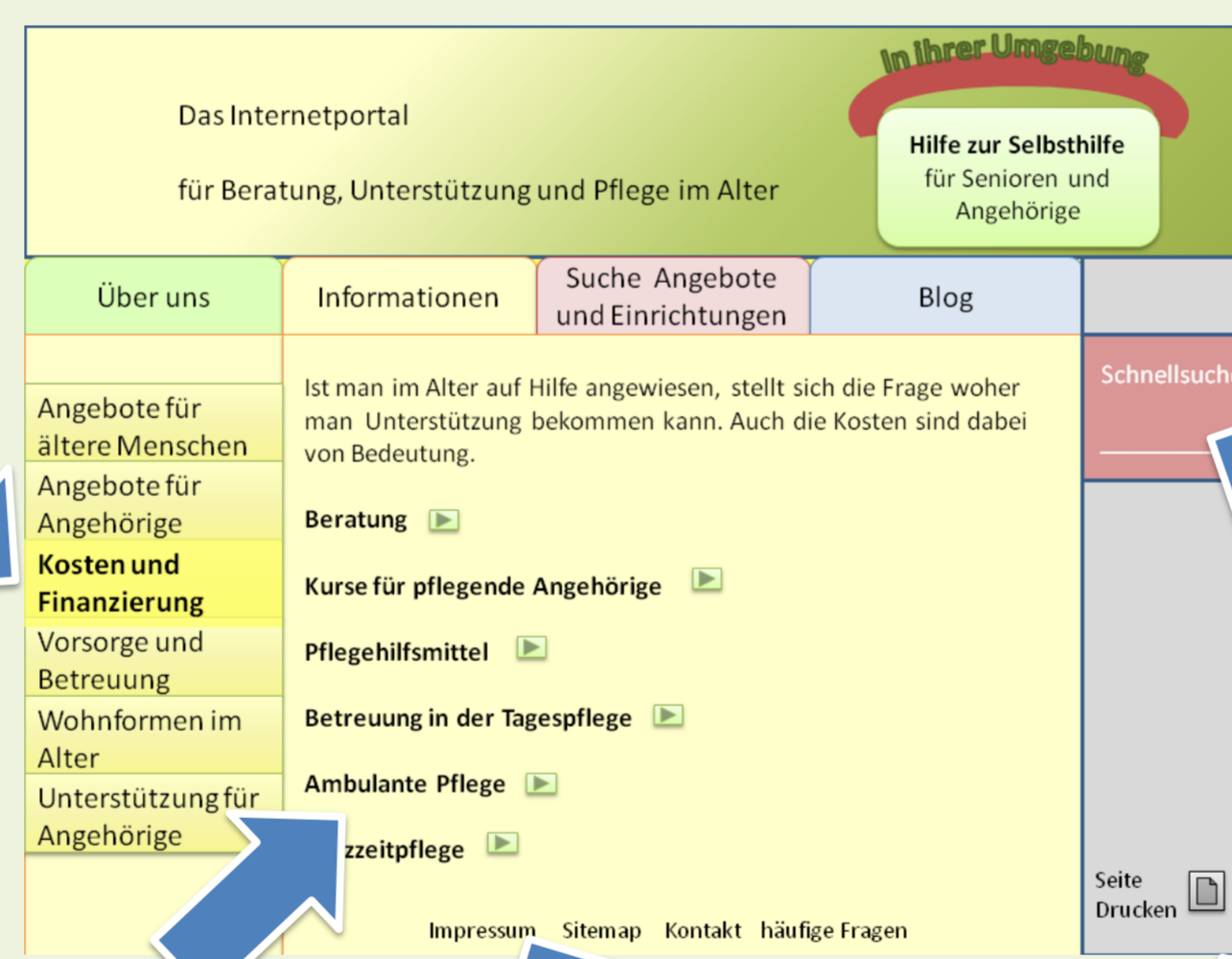


Beschreibung zur Datenherkunft mit möglichst vielen validierbaren Daten, ggf. Fußnoten bei der Einrichtungsdarstellung, die die Quellen der Daten ausweisen

Weiteres

- regionale Strategie
- nutzenbringende Kooperationen z.B. mit Stadt, Kreis, Land, Krankenkassen
- Einbindung in regionale Netzwerke
- enge Zusammenarbeit mit Beratungsstellen und damit Nähe zur Zielgruppe

Einfache und nachvollziehbare Navigation



Mediengerechte Überschriften und Texte

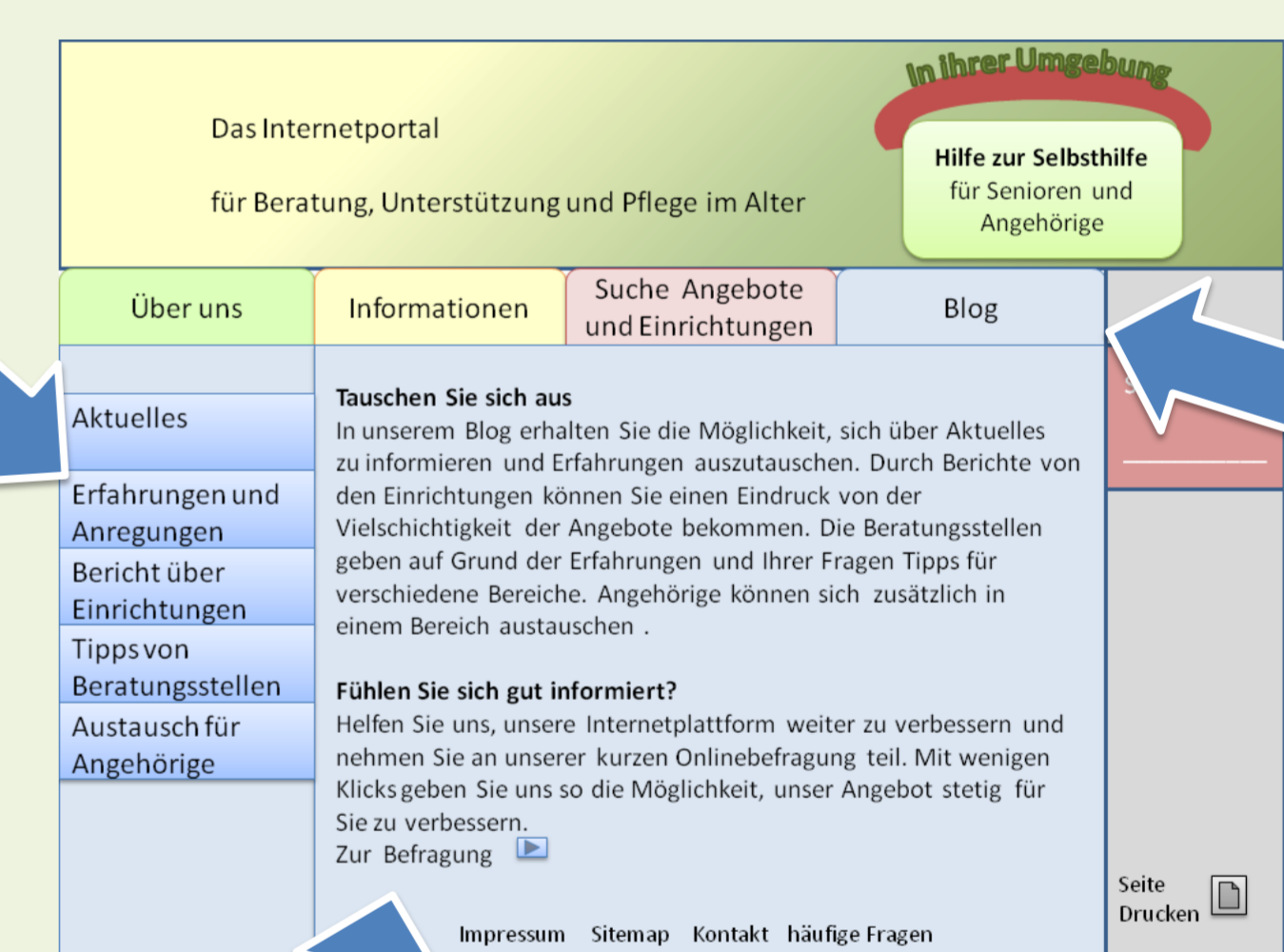
Standardkonformer Aufbau/ gewohnte Elemente

Suchfeld und Ermutigung zum aufsuchen einer persönlichen Beratung auf allen Seiten

Komfortfunktionen, wie einfaches Drucken

partizipativ

Für Senioren, Angehörige und Einrichtungen

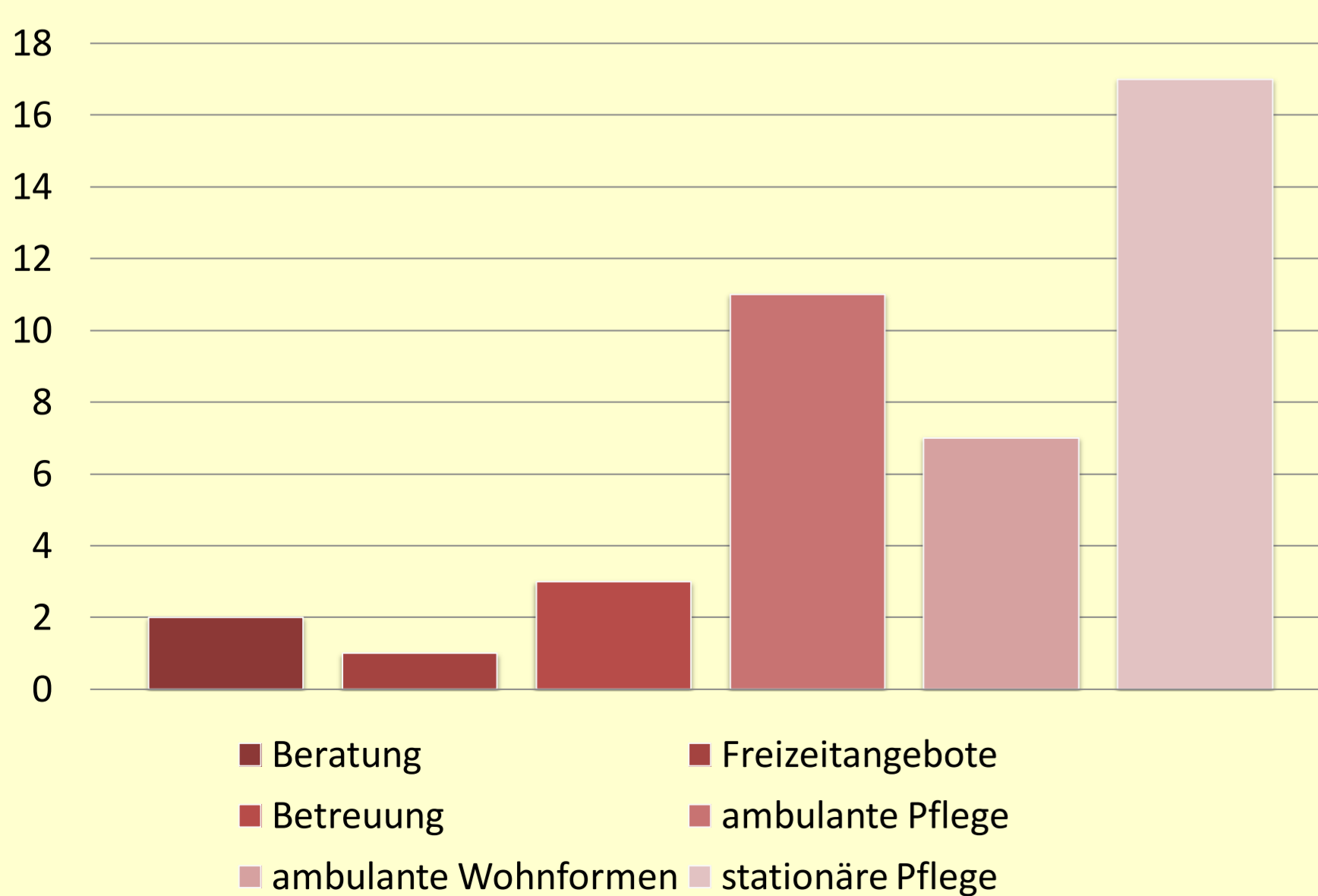


Forum oder Blog

Onlinebefragung zur Zufriedenheit mit der Website

Kontaktfeld mit Formular jederzeit auffindbar

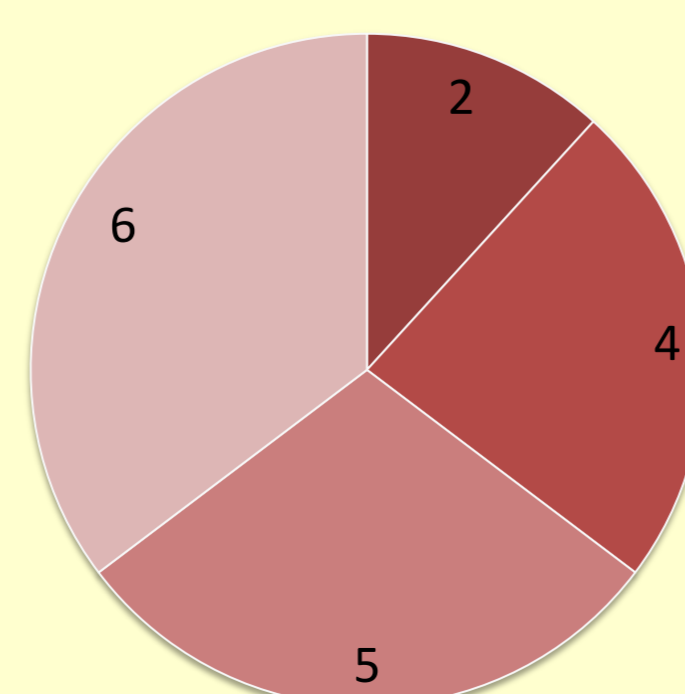
Suchmöglichkeiten auf den analysierten Internetseiten



Der Status quo – eine eigene Analyse

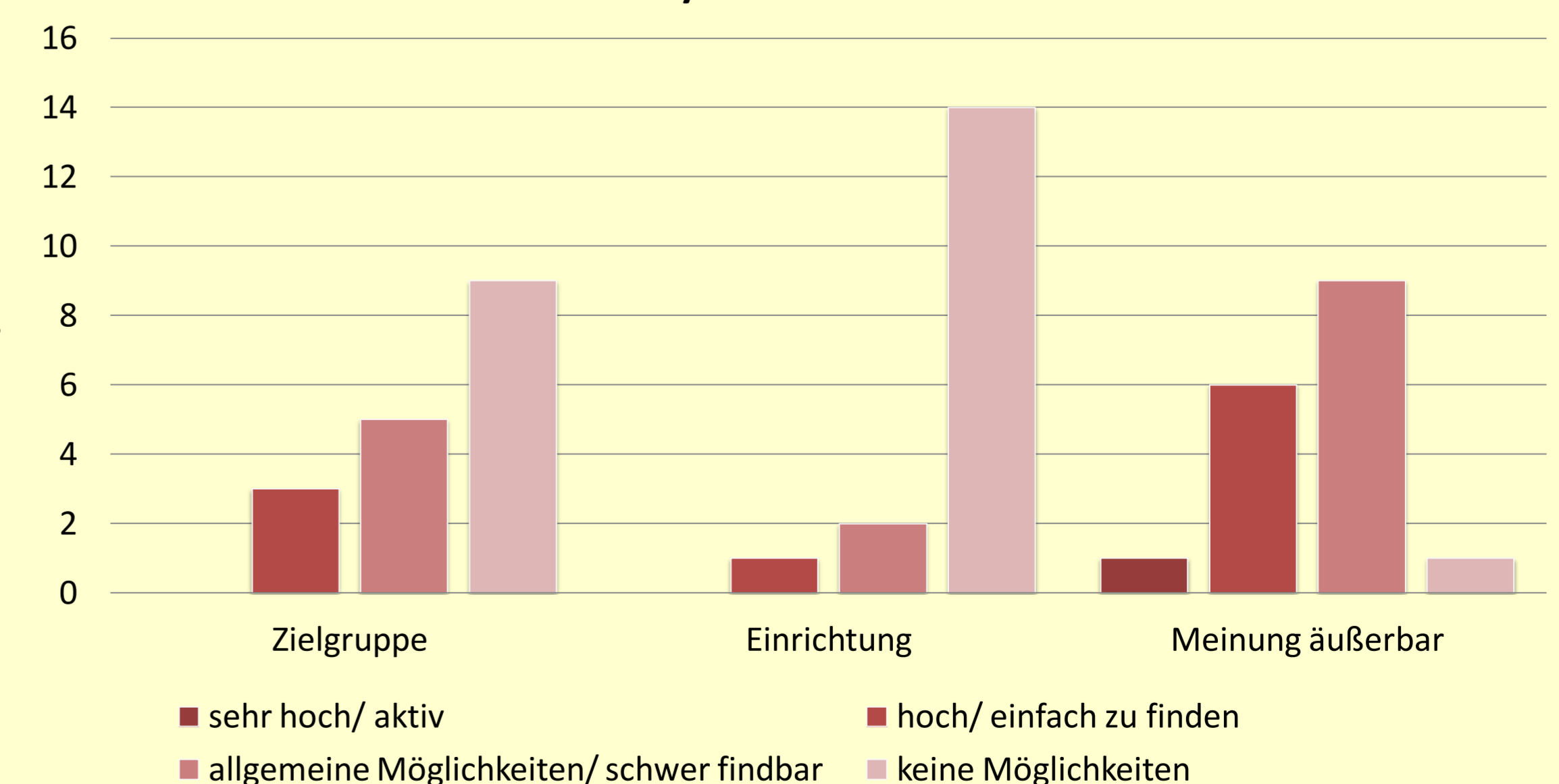
17 Internetangebote wurden nach den Kriterien Transparenz, Bedarfsorientierung und Partizipation analysiert. Die nutzerfreundliche Bedienbarkeit ist in der Regel gegeben. Deutliche Schwachstellen gibt es bei der Transparenz und Partizipation. Vor allem die Herkunft der dargestellten Daten der Einrichtungen ist bei mehr als der Hälfte kaum oder gar nicht nachvollziehbar. Auch die Aktualität ist häufig fraglich.

Transparenz der Datenherkunft



- einfach ersichtlich
- Beschreibung einfach zu finden
- Beschreibung schwer zu finden
- nicht nachvollziehbar

Mitgestaltungsmöglichkeiten bzw. Äußerungsmöglichkeiten auf den analysierten Internetseiten



- sehr hoch/aktiv
- allgemeine Möglichkeiten/ schwer findbar
- hoch/ einfach zu finden
- keine Möglichkeiten