

Zusammenfassung: Probierladen Jena – Eine Service Design Vorstudie

Ausgangslage

Im Rahmen der Smart City Initiative wird die VHS in Jena einen *Probierladen* aufbauen, der Bürgerinnen und Bürgern einen niederschweligen, angstfreien und spielerischen Zugang zu digitalen Technologien ermöglichen soll. An diesem Ort sollen die unterschiedlichsten Technologien und Anwendungen gezeigt, erklärt und ausprobiert werden. Zusätzlich soll es den *Mobilen Probierladen* geben, der eine kleinere, mobile Vor-Ort-Variante des *Probierladens* darstellt, welche an stark frequentierten Orten (wie z. B. Einkaufszentren oder Stadtteilbüros) sehr flexibel einsetzbar ist. Zielgruppen sind in erster Linie Erwachsene, ältere Menschen, aber auch Familien mit Kindern und Jugendliche. Insbesondere sollen Menschen angesprochen werden, die noch keinen oder wenig Zugang zur Digitalisierung haben.

Im Rahmen der Vorstudie wurden zwischen September und Dezember 2022 anhand von Service Design Methoden Handlungsempfehlungen entwickelt und so die Grundlage für den Projektstart im Jahr 2023 gelegt. Der Service Design Prozess folgt einem Design Mindset und versucht innovative Lösungen zu finden mit Hilfe von iterativen Forschungs- und Entwicklungszyklen, Nutzenden-Feedback, Prototypen und schnellen Experimenten. Die sechs Prinzipien (nutzenden-zentriert, kollaborativ, iterativ, sequentiell, real und ganzheitlich) dienen dazu, die Bedürfnisse der Zielgruppe zu identifizieren und diese in Handlungsempfehlungen zu übersetzen.

Vorgehensweise & Prozessbeschreibung

Die Vorstudie lässt sich in drei wesentliche Abschnitte unterteilen – Exploration & Research, Handlungsempfehlungen und erste Konzeptideen. Während der Exploration & Research Phase wurden mit Service-Design spezifischen Methoden (Benchmarkanalyse, Expert:inneninterviews, Nutzendeninterviews und Stakeholder Mapping) die Bedürfnisse der potentiellen Zielgruppen erforscht und Anforderungen an ein niederschwelliges Angebot erkundet. Die Erkenntnisse aus der Exploration wurden in Handlungsempfehlungen übersetzt und auf Grundlage der Handlungsempfehlungen erste Konzeptideen visualisiert, die als Inspiration für den weiteren Projektverlauf dienen. Im Folgenden wird detaillierter auf die einzelnen Schritte von Exploration & Research eingegangen.

In der Benchmarkanalyse wurden 45 Anbieter – sowohl national als auch international – zum Thema digitale Grundbildung analysiert. Im Laufe der Analyse haben sich Projektmerkmale (Verfügbarkeit, Zielgruppe, Kosten, Mobilität, Wissensstand) und somit Spannungsfelder herauskristallisiert, anhand welcher eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Projekten hergestellt wurde. Während die Spannungsfelder der Vergleichbarkeit dienen, wurden mithilfe der Erfolgs-Dimensionen (Zugänglichkeit, Nutzenden-Zentrierung, Peer2Peer, Inklusivität, Mobilität, Dritter-Ort und Inkubator) ausgewählte Teilaspekte der Beispielprojekte inhaltlich analysiert und interpretiert.

In den Expert:inneninterviews wurden 5 Expert:innen zum Thema digitale Bildung und Teilhabe zu ihren konkreten Erfahrungen und bereits umgesetzten Projekten befragt. Dabei wurden die Bereiche Inklusivität (PIKSL Köln, Daniela Beyerle, Leitung des Labors), Medienpädagogik (TH Köln, Isabel Zorn, Professorin für Medienforschung und -pädagogik), Mobilität (Mobiler Makerspace Bonn, Hanna Thielmann, Mitarbeiterin des Projekts), Niederschwelligkeit (Digitalwerkstatt Dortmund, Sarah Dopichei, Mitarbeiterin des Projekts) und Zielgruppen-Erfahrung (Mobil-Café vhs Jena, Carola Lück, Dozentin) abgedeckt. Es wurden dabei wichtige Erkenntnisse zur Gestaltung von Kursen und Inhalten, pädagogischen Lernansätzen, der Lernumgebung und Verortung der Angebote gewonnen.

Ein Forschungsprojekt des **Lehrgebiets Service Design an der Köln International School of Design/TH Köln** in Zusammenarbeit mit der **vhs Jena** und **Smart City Jena**.

KISD

Prof. Birgit Mager
Katja Trinkwalder
Paulina Porten

vhs Jena

Dr. Angela Anding
Christian Ziege

Smart City Jena

Stefanie Teichmann
Jan Wischolek

Bei den Nutzendeninterviews wurden 14 Kursteilnehmer:innen der vhs Jena und acht Interessenvertreter:innen (Leiter der Stadtteilbüros Winzerla, vier Mitarbeitende bei Mobilfunkläden in Jena und zwei Mitarbeitende des Seniorenbüros Jena) zum Thema digitale Grundbildung befragt. Es wurden dabei wichtige Erkenntnisse für den Bedarf an technischer Ausstattung & Beratungsthemen sowie Berührungspunkte zur Zielgruppe und Hürden, Wünsche und Herausforderungen der Beratungssuchenden gewonnen.

In der Stakeholder-Map werden die verschiedenen Interessengruppen, die am *Probierladen* beteiligt sind, veranschaulicht und kategorisiert. Sie beantwortet somit die Frage: "Wer sind die wichtigsten Personen und Organisationen?". Durch die Darstellung konnten Berührungspunkte zur Zielgruppe, Orte in Jena für digitale Teilhabe und potentielle Kooperationspartner identifiziert werden.

Handlungsempfehlungen

Aus der Exploration ergeben sich mehrere Alleinstellungsmerkmale für die Ausgestaltung des *Probierladens*. Im Vergleich zu bestehenden Angeboten schließt der *Probierladen* eine Angebotslücke, indem er sowohl ein stationäres als auch mobiles Basiswissen-orientiertes Bildungsangebot mit einer hohen Verfügbarkeit sicherstellt. Der *Probierladen* greift schon in der Konzeption auf die Methoden des Service Designs zurück: So wird eine hohe Nutzendenzentrierung gewährleistet und ein zielgruppen-spezifisches Angebot ermöglicht. Fünf Kerneigenschaften sind für eine erfolgreiche Implementierung zu berücksichtigen:

1. Der Probierladen ist ein Raum für Offliner:innen.
Der *Probierladen* richtet sich insbesondere an Menschen, die noch keinen oder wenig Zugang zur Digitalisierung haben. Ergebnisse aus dem DigitalIndex 2021/22 gleichen sich mit den Erkenntnissen aus den Expert:inneninterviews und Nutzendeninterviews. Zu den digital Abseitsstehenden zählen ältere Menschen (50 +), Frauen, Menschen mit formal niedriger Bildung, mit Migrationshintergrund und mit Einschränkungen, Menschen in der nachberuflichen Lebensphase sowie teilweise Jugendliche (beispielsweise im Umgang mit dem Computer).
2. Der Probierladen ist ein nutzendenzentriertes Angebot.
Durch ein vielfältiges und flexibel anpassbares Angebot kann der *Probierladen* einen subjektorientierten Zugang ermöglichen. Die Ausstattung, Themen und Lernformate richten sich nach den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe. Dabei ist es wichtig auf Geräte des Alltags – wie Computer, Laptop, Tablet, Handy, Drucker und Scanner – sowie kostenfreie und flexibel nutzbare Softwares zurückzugreifen. Optional sind Geräte für Entertainment. Bei der mobilen Variante ist auf verfügbares Internet zu achten. Für die inhaltliche Bespielung sind Softwareupdates, Geräteeinrichtung, WhatsApp und der Bürgerservice im besonderen Interesse der Zielgruppe. Das Angebot sollte einen offenen, kostenfreien Raum mit einem anwendungsbezogenen Kursprogramm und der Möglichkeit zur Buchung von Räumen oder der mobilen Komponente bereitstellen. Dabei ist eine hohe Flexibilität und Anpassung an Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe zu beachten.
3. Der Probierladen ist eine Kombination aus stationär und mobil.
Der *Probierladen* garantiert eine hohe Verfügbarkeit, indem er sowohl ein stationäres als auch mobiles Angebot beinhaltet. Durch die stationäre Komponente wird eine sichtbare, leicht auffindbare und zuverlässige Anlaufstelle gewährleistet. Dabei ist auf einen ebenerdigen und barrierefreien Zugang, die Ausrichtung zur Straße und ein verständliches Beschilderungssystem zu achten. Lange Öffnungszeiten und eine Lage zum "vorbeigehen" (Innenstadt) ermöglichen eine flexible Nutzung. Durch die mobile Komponente begegnet der *Probierladen* den Menschen im Alltag – auch außerhalb der Innenstadt – und fördert so Niederschwelligkeit. Diese Variante sollte leicht transportabel und gut ausgestattet sein (Computer, Handy, W-Lan), um Veranstaltungen wie Straßenfeste und Einrichtungen wie

Seniorenheim zu besuchen. Zusätzlich steht die mobile Variante zur individuellen Buchung zur Verfügung.

4. Der Probierladen ist ein wertungsfreier Begegnungsort.
Für eine Niederschwelligkeit zur digitalen Teilhabe müssen Berührungängste der Zielgruppe genommen werden. Durch eine enge Zusammenarbeit und Einbeziehung der Nutzenden eröffnet der *Probierladen* diesen wertungsfreien Raum. Es entsteht ein sozialer Begegnungsort, an dem digitale und somit soziale Teilhabe sowie Persönlichkeitsentwicklung gefördert werden. Didaktisch kann dieser wertungsfreie Raum durch ein gut geschultes und interdisziplinäres Team mit Mitgliedern aus der Zielgruppe gewährleistet werden. Hier ist vor allem auf das Lehren und Lernen auf Augenhöhe und den Verzicht auf Fach- und Fremdsprache zu achten. Die Lerninhalte und -settings (Eins-zu-Eins, Peer-to-Peer oder Tandemarbeit) sollten dabei flexibel gestaltet sein. Für eine erfolgreiche Umsetzung ist eine hohe Betreuer:innenquote erforderlich. Bei der Gestaltung der stationären Räumlichkeiten ist die Gewährleistung eines barrierefreien Orts mit Entdeckungsscharakter und Aufenthaltsqualität (Café, Infotheke, flexible Raumelemente) zu berücksichtigen.
5. Der Probierladen ist ein vernetztes und langfristiges Angebot.
Durch die Vernetzung des *Probierladens* mit Begegnungsorten (Mobilfunkläden, Bürgerservice & Bücherei, Stadtteilbüros), Einrichtungen und Trägern wird die Bekanntheit des *Probierladens* gesteigert. Der *Probierladen* grenzt sich klar von bestehenden Inkubatorenformaten (z.B. Jena Digital Werkstatt) ab und kann langfristig durch ein ausgearbeitetes Geschäftsmodell bestehen. Es ist auf eine zielgruppengerechte Kommunikation im Hinblick auf Kommunikationskanäle und Name des Angebots zu achten.

Abschließend ist festzuhalten, dass der *Probierladen* mit seinen Alleinstellungsmerkmalen einen Mehrwert für die Stadt Jena, auch als dritten Ort bietet, um digitale Teilhabe und somit soziale Teilhabe für die Bürger:innen Jenas zu fördern.