

Kommunikation in der Dorfentwicklung

Möglichkeiten, Chancen und Grenzen digitaler Kommunikation bei wertschätzenden zwischenmenschlichen Beziehungssystemen in Dörfern

Appreciative Inquiry – *digital*?!

Ergebnisse eines Modellvorhabens



**Niedersächsisches Ministerium
für Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz**



Foto: ML

Liebe Leserinnen und Leser,

die Dörfer und ländlichen Räume in Niedersachsen stehen vor großen Herausforderungen durch den demografischen Wandel, die Globalisierung oder veränderte Wirtschaftsstrukturen.

Die Kommunikation ist das A und O für die Prozesse der ländlichen Entwicklung. Viele Vereinstreffen oder Dorffeste mussten wegen der Corona-Pandemie abgesagt werden. Dadurch fehlten die Gelegenheiten, sich auszutauschen und die Dorfgemeinschaft zu stärken. Zudem tragen die zwischenmenschlichen Beziehungen, der Austausch und die Kommunikation mit anderen Menschen zum Wohlbefinden und zur Gesundheit bei. Auch die Treffen für das Modellprojekt „Gesundes Dorf“ konnten nicht wie geplant vor Ort stattfinden!

Es galt, aus der Not eine Tugend zu machen: Wie konnten Modellprojekte wie „Gesundes Dorf“ oder auch die „Dorfmoderatoren“ ohne persönliche Treffen weiterentwickelt werden? Viele der Bürgerinnen und Bürger in den ländlichen Räumen kommunizieren digital durch E-Mails, Messenger Dienste wie WhatsApp, über audiovisuelle Dienste (Skype, Zoom...) oder soziale Medien (Facebook, Twitter...). Dieser Bericht zeigt die „Möglichkeiten, Chancen und Grenzen digitaler Kommunikation“ auf, die in den zwischenmenschlichen Beziehungen in den Dörfern eine Rolle spielen.

Kommunikation macht uns Menschen aus, sei es persönlich im Gespräch oder digital per Computer. Neue Medien einzusetzen, hat wie alles zwei Seiten: Sie können die Kommunikation erleichtern; mögliche Hinderungsgründe gibt es nach Ansicht der befragten Dorfbewohner aber auch, so z. B. „Ich bin mit der Anwendung nicht vertraut“, „Ich lehne die Nutzung (sozialer Medien) grundsätzlich ab“ oder auch „Angst vor dem Missbrauch persönlicher Daten“.

Ich zähle auf den Mut und die Besonnenheit, die bewährten Mittel der ländlichen Akteure, um neue Herausforderungen anzugehen. Denn trotz aller Veränderung bleibt eines gleich: Wir müssen miteinander sprechen, um gemeinsam Lösungen zu finden und die Zukunft der Dörfer zu gestalten.

Eine interessante und aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen

Ihre

A handwritten signature in blue ink that reads "Barbara Otte-Kinast".

Barbara Otte-Kinast

Niedersächsische Ministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Einleitung	4
Ausgangslage	4
Ziele des Projektes „Appreciative Inquiry – digital?“	4
Einbindung in das Modellprojekt „Gesundes Dorf – Bürger*Innen entwickeln Ihre Zukunftsbilder“	4
Umfrage in den teilnehmenden Dörfern des Modellprojektes „Gesundes Dorf“	5
Fragebogen für die Bürger der Modelldörfer Tarbarg, Ocholt und Garnholt	5
Intention der Befragung	5
Ablauf der Befragung	5
Ergebnisse und Auswertung der Befragung	6
Bedeutung der Ergebnisse für das Modellprojekt „Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln ihre Zukunftsbilder“	13
Wertschätzende Kommunikation und audiovisuelle Medien – geht das miteinander?	15
Zur Komponente Wertschätzung	15
Aus kommunikationspsychologischer Sicht	16
Aus neurobiologischer Sicht	17
Erkenntnisse der Positiven Psychologie	18
Digitale Medien – ein kritischer Blick aus gesundheitlicher Sicht	19
Planung einer digitalen Veranstaltung	20
„Zoom-Müdigkeit“	21
Hilfreiche Tipps für „digitale Einsteiger*innen“	22
Soziales, Herzlichkeit und Vertrauen – passt das in und zu digitalen Formaten?	23
Gehirngerechtes Lernen	24
Lässt sich die Methode AI auch digitalisiert als beteiligungsorientiertes Verfahren durchführen?	25
Begründer und philosophische Hintergründe	25
Anwendungsgebiete	25
Theoretische Einflüsse	25
Begleitung und Moderation	26
Struktur der Methode Appreciative Inquiry	26

Ablauf eines AI-Prozesses	28
Phase 1 – DISCOVERY	28
Phase 2 – DREAM	28
Phase 3 – DESIGN	29
Phase 4 – DESTINY	29
Zur Bedeutung des Raumes in beteiligungsorientierten Großgruppenprozessen	30
Möglichkeiten und Grenzen der digitalisierten Durchführung eines Appreciative-Inquiry-Prozesses	31
Technische Voraussetzungen	31
Kompetenz der Online-Moderation	31
Vorbereitung und Durchführung einer digitalen AI-Veranstaltung	31
Schriftliche Befragung und vertiefende Telefoninterviews mit Dorfmoderator*innen in Südniedersachsen	32
Intention der schriftlichen Befragung	32
Ablauf der schriftlichen Befragung	32
Ergebnisse und Auswertung der schriftlichen Befragung	32
Telefoninterviews	40
Ergebnisse der Telefoninterviews	40
Bedeutung der schriftlichen Befragung und der Telefoninterviews	42
Handlungsempfehlungen und Ausblick	44
Anhang	46
Fragebogen an die Westersteder Dörfer Tarbarg, Ocholt und Garnholt	46
Fragebogen an Dorfmoderatoren in Südniedersachsen	52
Interviewleitfaden für Telefoninterviews mit Dorfmoderator*innen	58

Einleitung

Ausgangslage

Seitdem durch die COVID-19-Pandemie bedingten Lockdown im März 2020 arbeiten Organisator*innen von Dorfentwicklungsprozessen an Möglichkeiten, die Arbeit in den Dörfern vor Ort so zu gestalten, dass Dynamiken weiterbestehen und der Austausch zwischen Menschen erhalten bleibt. Es hat sich herausgestellt, dass dies nur begrenzt möglich ist. Erfahrungen in Dörfern haben gezeigt, dass viele Veranstaltungen bevorzugt abgesagt, statt digital durchgeführt wurden. So haben viele auf Miteinander basierende Dorfprozesse nicht stattgefunden. Die Folge ist, dass seit Beginn der Pandemie oft keine oder eher selten Vereinstreffen, Dorffeste oder andere auf Gemeinsamkeit beruhende Veranstaltungen mehr durchgeführt wurden.

Ziele des Projektes „Appreciative Inquiry – digital?“

An diesen Punkt möchte das Projekt anknüpfen. Welche Möglichkeiten existieren, wertschätzende zwischenmenschliche Beziehungssysteme in Dörfern digitaler zu gestalten? Wo zeigen sich dabei Grenzen auf, worin liegen Chancen? Mit Hilfe von zwei unterschiedlichen Umfragen in den Dörfern des Modellprojektes „Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln Ihre Zukunftsbilder“ und unter Dorfmoderator*innen in Südniedersachsen wird u. a. danach gefragt, welche Art digitaler Kommunikation in welcher Intensität bereits genutzt wird und welche Auswirkungen dies nach Einschätzungen der Bürger*innen auf das Miteinander im Dorf hat. Aufbauend auf den Ergebnissen einer schriftlichen Umfrage unter den Dorfmoderator*innen wurden Telefoninterviews durchgeführt. Außerdem wurde untersucht, inwieweit direkte Kommunikation bei Präsenztreffen in Dörfern durch audiovisuelle Kommunikationssysteme¹ ersetzt werden kann. Dabei wurde aus kommunikationspsychologischer und neurobiologischer Sicht ein Blick auf Wertschätzung geworfen und die Nutzung von digitalen Medien aus gesundheitlicher Sicht betrachtet. In einem weiteren Kapitel wird „gehirngerechtes Lernen“ beschrieben. Weiterhin wird untersucht, welche Bedeutung digitale Kommunikationsmedien für die Arbeitsmethode „Appreciative Inquiry“ (zu dt. „wertschätzendes Erkunden“; im Folgenden AI-Prozess genannt) haben. Diese Arbeitsmethode wird mit ihren Anwendungsgebieten, Strukturen und Einflüssen vorgestellt. Im Anschluss daran wird auf den Aufbau und Ablauf eines AI-Prozesses in seinen einzelnen Phasen näher eingegangen und Möglichkeiten und Grenzen einer digitalisierten Durchführung eines AI-Prozesses erarbeitet.

Ziel ist es, nach Möglichkeit Handlungsempfehlungen abzuleiten, welche grundsätzlich auch anderen, insbesondere AI-gestützten, Prozessen der Landentwicklung unter vergleichbaren Rahmenbedingungen als Leitfaden dienen können.

Einbindung in das Modellprojekt „Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln Ihre Zukunftsbilder“

Anhand des Modellprojektes Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln ihre Zukunftsbilder können die Zielsetzungen des Projektes erarbeitet werden. In diesem Modellprojekt wird seit August 2019 untersucht, welche Voraussetzungen in Dörfern erfüllt sein müssen, um als gesundes Dorf zu gelten. Was braucht ein Dorf, um gesund zu sein und zu bleiben? Welchen Beitrag leistet ein Dorf zur Gesundheit seiner Bewohnerinnen und Bewohner? „Gesund“ wird dabei nicht nur im Sinne der Abwesenheit von Krankheit betrachtet, sondern auch im Sinne von Wohlbefinden und Zufriedenheit der Bürger. Mit Hilfe des Modellprojektes soll herausgefunden werden, wie Gesundheitsförderung in die Dorf- und Regionalentwicklung eingebunden werden kann.

Dafür wurden in einem ersten Schritt in den teilnehmenden Modell-dörfern Wissen um alte Hausmittel zur Selbsthilfe, Traditionen, Lebenskultur und die Einflüsse von Wetter und Mond auf Gesundheit und Wohlbefinden zusammengetragen. Im zweiten Schritt soll es darum gehen, dass die Dorfgemeinschaften der Modelldörfer Tarbag, Garnholt und Ocholt Zukunftsbilder für ihre Dörfer entwickeln. Anders als bei anderen Dorfentwicklungsprozessen, wo zu Beginn eine Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (sog. SWOT-Analyse) durchgeführt wird, soll gerade keine Defizitbetrachtung erfolgen, sondern auf der Basis bisheriger Dorferfolge die Zukunft geplant werden. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Arbeitsmethode der Wertschätzenden Erkundung („Appreciative Inquiry“, kurz AI-Prozess), bei der gemeinsam mit den Dorfbewohner*innen in Gruppenarbeiten positive Erfahrungen zu den Themen Gesundheit und Wohlbefinden des jeweiligen Dorfes zusammengetragen und anschließend Visionen entwickelt und konkretisiert werden. Dadurch soll herausgefunden werden, ob diese Arbeitsmethode für zukünftige Planungsprozesse in der Dorfentwicklung zum Standard werden kann.

Aufgrund der Entwicklung und Dynamik der Corona-Pandemie konnten die ersten beteiligungsorientierten Veranstaltungen des AI-Prozesses im Oktober und November 2020 nicht durchgeführt werden. Da nicht absehbar ist, wie sich die Pandemie weiterentwickeln und sich das öffentliche Leben gestalten wird, ist es notwendig, den weiteren Verlauf des Modellprojektes an mögliche Einschränkungen körperlicher Begegnung anzupassen. Insofern stellt die aktuelle Situation in den Dörfern des Modellprojektes eine gute Grundlage für die Erarbeitung der genannten Themen dar. ■

¹ Audiovisuelle Zusammenkünfte sprechen die visuellen und auditiven Sinne des Menschen an. Gemeint ist Kommunikation in Wort und Bild, also z. B. über Videokonferenzen ist Kommunikation in Wort und Bild.

Umfrage in den teilnehmenden Dörfern des Modellprojektes „Gesundes Dorf“

Fragebogen für die Bürger der Modelldörfer Tarbarg, Ocholt und Garnholt

Um herauszufinden, welche infrastrukturellen Voraussetzungen in Bezug auf eine digitale Anbindung in den teilnehmenden Dörfern des Modellprojektes Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln Ihre Zukunftsbilder vorhanden sind und welche Erfahrungen die Bürger*innen im Umgang mit digitaler Technik bereits gemacht haben, wird in den drei Westersteder Modelldörfern Garnholt, Tarbarg und Ocholt eine Umfrage² durchgeführt.

Dabei werden gezielt Bürger*innen angesprochen, welche bereits an Veranstaltungen des Modellprojektes teilgenommen haben. Ziel ist es, herauszufinden, welche Art von audiovisueller Kommunikation in den Dörfern bereits genutzt wird und wie sich die Gefühlslage der Bürger bei der Nutzung dieser Medien verändert. Denn der Anteil nonverbaler Kommunikation, also Mimik, Gestik und Körperhaltung, bestimmt, inwiefern sich Vertrauen und Sympathie in einer Gesprächsrunde aufbauen lassen. Dieser Anteil hat in der Regel starke Auswirkungen auf die Effektivität und Intensität von Gesprächen. Weiterhin soll mit dem Fragebogen erfasst werden, inwieweit das Miteinander der Dorfgemeinschaft durch die Nutzung von digitalen Medien beeinflusst wird.

Intention der Befragung

Mit Hilfe der Befragung in den Modelldörfern Garnholt, Tarbarg und Ocholt soll herausgefunden werden, welche digitalen Kommunikationsmedien [E-Mails, Messenger Dienste (WhatsApp, Telegram, ...), Telefonkonferenzen, audiovisuelle Kommunikationsmedien (Skype, Zoom, ...) und soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter, ...)] die befragten Bürger*innen bereits beruflich oder privat, aber auch mit anderen Bürger*innen zum Austausch von privaten Angelegenheiten, Vereinsbelangen oder zur Kommunikation mit Behörden nutzen. Hiermit kann festgestellt werden, welche Medien sie bereits nutzen und wie vertraut sie damit bereits sind. Andererseits können bestimmte Medien für einen Einsatz im Modellprojekt Gesundes Dorf möglicherweise ausgeschlossen werden. Auf Basis der Angaben zu den Gründen für die fehlende Nutzung dieser Medien, kann den Bürger*innen gezielt Unterstützung in der Anwendung angeboten werden.

Mit der Frage nach der Bedeutung digitaler Kommunikationsmedien für private und berufliche Zwecke, aber auch für die Kommunikation im Dorf und mit Behörden, soll die persönliche Bereitschaft der Umfrageteilnehmer*innen ermittelt werden, diese Medien auch für Projektbelange zu verwenden. Für Medien, welche als wichtig erachtet werden, ist die Bereitschaft, die Nutzung und Anwendung zu erlernen i. d. R. höher, als für Medien, welche als weniger wichtig eingestuft werden.

Teilnehmende, welche audiovisuellen Kommunikationsmedien bereits nutzen, werden zu ihrer Einschätzung hinsichtlich der Auswirkungen dieser Art der Kommunikation auf die emotionale Ebene hin befragt. Eine weitere Frage bezieht sich darauf, wie sich nach Meinung der Bürger*innen das Miteinander im Dorf durch die Nutzung digitaler Technik verändert. Zusammen mit weiteren Ergebnissen dieser Studie soll ermittelt werden, ob kommende Austausche und Arbeitsgruppen im Modellprojekt Gesundes Dorf, aber auch in anderen ländlichen Entwicklungsprozessen digital durchgeführt werden könnten.

Ein wichtiges Thema in der Dorfentwicklung allgemein und daher auch im bisherigen Verlauf des Modellprojektes in den drei Modelldörfern ist das geringe ehrenamtliche Engagement der Bürger vor Ort. Mit den Antworten der Frage, ob weitere Zielgruppen durch die Nutzung von digitalen Medien erreicht werden können, könnten weitere Bürger für die nächsten Veranstaltungen des Modellprojektes angesprochen werden.

Ablauf der Befragung

Da von den Bürger*innen welche an den bisherigen Veranstaltungen teilgenommen hatten, nicht in jedem Fall eine E-Mail-Adresse bekannt war, wurde der ausgedruckte Fragebogen zusammen mit einem Anschreiben und einem frankierten Rückumschlag durch die Dorfvertreter*innen der drei Dörfer in die Briefkästen dieses Personenkreises verteilt. Die Befragten wurden gebeten, den ausgefüllten Fragebogen an die Agrarsoziale Gesellschaft e. V. zurückzusenden. Einige Rückmeldungen erfolgten per Mail oder Fax.

Um die Rücklaufquote zu erhöhen, aber auch, um herauszufinden, ob und wie bisher unbeteiligte Bürger*innen digital zu erreichen sind, wurde die Umfrage per PDF erneut an Mail-Verteiler aus den Modelldörfern geschickt. Durch diesen zweiten Durchlauf eröffnet sich die Möglichkeit, gezielt jüngere Bürger*innen in den Dorfentwicklungsprozess des Modellprojektes Gesundes Dorf einzubinden. Auf die Entwicklung der Zukunftsbilder der teilnehmenden Dörfer würde sich die Beteiligung von jüngeren Bürger*innen und damit den Nachfolger*innen in Vereinen und Zusammenschlüssen sicher positiv auswirken.

² Der Fragebogen befindet sich auf Seite 46

Zusätzlich kann dieser zweite Durchlauf als „Werbemaßnahme“ für die zukünftige Beteiligung an den Veranstaltungen des Modellprojektes betrachtet werden.

Ergebnisse und Auswertung der Befragung

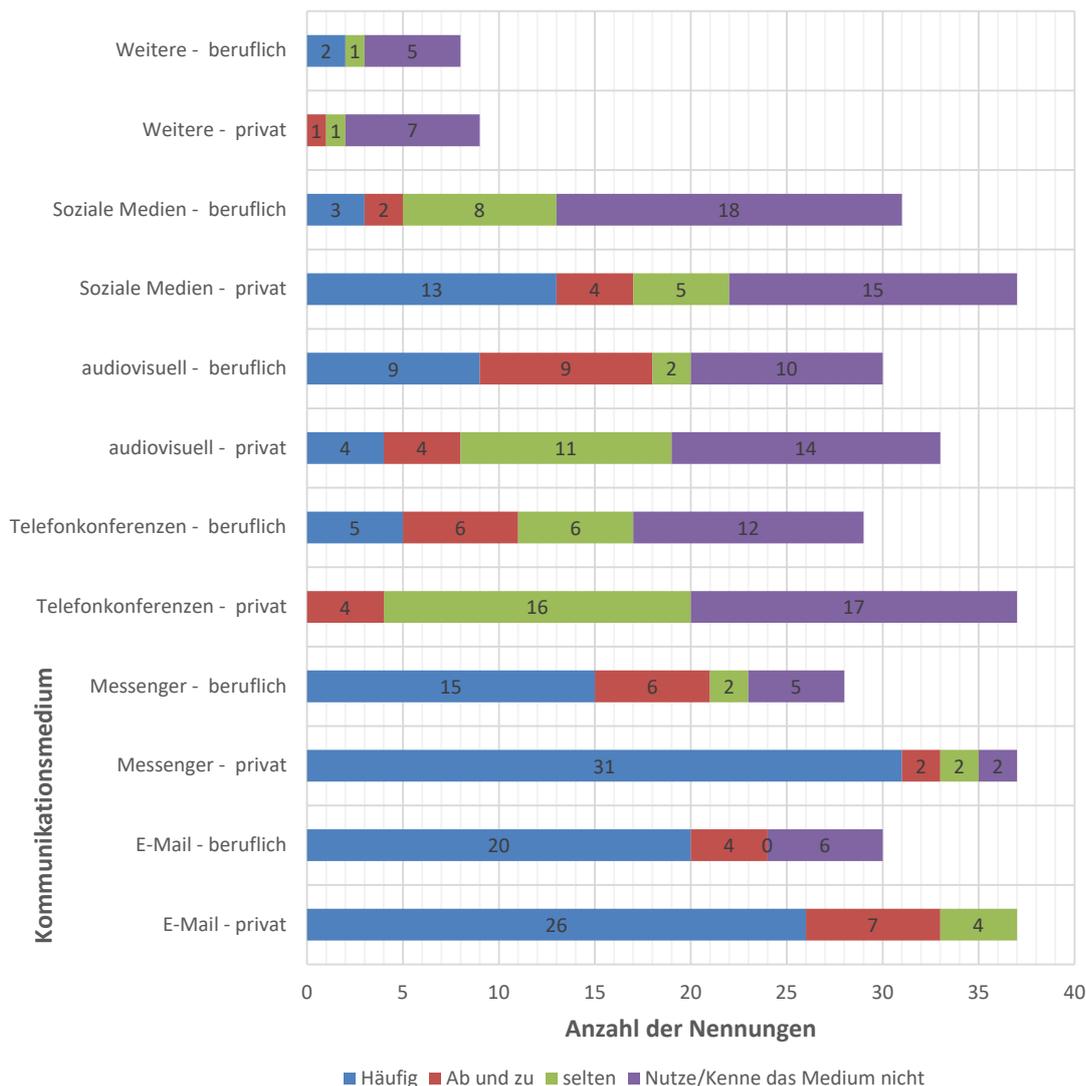
Von 85 verschickten Druckexemplaren kamen 27 Fragebögen per Post, eingescannt per Mail oder per Fax zurück. Dies entspricht einer Beteiligung von 31 %. Aus der zweiten Befragungsrunde wurden 11 Fragebögen zurückgeschickt. An wie viele Empfänger die E-Mail mit den Fragebögen weitergeleitet wurde, kann nicht nachvollzogen werden, da die Dorfvertreter die Mitglieder der Mail-Verteiler baten, die E-Mails innerfamiliär und an Freunde und Bekannte weiterzuleiten. Von den 38 zurückgeschickten Umfragen waren einige Bögen dabei, bei welchen nicht alle Fragen beantwortet wurden. Antworten auf offene Fragestellungen, bei

welchen zu erkennen ist, dass die Frage von der/dem Befragten falsch verstanden wurde, werden nicht in die Auswertung aufgenommen. Je nach Umfang und Aufbau der Fragen wird zur Darstellung eine Tabelle oder ein Diagramm genutzt. Manche Antworten werden als Freitext angegeben.

36 von 37 Bürger*innen aus den Modelldörfern nutzen Kommunikationsmedien wie E-Mails, Messenger Dienste (WhatsApp, Telegram, ...), Telefonkonferenzen, audiovisuelle Kommunikationsmedien (Skype, Zoom, ...) oder soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter, ...) (Frage 1). Die Personen, welche keine der genannten Medien nutzen, wurden gebeten, im weiteren Fragebogen nur die Fragen 3,6 und 8 bis 11 zu beantworten.

Abbildung 1 zeigt die Nutzung von digitalen Kommunikationsmitteln und deren Nutzungsintensität im beruflichen und privaten

Abbildung 1: Nutzungsintensität digitaler Kommunikationsmittel im privaten und beruflichen Umfeld



Umfeld (Frage 2). Beruflich werden von den Befragten E-Mails (20 von 30 Befragten) und Messenger Dienste (15 von 28 Befragten) häufig genutzt. Telefonkonferenzen nutzen nur 11 von 29 Bürger*innen häufig oder gelegentlich zu beruflichen Zwecken. Im Gegensatz dazu nutzen 18 von 30 Befragten häufig bis gelegentlich audiovisuelle Kommunikationsmittel im Berufsalltag. Privat werden E-Mails (26 von 37) und Messenger Dienste (31 von 37 Befragten) häufig genutzt. 16 von 37 Teilnehmer*innen nutzen Telefonkonferenzen in seltenen Fällen auch im privaten Umfeld. Im Gegensatz zu beruflichen Zwecken werden audiovisuelle Medien nur 8 der 33 Befragten im privaten Umfeld genutzt. 14 der 33 Befragten nutzen dieses Medium gar nicht oder kennen es nicht. Soziale Medien, wie Facebook oder Instagram werden nur von 13 aus 37 Befragten häufig für private Zwecke genutzt, was wahrscheinlich auf die Altersgruppen der Umfrageteilnehmer*innen zurückzuführen ist, da die Mehrheit der Teilnehmer*innen (27 von 37) älter als 45 Jahre ist.

Über eine offene Antwortmöglichkeit geben 4 der Befragten noch 4 weitere digitale Kommunikationsmedien für die berufliche oder private Nutzung an:

- RD Client
- Iserv für Schule
- Discord
- Fax

Abbildung 2 zeigt die Hinderungsgründe der Teilnehmer*innen diverse Kommunikationsmittel zu nutzen (Frage 3; Mehrfachnennungen möglich). Auffallend ist, dass keiner/keinem der Antwortgeber*innen der Zugang zum Internet für internetbasierte Medien fehlt und alle über passende Endgeräte verfügen. 5 der Teilnehmer*innen, welche Telefonkonferenzen nicht nutzen, sind mit der Anwendung nicht vertraut. Genauso viele Befragte nennen diesen Hinderungsgrund für audiovisuelle Kommunikationsmittel und soziale Medien. 4 der Teilnehmer*innen nutzen keine DorfApps oder Dorffunk, da Sie ebenfalls nicht damit vertraut sind. Eine Person gibt über eine offene Antwortmöglichkeit an, dass Telefonkonferenzen und audiovisuelle Kommunikationsmittel nicht notwendig seien.

Die Frage nach dem persönlichen Empfinden während der Nutzung von audiovisuellen Medien (Abbildung 3) erhält insgesamt 47 Antworten (Frage 4; Mehrfachnennungen möglich). Abbildung 3 zeigt die Verteilung der Antworten. 13 Personen geben an, dass die Nutzung keinerlei Auswirkungen für sie habe. 11 Bürger*innen können dazu keine Angabe machen, da sie diese Medien noch nie genutzt hätten. 6 Personen finden es befremdlich, ihr eigenes Gesicht oder Stimme am Bildschirm wahr zu nehmen und genauso viele geben an, dass diese Austausche mehr Energie und Konzentration kosten würden, als Treffen von Angesicht zu Angesicht. 5 Personen merken in diesen Situationen nicht, wie sie nach außen wirken, bzw. wahrgenommen werden. Über eine offene Antwortmöglich-

Abbildung 2: Hinderungsgründe bei der Nutzung von Kommunikationsmedien nach Angaben der Befragten

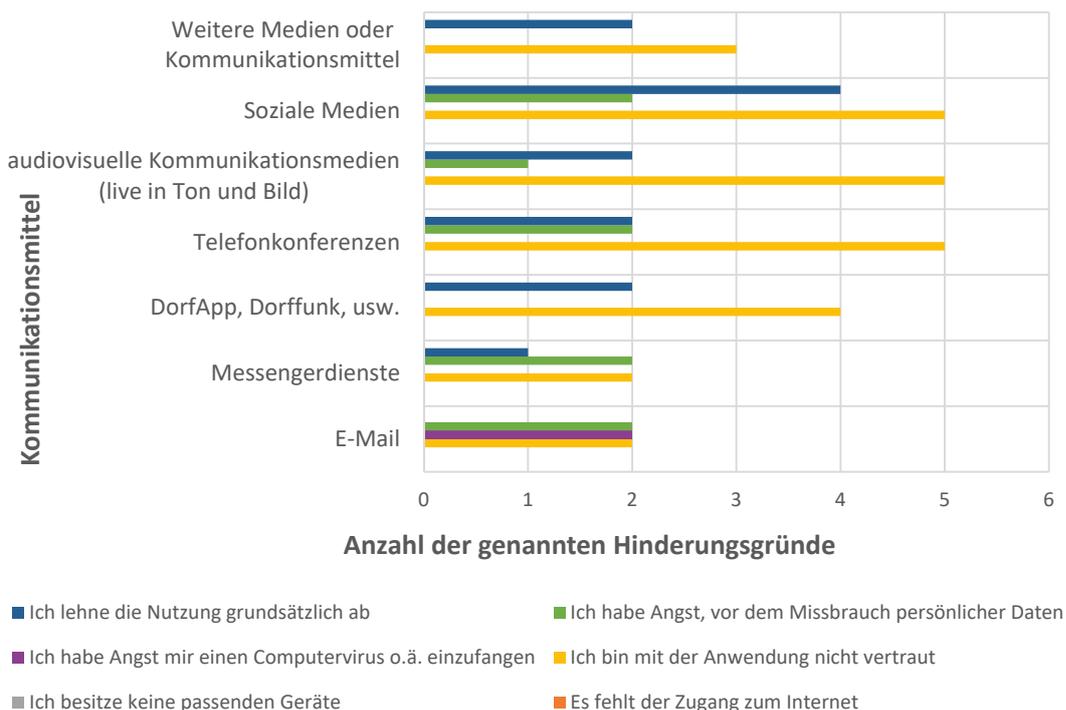
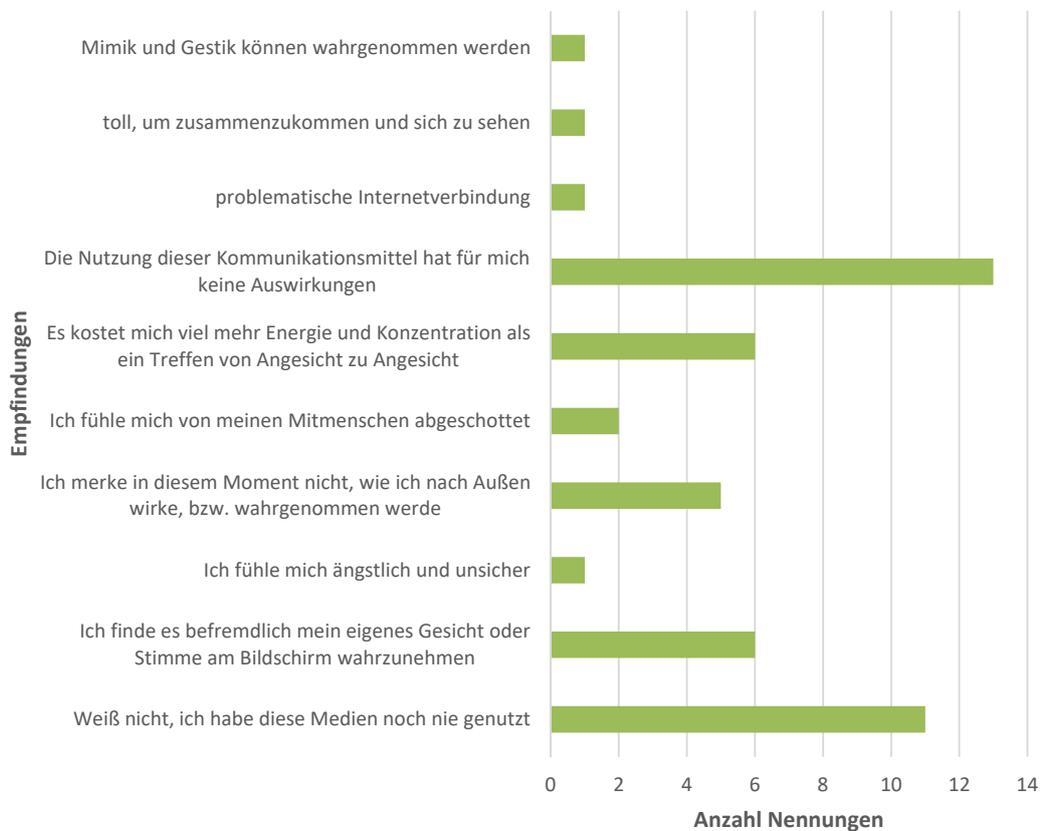


Abbildung 3: Empfindungen der Teilnehmer*innen bei der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmitteln



keit werden jeweils einmal „problematische Internetverbindung“, „toll, um zusammen zu kommen und sich sehen zu können“ und „Mimik und Gestik können wahrgenommen werden“ als weitere Empfindungsgründe genannt.

Abbildung 4 zeigt 41 Antworten zu der Frage, was die Befragten während der Nutzung von audiovisuellen Medien vermissen würden (Frage 4a; Mehrfachnennungen möglich). 16 Bürger*innen geben an, während der Nutzung von audiovisuellen Medien keine Körpersprache der anderen Teilnehmer*innen wahrnehmen zu können. Weiterhin vermissen 13 Personen einen direkten Augenkontakt zu anderen. Lediglich 5 Personen geben an, während einem audiovisuellen Austausch nichts zu vermissen. 4 der Befragten geben über eine offene Antwortmöglichkeit an, dass persönliche Gespräche fehlen würden und von jeweils einer Person wird eine zu langsame Internetverbindung und das Fehlen von spontanen Unterhaltungen angegeben. Auch ein „klarer Ton“, welcher „Zwischentöne“ erkennen ließe, würde verloren gehen.

Die 71 Antworten auf die Frage, welche Auswirkungen nach Meinung der Befragten die Nutzung der genannten audiovisuellen Kommunikationsmedien auf das Miteinander im Dorf haben, können in positive und negative Auswirkungen unterteilt werden

(Frage 5; Mehrfachnennungen möglich). 14 Personen sind der Meinung, dass audiovisuelle Kommunikationsmittel einen häufigeren Austausch im Dorf möglich machen. 10 Bürger*innen sehen in diesen Medien mehr Potentiale, etwas für das Dorf zu bewegen. Dem gegenüber stimmen jeweils 18 Personen den Aussagen „Das Zwischenmenschliche geht verloren“ bzw. „persönliche Treffen werden seltener“ zu. Zwei Personen geben über eine offene Antwortmöglichkeit an, dass sich diese Medien nicht durchsetzen würden. Abbildung 5 zeigt die Verteilung der Antworten.

Die Frage, ob Vereinstermine oder andere Treffen mit dorfbezogenem Kontext 2020 audiovisuell (in Ton und Bild) durchgeführt wurden, beantworteten 33 Teilnehmer*innen (Frage 6). Hiervon gaben 5 Personen an, dass Vereinstermine audiovisuell stattgefunden hätten. 27 verneinten diese Frage und lediglich eine Person wisse dies nicht. Nur 7 von 21 Personen können sich vorstellen, auch in Zukunft Treffen mit dorfbezogenem Kontext audiovisuell durchzuführen. Fasst man die 5 Antworten der offenen Teilfrage danach, welche Termine audiovisuell stattgefunden hätten, zusammen, waren es u. a. ortsansässige Sportgruppen, Mitgliederversammlungen politischer Parteien, Feuerwehrtermine und Vereinssitzungen. Die Teilfrage, was bei diesen digitalen Treffen gut gelaufen sei, beantworteten 3 Personen wie folgt:

Abbildung 4: Angaben der Teilnehmer*innen, welche Aspekte sie bei der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmitteln vermissen

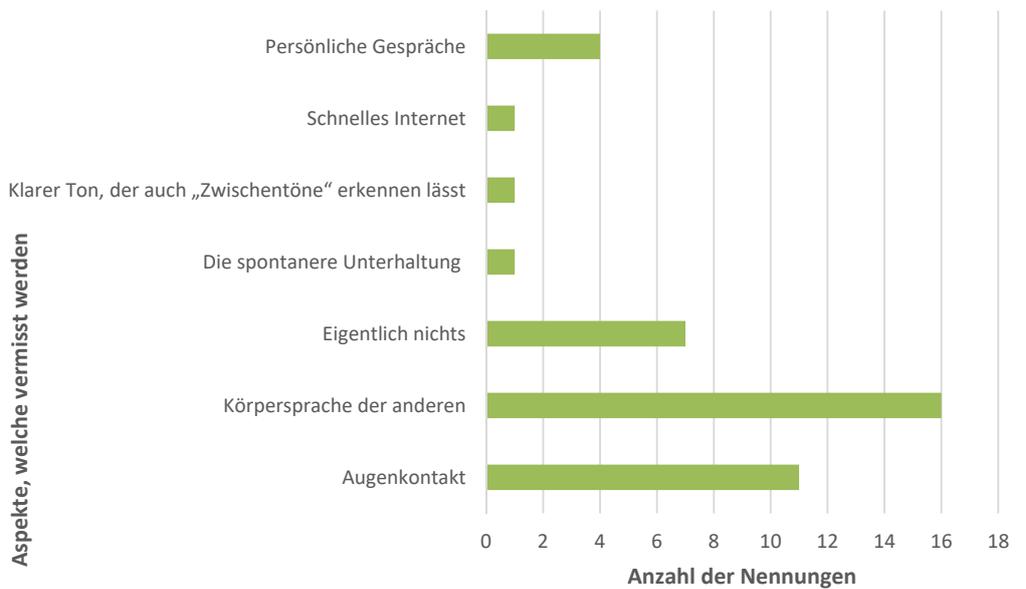
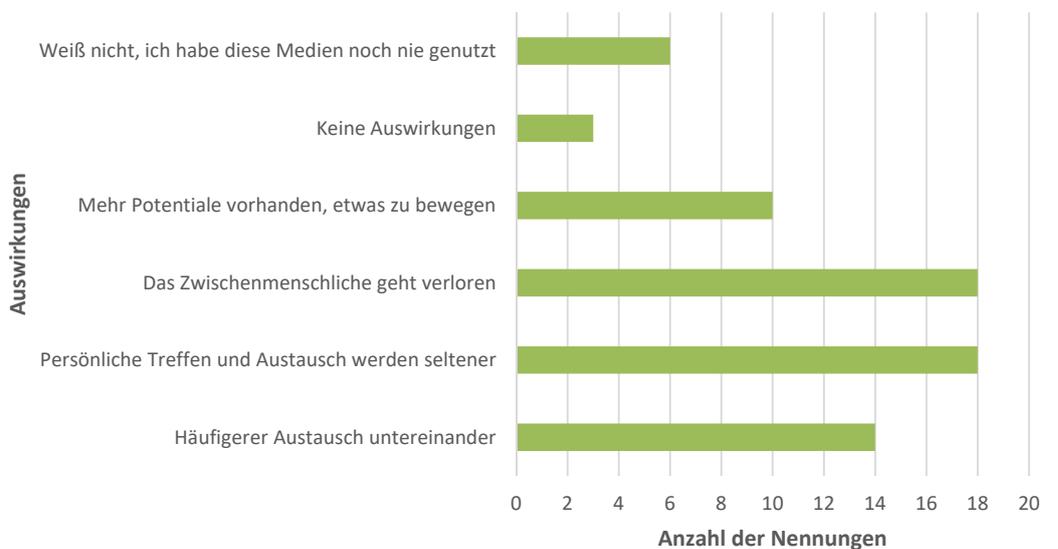


Abbildung 5: Auswirkungen der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmitteln auf das Miteinander im Dorf

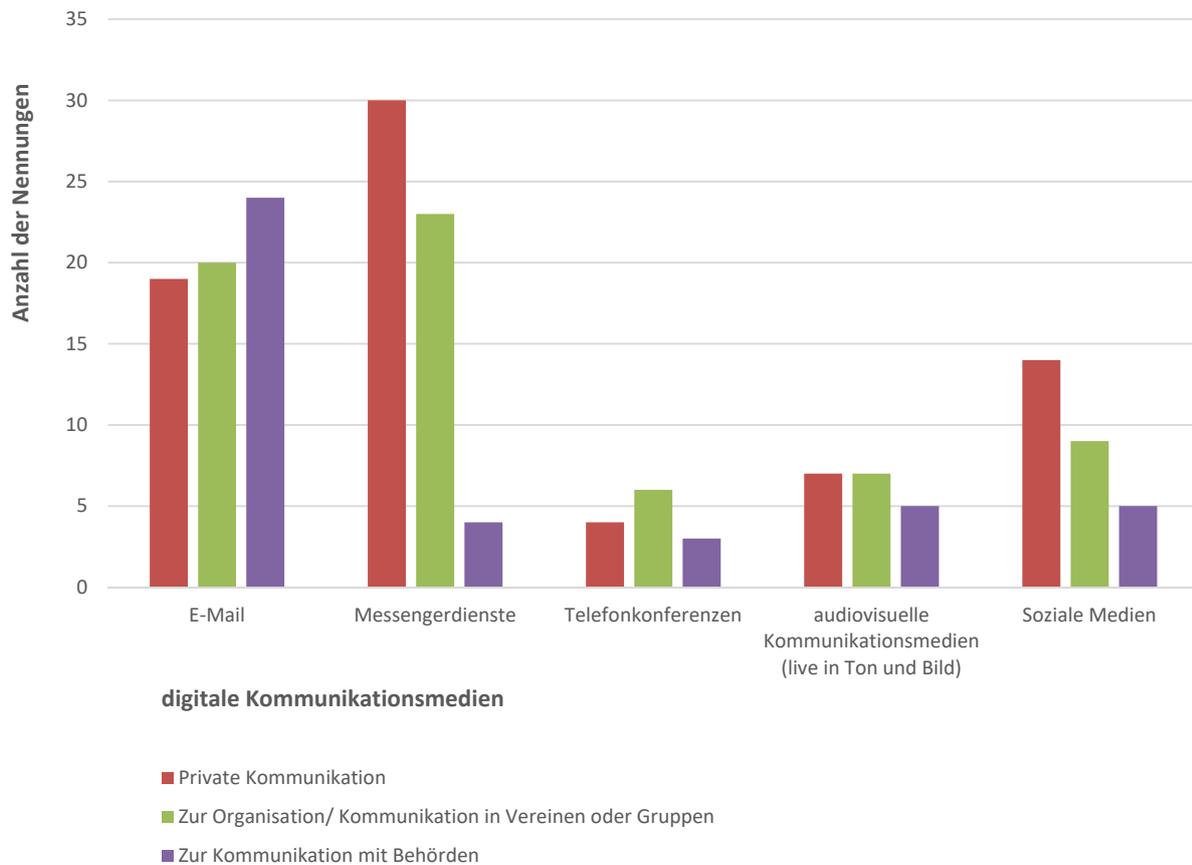


- Wir nutzen diese Möglichkeit schon seit dem 1. Lockdown und sind schon recht geübt darin. Es ist schön unsere Sportgruppe wenigstens über Skype zu sehen.
- Informationsweitergabe / -Bedarf bei mir; Austausch
- Gute Kommunikation mit Konzentration auf das Wesentliche

4 Antworten auf die Teilfrage, was bei diesen Treffen nicht so gut lief, benennen technische Probleme und eine schlechte Internetanbindung.

Die Antworten der Teilnehmer*innen auf die Frage nach Kommunikationsmitteln, welche innerhalb des Dorfes genutzt werden, um mit anderen Bürger*innen oder mit Behörden in Austausch zu treten, sind in Abbildung 6 aufgelistet (Frage 7; Mehrfachnennungen möglich). Zur privaten Kommunikation im Dorf werden am häufigsten E-Mails (von 19 Personen) und Messenger Dienste (von 30 Personen) genutzt. Mit 14 Stimmen nutzen weniger als die Hälfte aller Umfrageteilnehmer*innen soziale Medien zur privaten Dorfkommunikation. Telefonkonferenzen und audio-

Abbildung 6: Digitale Kommunikationsmittel, welche von den Befragten zur Kommunikation im Dorf untereinander, in Vereinen oder mit Behörden genutzt werden



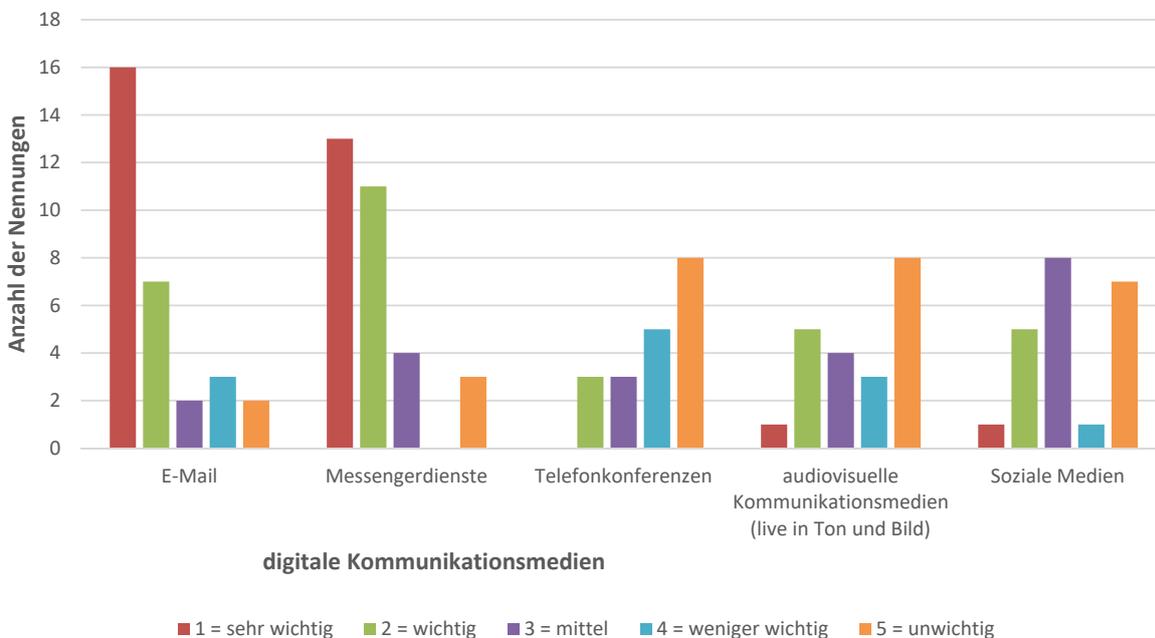
visuelle Medien werden kaum zu privaten Zwecken innerhalb des Dorfes genutzt. Diese beiden Kommunikationsmittel werden ebenso wenig für den vereinsbezogenen Austausch genutzt. Um innerhalb von Vereinen oder anderen Gruppen mit Dorfkontext zu kommunizieren, werden vor allem E-Mails (von 20 Befragten) und Messenger Dienste (von 23 Befragten) verwendet. Zur Kommunikation mit Behörden wird hauptsächlich auf E-Mails gesetzt (24 Personen).

Abbildung 7 zeigt den Grad der Wichtigkeit digitaler Kommunikationsmittel zur Nutzung innerhalb des Dorfes (Teilfrage zu Frage 7). 23 von 30 Personen empfinden die Nutzung von E-Mails als sehr wichtig oder wichtig. 24 von 31 Befragten stufen Messenger Dienste als sehr wichtig oder wichtig ein. Telefonkonferenzen werden von 13 von 19 Teilnehmer*innen als weniger wichtig oder unwichtig betrachtet. Audiovisuelle Kommunikationsmedien werden von 6 von 21 Personen als sehr wichtig oder wichtig eingestuft und von 11 Personen als weniger wichtig oder unwichtig. Ähnlich geteilter Meinung sind die Befragten bezüglich der Wichtigkeit von sozialen Medien in der Dorfkommunikation: 6 von 22 Bürger*innen empfinden diese als sehr wichtig oder wichtig,

8 Bürger*innen stufen diese als weniger wichtig oder unwichtig ein und 8 Personen geben eine mittlere Wichtigkeit an. 17 von 37 Personen beantworten die offene Frage danach, wer die in Frage 7 genannten Austausche organisiert und wie diese ablaufen (Frage 7a). Tabelle 1 zeigt die gebündelten Antworten. Häufiger genannt werden als Organisator der Vereinsvorstand, Vorsitzende oder jede Person mit einem Anliegen.

30 von 37 Befragten haben die Frage, ob Zielgruppen durch digitale Medien besser als bisher, bzw. überhaupt erreichbar sind, mit JA beantwortet. 7 Personen sind nicht dieser Meinung (Frage 8; Mehrfachnennungen möglich). Die Teilfrage, welche Zielgruppen dies sein könnten, beantworteten 25 Personen dahingehend, dass Jugendliche besser, bzw. überhaupt erreichbar seien. 19 Personen gehen davon aus, dass Menschen, die sich aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bisher nicht beteiligen können, durch digitale Medien eingebunden werden könnten. Und 18 der Teilnehmer*innen denken, dass Menschen, welche aus anderen Gründen nicht vor Ort sind, auf diese Art einbezogen werden könnten. Über eine offene Antwortmöglichkeit gaben 4 Personen folgende Antworten:

Abbildung 7: Einstufung der Wichtigkeit digitaler Kommunikationsmittel nach Angaben der Befragten



- Neu Zugezogene
- Menschen, denen ein Termin in Präsenz zu viel Zeit und Aufmerksamkeit kostet
- Urlauber
- Menschen, die eh stark digital unterwegs sind

Tabelle 1: Antworten zu der Frage, wer digitale Austausche in den Dörfern Tarbag, Ocholt und Garnholt organisiert und wie diese ablaufen

Organisation durch	Zum Ablauf
Jeder, der etwas will schreibt an	Die angeschriebenen Personen antworten
Diejenigen im Vorstand, die ein Anliegen haben schreiben eine E-Mail	
Im Zweiergespräch ruft man an oder kommt vorbei	
Der Verein	
Der Vorsitzende als Organisator und Moderator der Veranstaltung	
Vereinsvorstände	Vereinsvorstand gibt über WhatsApp den Termin der Videokonferenz bekannt und verschickt per E-Mail einen Skype-Link, über den sich alle Teilnehmer zuschalten können
Stellvertreter	
Schriftführer	
Ansprechpartner	
Man selbst	
Austausche werden meist durch den OBV organisiert	
Leiter einer Gruppe	
Mitglieder des Dorfvorstandes	
	Wir vereinbaren einen gemeinsamen Termin und beschließen wer die technische Organisation vornimmt.

Abbildung 8: Zielgruppen, welche in den Augen der Befragten durch digitale Medien erreichbar sind

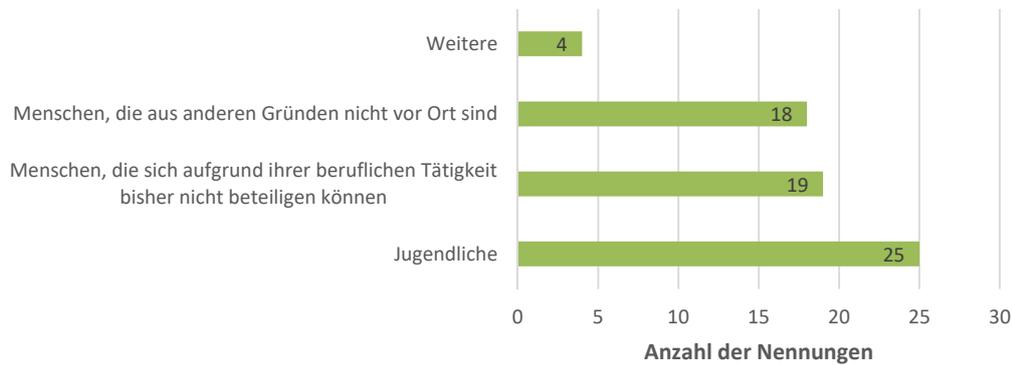


Abbildung 8 zeigt die Verteilung der gegebenen Antworten.

Fragen in Bezug auf das Modellprojekt „Gesundes Dorf – Bürgerinnen entwickeln ihre Zukunftsbilder“

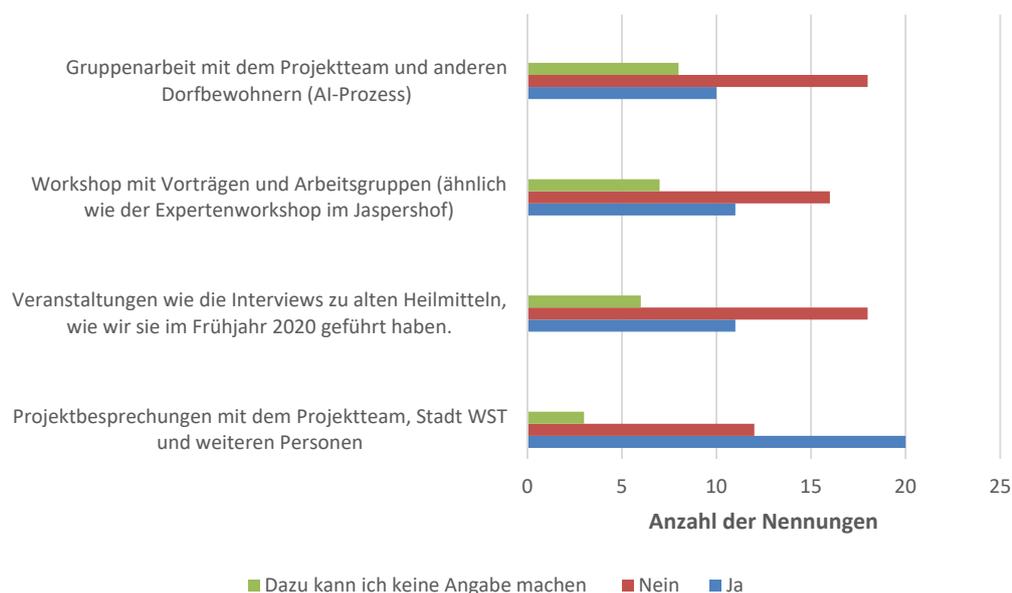
Von 33 Befragten können sich 13 vorstellen, dass mehr Teilnehmer*innen für Veranstaltungen des Modellprojektes gewonnen werden können, wenn diese audiovisuell, hybrid oder im Nachhinein zum Abrufen durchgeführt werden. 20 Personen sehen dies nicht so (Frage 9).

Die Frage, welche Veranstaltungen des Modellprojektes Gesundes Dorf sich die Befragten audiovisuell, also über Videokonferenzen vorstellen könnten, werden wie folgt beantwortet (Frage 10,

Abbildung 9): 20 von 35 Teilnehmer*innen können sich vorstellen, dass Projektbesprechungen mit dem Projektteam der Stadt Westerstede und weiteren Personen über Videokonferenzen durchgeführt werden. 12 Personen können sich dies nicht vorstellen, 3 Teilnehmer*innen geben an, dazu keine Angabe machen zu können. Veranstaltungen, wie die Interviews zu alten Heilmitteln können sich 18 von 35 Personen nicht als Videokonferenz vorstellen. 6 Personen können dazu keine Angabe machen und 11 Personen können sich dies sehr wohl vorstellen.

Auch Workshops mit Vorträgen und Arbeitsgruppen können sich die Mehrheit der Umfrageteilnehmer*innen (16 von 34 Befragten) nicht audiovisuell vorstellen. Dem gegenüber stehen 11 Personen, welche sich eine solche digitale Veranstaltung vorstellen können.

Abbildung 9: Veranstaltungen, welche sich die Befragten vorstellen können, audiovisuell durchzuführen



7 Befragte geben an, dazu keine Abgabe machen zu können. Gruppenarbeiten mit dem Projektteam und anderen Dorfbewohner*innen, wie z.B. den AI-Prozessen, können sich 18 von 36 Befragten nicht über Videokonferenzen vorstellen. 8 können dazu keine Angabe machen, nur 10 können sich dies sehr wohl vorstellen.

Abbildung 10 zeigt die Verteilung der Altersgruppen der Umfrageteilnehmer*innen (Frage 11). Die Mehrheit der Befragten sind im Alter von 36 bis 65 Jahren (25 von 37 Personen). 2 Personen sind zwischen 15 und 35 Jahre alt und 10 Personen sind über 65 Jahre alt.

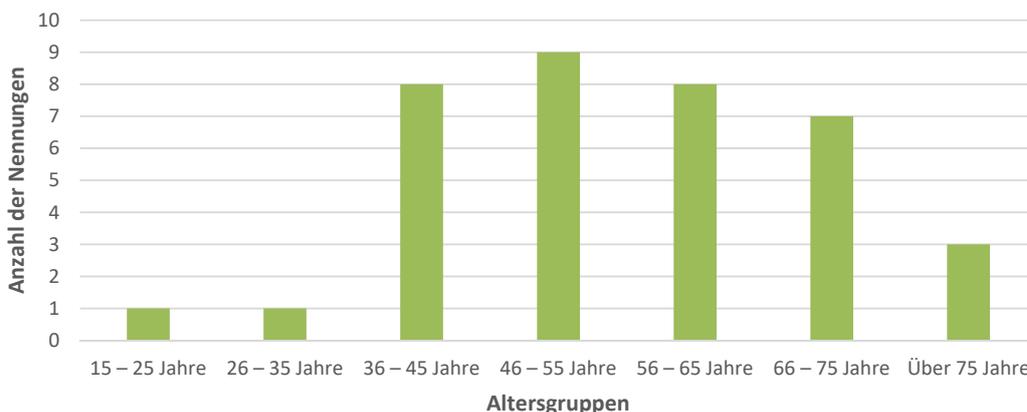
Bedeutung der Ergebnisse für das Modellprojekt „Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln ihre Zukunftsbilder“

Wie die Auswertung der Befragung zeigt, sind die Nutzung von Messenger Diensten und E-Mails die häufigsten Formen der digitalen Kommunikation, die von den befragten Bürger*innen genutzt werden. Daraus kann geschlossen werden, dass die große Mehrheit der Teilnehmer*innen mit diesen Medien vertraut ist und sich die Nutzung sowohl von Messenger-Diensten, als auch von E-Mails im Rahmen des Modellprojektes Gesundes Dorf empfiehlt. Die Einrichtung einer Messenger-Gruppe würde es ermöglichen, schnell und breit über den aktuellen Projektstand und alle bevorstehenden Veranstaltungen zu informieren und zudem Rückmeldungen zu erhalten. Diese digitale Kommunikationsform erscheint zudem gut geeignet, um jüngere Bevölkerungsgruppen gezielt anzusprechen und für eine Beteiligung zu gewinnen. Da alle befragten Personen angaben, über einen Internetzugang zu verfügen und ein geeignetes Endgerät zu besitzen, dürfte es durch zielgerichtete Informationen möglich sein, auch Personen für diese

Kommunikationsform zu gewinnen, die bisher keine Messenger Dienste genutzt haben. Zunächst könnte dies über E-Mail stattfinden, da auf diesem Weg bereits mit den Dorfvertretern der drei Dörfer des Modellprojektes kommuniziert wird. Darüber hinaus gibt es im Rahmen des Modellprojektes Gesundes Dorf bereits einen kleinen E-Mail-Verteiler, in welchem einige Adressen von weiteren Bürger*innen enthalten sind. Es würde sich anbieten, diesen Mail-Verteiler auszubauen und regelmäßige Informationen darüber zu verschicken.

Die Nutzung audiovisueller Medien, sozialer Medien und von Telefonkonferenzen ist bei den Bürger*innen bisher weniger üblich. Im Berufsalltag werden audiovisuelle Medien von 18 von 30 Befragten genutzt, für private Zwecke nutzen deutlich weniger (8 von 33 Befragten) Videokonferenzen. In Bezug auf dörfliche Belange sind es nur noch 6 Personen, welche diese Kommunikationsform nutzen. In den Fragen zum persönlichen Empfinden bei audiovisueller Kommunikation wurden „mangelnde wahrnehmbare Körpersprache“ (von 16 Befragten) und „Beeinträchtigungen wegen des fehlenden Augenkontakts“ (von 13 Befragten) als häufigste Antwort gegeben. Jeweils 6 bzw. 5 Personen empfinden es als befremdlich, das eigene Gesicht oder die eigene Stimme am Bildschirm wahrzunehmen und nicht zu wissen, wie man in diesem Moment von anderen Konferenzteilnehmer*innen wahrgenommen wird. Ebenso vielen Menschen kostet eine Videokonferenz mehr Konzentrationskraft als ein Treffen von Angesicht zu Angesicht. Im Gegensatz dazu fühlen sich 13 Personen durch diese Kommunikationsform nicht beeinträchtigt. 7 Personen gaben an, während diesen virtuellen Austauschen in Bezug auf Körperwahrnehmung und Interaktion gar nichts zu vermissen. 14 Personen halten durch die Nutzung von Videokonferenzen häufigere Austausche im Dorf für möglich und 10 Personen sehen dadurch mehr Potentiale,

Abbildung 10: Verteilung der Altersgruppen der befragten Bürger*innen



innerhalb des Dorfes etwas „bewegen“ zu können. Von 33 Befragten können sich zudem 13 vorstellen, dass durch eine audiovisuelle Durchführung mehr Teilnehmer*innen für Veranstaltungen des Modellprojektes gewonnen werden können.

Aus diesen Ergebnissen lässt sich ableiten, dass viele Menschen zwar bereit sind, audiovisuelle Medien zu nutzen, sich jedoch auch über die Grenzen dieser Form von Austausch bewusst sind. Es wird deutlich, dass teilweise noch Nachholbedarf bezüglich der Kenntnisse und der praktischen Erfahrungen im Alltag besteht. Wenn Veranstaltungen des Modellprojektes künftig audiovisuell angeboten werden sollen, müsste dafür Sorge getragen werden, dass die Bürger*innen Unterstützung in der Anwendung erhalten.

Bei 27 von 33 Befragten wurden Vereinstermine im Jahr 2020 nicht durch audiovisuelle Veranstaltungen ersetzt. Diese Tatsache kann als Indiz dafür gesehen werden, dass die meisten Bürger*innen eher unerfahren im Umgang mit audiovisuellen Medien sind und bekräftigt den Hinweis, Unterstützung für die Bürger*innen anzubieten, wenn Veranstaltungen oder Treffen digital stattfinden sollen. Eventuell sollte zunächst über die Möglichkeit der Unterstützung informiert und gleichzeitig nachgefragt werden, ob Termine audiovisuell stattfinden sollen und wenn ja, welche.

Nicht jede Art der Veranstaltung im Modellprojekt Gesundes Dorf ist im gleichen Maße geeignet digital durchgeführt zu werden. Hier sollte anhand der jeweiligen Schwerpunktthemen eines Termins (organisatorische Abstimmung, reine Informationsvermittlung, interaktive Prozesse mit besonderem Fokus auf zwischenmenschlichen Austausch etc.) abgewogen werden, in welchem Maße ein digitales Treffen einen Präsenzaustausch ersetzen kann. Projektbesprechungen mit der Stadt, dem Ministerium, dem Amt für regionale Landesentwicklung, dem Projektteam und jeweils einem Dorfvertreter können sich 20 von 35 Befragten audiovisuell vorstellen. Im Gegensatz dazu kann sich die Mehrheit der Befragten nicht vorstellen, Veranstaltungen, wie die Gruppeninterviews zu alten Heilmitteln, den Expertenworkshop oder die AI-Prozesse audiovisuell durchzuführen. Aus diesen Ergebnissen könnte geschlussfolgert werden, dass die sich aus dem Einsatz von Videokonferenzen ergebende persönliche Distanz innerhalb der Dorfkommunikation nicht gewünscht, im Austausch mit Behörden, Ämtern und Ministerien jedoch bevorzugt, oder sogar erwartet wird. Der Frage, welche Vorteile eine solche räumliche Trennung in der Kommunikation mit Behörden mit sich bringt, könnte in einer weiterführenden Studie nachgegangen werden.

1/3 der Umfrageteilnehmer*innen glaubt, dass sich mehr Personen an den Veranstaltungen des Modellprojektes beteiligen würden, wenn diese digital oder hybrid angeboten werden würden. Teile der Modelldörfer Garnholts und Tarbargs verfügen nicht über einen ausreichend schnellen Internetanschluss und ein Teil der Bürger*innen wäre deshalb von audiovisuellen Veranstaltungen ausgeschlossen. Dies spricht dafür, Präsenzveranstaltungen nicht komplett durch digitale Formate zu ersetzen. Es bietet sich an, hier Veranstaltungen in hybrider Form³ anzubieten. Auch für Dörfer mit gutem Internetanschluss bietet sich dies an. Die Unabhängigkeit vom Aufenthaltsort würde die Anzahl der beteiligten Personen vermutlich erhöhen und am Präsenzort wären wegen der geringeren Teilnehmer*innenzahl Corona-Maßnahmen, wie Abstandsgebote, einfacher durchzuführen. Allerdings fallen bei Hybrid-Veranstaltungen zusätzliche Kosten für notwendiges technisches Equipment und zusätzliches Personal an.

Grundsätzlich sollten Veranstaltungen im Projekt „Gesundes Dorf“ nach Möglichkeit so terminiert werden, dass sowohl Berufstätige, als auch Schüler*innen daran teilnehmen können. Weiterhin hat die Auswertung zur Nutzung von digitalen Kommunikationsmedien ergeben, dass bisher hauptsächlich E-Mails, Messenger Dienste und zum Teil soziale Medien genutzt werden. Diese Medien werden auch als wichtigste Kommunikationsmittel eingestuft.

Für das Projekt könnte daher in Erwägung gezogen werden, eine dorfübergreifende Messenger-Gruppe zu gründen, um Informationen zu teilen, ein Netzwerk aufzubauen und Werbung für kommende Veranstaltungen zu machen. Die hohe Antwortbeteiligung nach der Frage, welche Zielgruppen besser als bisher, bzw. überhaupt durch digitale Medien erreichbar wären, bekräftigt diesen Vorschlag, da durch eine Messenger-Gruppe vor allem gezielter jüngere Bürger*innen für das Modellprojekt und seine Veranstaltungen angesprochen und gewonnen werden könnten. Zu beachten ist dabei jedoch, dass nicht nur der Kommunikationskanal zur jüngeren Bevölkerung attraktiv sein muss, sondern auch die Kommunikationsinhalte deren Interessen angepasst werden müssen. ■

³ Hybridveranstaltungen werden vor Ort in Präsenz durchgeführt und live im Internet übertragen. Dabei ist i.d.R. sichergestellt, dass sich auch die Teilnehmer*innen vor den Bildschirmen beteiligen können.

Wertschätzende Kommunikation und audiovisuelle Medien – geht das miteinander?

Zur Komponente Wertschätzung

Definition

Laut Wikipedia bezeichnet Wertschätzung die positive Bewertung eines anderen Menschen. Sie gründet auf einer inneren allgemeinen Haltung anderen gegenüber. Wertschätzung betrifft einen Menschen als Ganzes, sein Wesen. Sie ist eher unabhängig von Taten oder

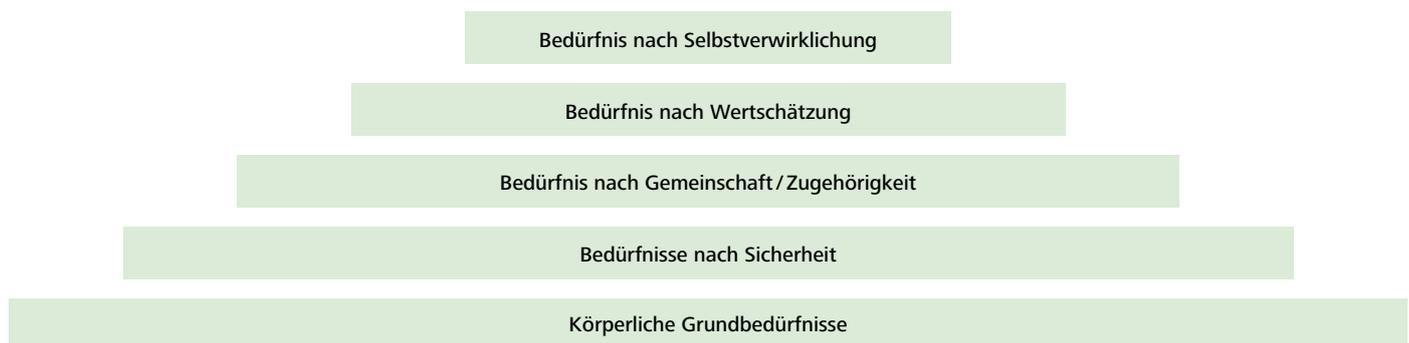
Wertschätzung	Lob
Seins-Ebene	Handlungs-Ebene
Was wir sind: • Sein/Wesen • Eigenschaften • ableitbar	Was wir machen: • Handlung • Fähigkeiten • beobachtbar
„Sie sind“	„Sie machen“
Die Absicht bei Wertschätzung ist auf Augenhöhe aufrichtig und wertschätzend in Kontakt zu treten, um jemandem mitzuteilen, wie er oder sie mein Leben bereichert hat.	Die Absicht von Lob ist, typischerweise jemanden dazu zu bringen, von etwas bestimmtem mehr zu tun.
Die Beziehung ist bei Wertschätzung auf Augenhöhe.	Bei Lob stellt sich der Lobgebende über die Person. Die Beziehung ist ungleich.
Die Aufmerksamkeit bei Wertschätzung liegt darauf, wie die andere eigene Leben bereichert hat.	Die Aufmerksamkeit liegt bei Lob auf, wie die andere Person ist Person das (gut oder schlecht – statisch).

Leistung.

Wertschätzung ist verbunden mit Respekt, Wohlwollen und drückt sich aus in Zugewandtheit, Interesse, Aufmerksamkeit und Freundlichkeit.

Wertschätzung als Motivator

In der Motivationsforschung, die sich auch auf die Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow gründet, bezeichnet sie die 4. Bedürfnis-



hierarchie und zählt zu den größten Motivationsfaktoren von Menschen:

Menschen mit einem hohen Selbstwert haben öfter eine wertschätzende Haltung anderen gegenüber, werden auch öfter von anderen gewertschätzt. Empfangene und gegebene Wertschätzung vergrößern das Selbstwertgefühl sowohl beim Empfänger als auch beim Geber.

Aus kommunikationspsychologischer Sicht

1981 veröffentlichte Prof. Dr. Friedemann Schulz von Thun in einem Rowohlt-Taschenbuch unter dem Titel *Miteinander reden. Störungen und Klärungen* sein grundlegendes Kommunikationsmodell mit den „vier Schnäbeln“ (des Senders) und den „vier Ohren“ (des Empfängers). Es wurde zu einem Standardwerk in der Aus- und Weiterbildung. Der zweite Band *Miteinander reden* erschien 1989 und nahm die Unterschiede zwischen den Menschen in den Blick, der dritte Band ab 1998 erhältlich mit dem Untertitel *Das innere Team und situationsgerechte Kommunikation*. An der Universität Hamburg gestaltete Professor Dr. Schulz von Thun zusammen mit Alexander Redlich seit 1976 bis 2009 den Studienschwerpunkt „Beratung und Training“ im Fachbereich Pädagogische Psychologie. Als Kommunikationstrainer konzipierte und leitete er zahlreiche Kurse und Fortbildungen mit dem Ziel der Verbindung von Professionalität und Menschlichkeit im beruflichen und politischen Bereich.

Ziel aller Kurse war ebenso „die innere Demokratisierung“, das Erlernen eines partnerschaftlichen Miteinanders zwischen Mann und Frau, Eltern und Kindern, Lehrern und Schülern, Ärzten und Patienten, Vorgesetzten und Mitarbeitern.

Schulz von Thun faszinierte der Gedanke, dass mit der politischen Demokratisierung des Staates und der Institutionen eine „innere Demokratisierung“ des Verhaltens und der persönlichen Werte, also eine Demokratisierung der Charakterstrukturen einhergehen müsse und dass die Psychologen mit ihrem Wissen um die Prinzipien der Verhaltensänderung hier eine wichtige Rolle als Helfer der „inneren Reform“ spielen können.

Das Kommunikationsquadrat

Bekannt geworden ist dieses Modell auch als „Vier-Ohren-Modell“. Wenn ich als Mensch etwas von mir gebe, bin ich auf vierfache Weise wirksam. Jede meiner Äußerungen enthält, ob ich will oder nicht, vier Botschaften gleichzeitig. Die vier Ebenen der Kommunikation haben nicht nur Bedeutung für das private Miteinander, sondern auch und vor allem für den beruflichen Bereich, wo das

Professionelle und das Menschliche ständig miteinander „verzahnt“ sind:

- **Eine Sachinformation** – worüber ich informiere
- **Eine Selbstkundgabe** – was ich von mir zu erkennen gebe
- **Einen Beziehungshinweis** – was ich von Dir halte und wie ich zu Dir stehe
- **Einen Appell** – was ich alles bei Dir erreichen möchte

Kommunikationspsychologisch gesehen, sind also, wenn wir miteinander reden auf beiden Seiten 4 „Schnäbel“ und 4 „Ohren“ daran beteiligt und die Qualität des Gespräches hängt davon ab, in welcher Weise diese zusammenspielen.

Was die zwischenmenschliche Kommunikation so kompliziert macht, ist: der Empfänger hat prinzipiell die freie Auswahl, auf welche Seite der Nachricht er reagieren will. Je nachdem, welches seiner 4 Ohren der Empfänger gerade vorrangig auf Empfang geschaltet hat, nimmt das Gespräch einen sehr unterschiedlichen Verlauf.

Die Beziehungsseite einer Nachricht

Wenn wir mit jemandem sprechen, geben wir (durch Formulierungen, Tonfall, Begleitmimik) auch zu erkennen, wie wir zu ihm stehen und was wir von ihm halten – jedenfalls bezogen auf den aktuellen Gesprächsgegenstand. In jeder Äußerung steckt somit auch ein Beziehungshinweis, für welchen der Empfänger oft ein besonders sensibles empfindliches Beziehungsrohr besitzt. Unser „Ohrenmerk“ auf diese Seite der Nachricht ist besonders groß, denn sie tragen langfristig auch zum Selbstkonzept des Empfängers bei.

Untersuchungen zum Betriebsklima und zum Führungsstil haben einen engen Zusammenhang zur Einsatzbereitschaft, Leistung und Gesunderhaltung der Mitarbeiter nachgewiesen.

Beziehungs-Botschaften gehen direkt ins „Herz“

Unser menschliches „Beziehungs-Ohr“ unterscheidet / kennt „nur“ die Ebenen

→ **Wertschätzung / Geringschätzung**

Wertschätzung	Geringschätzung
Höflichkeit und Taktgefühl Freundliche Ermutigung Wohlwollen und Achtung	Abweisend Herabsetzend Demütigend Emotional kalt Von oben herab Lächerlich machen beschämen
Reversibilität im Sprachverhalten: der Sender spricht mit dem Empfänger in einer Art und Weise, wie dieser auch mit dem Sender sprechen kann, ohne die Beziehung zu gefährden.	Irreversibilität im Sprachverhalten: der Sender spricht mit dem Empfänger nie in einer Weise, die sich dieser dem Sender gegenüber erlauben dürfte.
Botschaft: „Du bist für mich ein vollwertiger Partner, auch bei Konflikten und bei harten Auseinandersetzungen.“	Botschaft: „Ich verachte Dich.“

→ **Entscheidungsfreiheit / Bevormundung**

Entscheidungsfreiheit	Bevormundung
Einräumen von eigenen Entscheidungen und selbständige Aktivität	Anweisungen Vorschriften Fragen, Verbote etc.
Respekt vor der Autonomie von Menschen	Ziel: Denken und Handeln des Empfängers unter die Kontrolle des Senders zu bekommen

Schulz von Thun wies immer wieder gern darauf hin, dass menschliche Wesen ab dem Alter von 2 Jahren größten Wert auf ihre Autonomie legen und sich ein Repertoire an Verhaltensweisen „zulegen“, um diesem Grundbedürfnis Rechnung zu tragen.⁴

Aus neurobiologischer Sicht

Ansätze von Joachim Bauer/Universität Freiburg

Joachim Bauer ist der Meinung:

„Wir sind – aus neurobiologischer Sicht – auf soziale Resonanz und Kooperation ausgelegte Wesen. Kern aller menschlichen Motivation ist es, zwischenmenschliche Anerkennung, Wertschätzung, Zuwendung oder Zuneigung zu finden und zu geben.“ (...) (2006, S. 21)

„Neurobiologische Studien zeigen: Nichts aktiviert die Motivationssysteme so sehr wie der Wunsch, von anderen gesehen zu werden, die Aussicht auf soziale Anerkennung, das Erleben positiver Zuwendung und – erst recht – die Erfahrung von Liebe (...). Die Motivationssysteme schalten ab, wenn keine Chance auf soziale Zuwendung besteht.“ (2006, S. 35)⁵

Wenn Menschen sich einbringen und ihr Potenzial entfalten können, dann fühlen sie sich wertgeschätzt. Das Übertragen von Verantwortung ist eine Wertschätzungsvariante für Menschen, die nicht so gerne viele Worte machen. Das Einbeziehen in Entscheidungsprozesse wirkt in die gleiche Richtung, denn es signalisiert „Ich sehe Dich, Du bist hier wichtig!“

Wertschätzung und die Ausschüttung von Neurotransmittern

- erhöhen das Wohlbefinden und stärken das Immunsystem (Endorphin-Ausschüttung)
- verbessern die Konzentration und Handlungsbereitschaft (Dopamin-Ausschüttung)
- stärken Beziehungen, wirken entspannend und sorgen für Vertrauen (Oxytocin-Ausschüttung)
- steigern die Leistungskraft (Adrenalin-Ausschüttung)

⁴ Schulz von Thun, Friedemann (Auflage 2010): Miteinander reden 1. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

⁵ Bauer, Joachim (2006): Prinzip Menschlichkeit. Warum wir von Natur aus kooperieren. Hamburg: Hoffmann und Campe

Diese motivierenden Botenstoffe (Neurotransmitter) werden immer dann verstärkt ausgeschüttet, wenn wir Ziele erreichen, die unserem Gehirn als lohnenswert erscheinen. Als besonders förderlich hat sich aus evolutionärer Erfahrung heraus soziale Resonanz und Kongruenz, das Miteinander von Menschen und gemeinsames Vorgehen erwiesen. Deshalb setzt das Motivations- und Belohnungssystem im Gehirn genau hier an.

Das sind primär Ziele, die mit

- Zuwendung,
- Wertschätzung,
- Anerkennung,
- Zuneigung oder Liebe

in Verbindung stehen. Für unser menschliches Gehirn besonders attraktiv scheinen Lachen, Musik und Tanz zu sein.

Kommunikation und Spiegelneuronen

Kommunikation findet nicht nur über Worte statt, sondern über alle Sinneskanäle (Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Fühlen). Wir kommunizieren Sachinformationen und zusätzlich nehmen wir über Gestik, Mimik und Tonalität – intuitiv – die Gefühle des Gesprächspartners wahr. Ermöglicht wird dies durch die Spiegelneuronen, Nervenzellen im Gehirn, die die nicht-inhaltliche Kommunikation aus Gestik, Mimik etc. meist unmerklich analysieren und interpretieren.

Dabei werden über die Spiegelneuronen bei uns im Gehirn dieselben Emotionen ausgelöst, die unser Gegenüber gerade empfindet. Erscheinen die sachliche Botschaft und die nonverbale Kommunikation nicht kongruent, so wird dies zu Irritationen führen und auch der sachlichen Botschaft wird irgendwann mit Misstrauen begegnet.

Ansätze von Gerald Hüther

Gerald Hüther ist ein deutscher Neurobiologe und Autor vieler Bücher und Publikationen. 2016 beendete er seine universitäre Tätigkeit in Göttingen. Er plädiert für eine Neuausrichtung in der Biologie. Die Annahme der Konkurrenz als Triebfeder der Evolution lehnt er ab. Stattdessen plädiert er für einen Paradigmenwechsel in der Betrachtung von lebendigen Wesen: weg von der Objektbetrachtung hin zu einer Subjektbetrachtung. Jedes Lebewesen ist aus seiner Sicht mit individuellen Bedürfnissen und Intentionen ausgestattet. Gemeinsam ist allem Lebendigen die innewohnende Selbstorganisationskraft, die Anpassungsleistungen an veränderte

Rahmenbedingungen ermöglicht. Mit der von ihm ins Leben gerufenen Akademie für Potentialentfaltung berät er Initiativen, die diesen neuen Weg beschreiten wollen.

Auf Initiative des Bürgermeisters Mag. Peter Eisenschenk berät er die niederösterreichische Stadt Tulln in einem kommunalen Entwicklungsprozess. Ansätze von Prof. Dr. Gerald Hüther aus dem Entwicklungsprozess der Stadt Tulln – Die Stadt des Miteinanders: *„Das Hirn verwendet zur Signalisierung von gestörten Beziehungen zu anderen die gleichen Netzwerke, mit denen es körperliche Schmerzen signalisiert. Dem Hirn ist das Soziale genauso wichtig wie das Körperliche.“*⁶

Erstmals wurde in Tulln 2019 für den gesamten deutschsprachigen Raum der Aspekt der Wertschätzung in einen kommunalen Entwicklungsprozess unter Anleitung eines renommierten Hirnforschers angestoßen und integriert. *„Es geht um die Frage, wie man das Zusammenleben in Tulln gemeinsam so gestalten kann, dass es in Tulln für alle gut ist. Das geht niemals, indem sich die einen auf Kosten der anderen durchsetzen. Das erzeugt viel zu hohe Reibungsverluste.“*⁷

Erkenntnisse der Positiven Psychologie

Die Positive Psychologie wurde 1998 in den USA mit dem Ziel gegründet, zu erkunden, was das menschliche Leben lebenswert macht und wie Lebensumstände hergestellt werden können, die ein lebenswertes Leben ermöglichen. Die Positive Psychologie beschäftigt sich u. a. mit der Erforschung positiver Emotionen, ihren Auswirkungen auf Gehirn und Körper des Menschen und den evolutionären Hintergründen dieser Faktoren.

Ihr Begründer Martin Seligmann:

„Es gibt gute evolutionäre Gründe dafür, dass die meisten von uns nicht annähernd so geübt darin sind, der guten Ereignisse eingedenk zu sein, wie sie im Analysieren unglücklicher Vorfälle sind. Jene unserer Vorfahren, die viel Zeit damit verbracht haben, sich im Sonnenschein angenehmer Ereignisse zu räkeln, während sie sich besser auf Schlimmeres vorbereitet hätten, haben die Eiszeit nicht überlebt. Um also die natürliche Neigung unseres Gehirns, sich auf Katastrophen einzustellen, überwinden zu können, müssen wir an der Fähigkeit des Denkens an Dinge, die gut gelaufen sind, arbeiten und sie einüben.“
(2012, *Flourish – Wie Menschen aufblühen*, S. 57)⁸

2001 veröffentlicht Prof. Dr. Barbara L. Fredrickson – Professorin für Psychologie – ihre **broaden-and-build-Theorie**⁹. Der Theorie

⁶ Hüther, Gerald (2001): Bedienungsanleitung für ein menschliches Gehirn. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht Verlag

⁷ www.stadtdesmiteinanders.at/ueber-uns

⁸ Seligmann, Martin (2012): *Flourish – Wie Menschen aufblühen*. München: Kösel-Verlag

⁹ Fredrickson, Barbara (2009): *Die Macht der guten Gefühle*. Frankfurt am Main: Campus-Verlag

liegt die Erkenntnis zugrunde, dass Emotionen das Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster im Gehirn beeinflussen. Positive Emotionen wie Freude, Dankbarkeit etc. wirken erweiternd auf das Gehirn, während bedrohliche Situationen eine Einengung des Gehirns zur Folge haben, um unser Überleben durch z. B. Flucht oder Angriff zu sichern (Stammhirnmodus). Statt unmittelbare Probleme zu lösen, können gute Gefühle helfen, sich innerlich weiterzuentwickeln und so für härtere Zeiten zu wappnen. Positive Empfindungen vergrößern unser Gedanken- und Handlungsrepertoire und helfen damit, dauerhafte mentale Ressourcen aufzubauen. Ihre Forschungen haben belegt, dass Kreativität nicht nur eine Frage der individuellen Begabung, sondern auch der richtigen Stimmung ist. Wer sich gut fühlt, erfährt mehr als die Abwesenheit von Gefahr. In ihren Vorträgen verwendet sie gerne für das Gehirn unter Einfluss positiver Emotionen das Bild einer Seerosenblüte, die sich mit aufgehender Sonne immer weiter öffnet. Negative Emotionen führen zu einem Abschalten der Denkleistungen und Problemlösefähigkeiten, um eine Verengung ausschließlich auf den Überlebensmodus zu gewährleisten. Der sogenannte Disstress entsteht.

Disstress

Krankmachender Disstress entsteht zumeist nicht aus einer hohen Arbeitsbelastung, sondern vielfach aus dem Mangel an Anerkennung, Wertschätzung, Verbundenheit und menschlicher Nähe. Nichts, was im Körper geschieht, ist losgelöst von dem, was unser Gehirn wahrnimmt, wie es das interpretiert und welche Reaktion es dann aktiviert. Bewertet das Gehirn aufgrund seiner Erfahrung eine Situation als unangenehm, setzt es Stressbotenstoffe frei, die Puls, Kreislauf, Blutdruck und Atmung beschleunigen bzw. erhöhen. Ärger erzeugt das Bedürfnis anzugreifen; Angst, den Drang zu fliehen. Nimmt das Gehirn vergleichbare, negativ interpretierte Signale öfter wahr, steigert es seine Sensibilität; immer niedrigere „Dosierungen“ dieser Auslöser reichen dann aus, um Stress zu verursachen. Stress vermindert die Fähigkeit unseres Gehirns, Lösungen zu finden. Er beeinträchtigt das Herz-Kreislauf-System, die Immunabwehr, die Abwehrkraft gegenüber Erregern und Tumorzellen sinkt. Gleichzeitig steigt die Empfänglichkeit für Depressionen. Die neuesten Forschungen zeigen bei Menschen mit depressiven Störungen eine sehr hohe Cortisol-Konzentration im Blut. Cortisol wird bei erhöhtem Stress vermehrt ausgeschüttet. Durch den Bewegungsmangel der modernen Lebenswirklichkeit kann dieser erhöhte Stresspegel im Körper nicht mehr abgebaut werden. Der Körper verbleibt dadurch unfreiwillig in einem „Dauerzustand der Bedrohung“ und ist als solches nicht mehr lernfähig.

Digitale Medien – ein kritischer Blick aus gesundheitlicher Sicht

Der Lockdown im Frühjahr 2020 im Rahmen der Corona-Pandemie hat einen Digitalisierungs-Schub ausgelöst. Homeoffice mit Online-Videokonferenzen waren und sind in aller Munde. Sie ermöglichen Flexibilität, geringere Reisekosten, Zugänglichkeit aus der Ferne und auch Wiederholbarkeit durch Aufzeichnungen.

Neben den positiven Möglichkeiten der Zeitersparnis und der größeren Erreichbarkeit mehren sich allerdings auch die kritischen Stimmen. Der Begriff der "Zoom-Fatigue" breitet sich im Netz aus.

Die nachfolgenden Ausarbeitungen erfolgen vor dem Hintergrund einer Fragestellung nach den gesundheitlichen Auswirkungen der neuen audiovisuellen Medien. Die Ausarbeitungen dürften auch dem Anspruch auf Vollständigkeit nicht Rechnung tragen können, sondern bilden eine Internetrecherche ab, die sich ausschließlich mit kostenlosen Bildungsangeboten für Soziale Initiativen im Ehrenamtsbereich beschäftigt hat. Ausgangspunkt der Recherche war ein neues Förderangebot im startsocial-Alumni-Netzwerk zur digitalen Zusammenarbeit für soziale Projekte.

Von dort aus bin ich zu D3, einem Projekt der Stiftung Bürgermut, gelangt. Auf ihrer Webseite www.so-geht-digital.de stellen sie ehrenamtlichen und sozialen Initiativen fundiertes Knowhow für digitale Zusammenarbeit zur Verfügung.¹⁰

Bei ca. 20% der Bevölkerung - immerhin 16 Millionen Menschen in Deutschland - wird von „digital Abseitsstehenden“ gesprochen. Das sind all die Menschen, die entweder über keinen Internetzugang verfügen oder aber deren digitale Kompetenzen nicht über die Nutzung von Google und dem Abrufen von E-Mails hinaus ausreichen. Deutlich mehr Menschen fühlen sich von den neuen Medien überfordert und sind von einer selbstbestimmten Nutzung damit weit entfernt. Es stellt sich die Frage nach den Gründen hierfür und wie diese Hindernisse behoben werden können. Grundsätzlich stellen Online-Formate eine gute Möglichkeit dar, Menschen Teilhabe zu ermöglichen, die sonst aus Zeitmangel, wegen fehlender finanzieller Ressourcen, wegen eingeschränkter Mobilität oder aus anderen Gründen nicht an Präsenz-Veranstaltungen teilnehmen können.

In den Unterlagen von D3 wird jedoch auch herausgestellt, dass Online-Veranstaltungen nicht mit "einfacher und billiger" gleichgesetzt werden dürfen.

¹⁰ Stiftung Bürgermut (2020): D3 – so geht digital, Projekt der Stiftung Bürgermut. Abgerufen 29. November 2020 von <https://so-geht-digital.de>

Planung einer digitalen Veranstaltung

Unter der Überschrift „**Erst das Ziel, dann die Tools**“ stellt Ina Zukriegl-Schief im *virtuelle-konferenzen-gitbook* den – aus meiner Sicht – besten Ansatz zur Planung einer digitalen Veranstaltung zur Verfügung.¹¹

Aus ihrer Erfahrung heraus wirken bei der digitalen Zusammenarbeit vier Faktoren zusammen, die sich gegenseitig beeinflussen und gleichgewichtig berücksichtigt werden sollten:

- Haltung und Ziel
- Interaktionsformate
- Körperliches Wohlbefinden
- Technik

Bei den Planungen zurzeit scheint die Aufmerksamkeit allerdings fast ausschließlich auf den Einsatz der virtuellen Technik ausgerichtet. Zur effektiven Planung einer digitalen Veranstaltung schlägt sie ein Vorgehen in folgender Reihenfolge vor:

I. Haltung und Ziel/Mindset

Das Ziel sollte den Weg bestimmen und nicht die zur Verfügung stehende Technik. Wozu soll die Veranstaltung beitragen? Woran erkenne ich, ob eine Veranstaltung gelungen ist? Was ist mein Ziel mit der Veranstaltung? Geht es um konzentrierte Wissensvermittlung oder z.B. um ergebnisorientierte Zusammenarbeit? Welche Interaktionsformate brauche ich für meine Absicht und mein Ziel mit der Veranstaltung?

II. Interaktionsformate

Jede Zusammenarbeit braucht eine Struktur:

- Brauche ich Arbeit in Kleingruppen oder ist die Gruppe immer zusammen in einem Raum?
- Wie kann das Wissen aller sichtbar gemacht und geteilt werden?
- Welchen zeitlichen Rahmen hat meine Veranstaltung?
- Welche Pausen sind wie zu gestalten?

III. Körperliches Wohlbefinden

Die folgenden Zitate belegen, dass das körperliche Wohlbefinden in Bezug auf die Planung und Durchführung von Online-Veranstaltungen bisher weniger berücksichtigt werden, obwohl es auch bei diesen Veranstaltungsformaten eine zentrale Rolle spielt.

„Die Wahrung des körperlichen Wohlbefindens ist ein bisher stark unterbelichteter Aspekt bei der Planung von Online-Veranstaltungen.“
Ina Zukriegl-Schief (*Virtuelle-Konferenzen-Gitbook*)

„Wir müssen bedenken, wie anstrengend es auf Dauer ist, die 2D-Videostreams in das gewohnte 3D umzurechnen und all die kleinen Irritationen zu reflektieren: warum guckt der mich nicht an, wenn ich mit ihm rede?“ Hannes Jähnert (*Virtuelle-Konferenzen-Gitbook*)

„Wir investieren in Videokonferenzen viel mentale Energie, um fehlende soziale Hinweisreize herzuleiten. Wir sind – teilweise unbewusst - ständig am Ergänzen und Interpretieren dieser sozialen Situation. Gleichzeitig verarbeiten wir das Gesagte und erhalten ja den Dialog aufrecht. Unsere kognitiven Kapazitäten, all dies gleichzeitig zu tun, sind begrenzt. Das strengt uns an – und macht uns müde.“ Prof. Dr. Carmen Zahn (*Hochschule für Angewandte Psychologie am 15. Mai 2020*)

Das zentrale Sehvermögen des Gehirns wird bei Video-Konferenzen auf eine Weise herausgefordert, die es unmöglich macht, mit einem Blick alle Teilnehmer zu erfassen. Dabei wird das Gehirn zusätzlich von ungewohnten Reizen überfordert, während es hyperfokussiert, aber vergeblich nach nonverbalen Hinweisen sucht (z. B. Atmosphäre und Energie in einer Gruppe).

„Mythos Multitasking: Lernen ist eine kognitive Aufgabe, für die das Arbeitsgedächtnis, der Teil unseres Gedächtnisses, in dem wir Informationen temporär speichern und verarbeiten, einen begrenzenden Faktor darstellt. Je mehr wir gleichzeitig zu verarbeiten versuchen, desto weniger Aufmerksamkeit können wir den einzelnen Dingen widmen. Im Ergebnis machen wir mehr Schusselfehler, sehen dabei aber kompetent und wichtig aus.“ Mujeji, Nikil (2018)¹⁴

Hilfreiche Fragen zur Vorbereitung der Veranstaltung zur Wahrung des körperlichen Wohlbefindens:

¹¹ Zukriegl-Schief, Ina (2020): Erst das Ziel, dann die Tools. Abgerufen am 29. November 2020 von <https://virtuelle-konferenzen.gitbook.io/virtuelle-konferenz/konzeption/2.konzeption/2.2-erst-das-ziel-dann-das-tool>

¹² Jähnert, Hannes (2020): Zeitliche Gestaltung. Abgerufen am 29. November 2020 von <https://virtuelle-konferenzen.gitbook.io/virtuelle-konferenz/umzug-digital-zu-analog/1.umzug-analog-zu-digital/1.2-zeitliche-gestaltung>

¹³ zitiert in Jähnert, Hannes (2020): Zeitliche Gestaltung. s.o.

¹⁴ Mujeji, Nikil (2018): Lernmythen. In skeptiker. Zeitschrift für Wissenschaft und kritisches Denken. Roßdorf: TZ-Verlag und Print GmbH

- Wie viele Pausen können eingeräumt werden?
- Werden Räume zur Regeneration angeboten?
- Kann ich physisch aktive Übungen einbauen?
- Welche Teile der Veranstaltung können stattfinden, ohne dass sich die Teilnehmer vor den Bildschirmen treffen müssen, z. B. bei einem Spaziergang?
- Welche Interaktionen kann ich nutzen, um Abwechslung zu erzeugen?
- Wie kann ich Zeiten reinen Zuhörens/Zuschauens möglichst kurzhalten?
- Wie kann ich der Bildschirm-Erschöpfung vorbeugen?
- Wie verteile ich frontale und partizipative Elemente?
- Wie erhalte ich die ungeteilte Aufmerksamkeit der Teilnehmenden?

IV. Technik-Planung

Die Frage der Technik-Planung richtet sich vor allem nach den Interaktionsformaten: je frontaler das Format, desto weniger Technik und Anwendungskompetenz ist erforderlich. Je beteiligungsorientierter das Format, desto mehr zeitlicher Aufwand ist für die Vorbereitung erforderlich. Die Online-Moderation erfordert eine zusätzliche Kompetenz. Durch die beschleunigte Digitalisierung sind einige Anwendungen (wie Zoom) standardsetzend in den Fokus gerückt, gleichzeitig werden ständig neue Anwendungen entwickelt. Digitale Veranstaltungen brauchen eine andere Art der Vorbereitung als analoge Veranstaltungen. Sie beanspruchen zurzeit meist einen höheren Aufwand an Zeit und oft auch an finanziellen Ressourcen für eine professionelle Ausstattung und Experten-Knowhow.

„Zoom-Müdigkeit“

Je mehr und schneller Videokonferenzen zur Normalität des Alltags werden, desto mehr häufen sich Artikel und erste wissenschaftliche Veröffentlichungen zur „Zoom-Müdigkeit“.

Zoom-Fatigue – eine Studie des Institutes für Beschäftigung und Employability IBE, Ludwigshafen, September 2020

Im September 2020 führte Dr. Jutta Rump, Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Direktorin des Institutes für Beschäftigung und Employability, mit ihrem Team nach sechs

Monaten coronabedingten Home-Office eine Umfrage zur Online-Müdigkeit im deutschsprachigen Raum durch. "Zoom-Fatigue" wird dabei als Sammelbegriff für Müdigkeit und Erschöpfung durch virtuelle Kommunikationsplattformen aller Anbieter benutzt. Die Studie steht sowohl in der Textform als auch als ppt-Datei zum Download zur Verfügung und kommt zu folgendem Ergebnis: „Unbestritten ist Zoom-Fatigue/Zoom-Müdigkeit eine Entwicklung, der aktiv begegnet werden muss. Wenn dies nicht geschieht, besteht eine sehr große Gefahr, dass die psychische und physische Gesundheit der Beschäftigten beeinträchtigt wird. Die Folgen wären steigende Krankenstände, eingeschränkte Leistungsfähigkeit sowie sinkende Produktivität und Motivation. Auch die Attraktivität als Arbeitgeber kann folglich leiden.“¹⁵

Symptome der Zoom-Fatigue:

- Reduktion der Konzentration
- Fahrigkeit
- Ungeduld
- erhöhte Reizbarkeit
- fehlende Balance
- unwirsches Agieren gegenüber Mitmenschen
- genervt sein
- Kopfschmerzen
- Rückenschmerzen
- Gliederschmerzen
- Magenschmerzen
- Schlafstörungen
- Sehstörungen

Belastungstreiber lt. der Studie

I. Zwischenmenschliche Aspekte:

- fehlende nonverbale Kommunikation (Gestik, Mimik)
- fehlende menschliche Interaktion durch Small Talk und Netzwerken

II. Organisatorische Rahmenbedingungen:

- fehlende Pausen während der virtuellen Meetings und zwischen den Meetings
- fehlende "Leichtigkeit" in den virtuellen Meetings (hohe Versachlichung, kaum Humor)

¹⁵ Rump, Jutta & Brandt, Marc (2020): Zoom-Fatigue- eine Studie des Institutes für Beschäftigung und Employability IBE. Abgerufen am 06. Dezember 2020 von https://www.ibe-ludwigshafen.de/zoom_fatigue

III. Technische Rahmenbedingungen:

- schlechte Tonqualität
- Zeitverluste durch Latenzen
- instabile Internetverbindungen
- schlechte Bildqualität ist anstrengend für die Augen

Um Zoom-Fatigue zu vermeiden kommt die Studie zu dem Fazit:

- Zeitliche Begrenzungen der Meetings auf 45 Minuten sowie Pausen von mindestens 15 Minuten zwischen den virtuellen Meetings.
- Eine Moderation, die humorvoll ist und jede/n Teilnehmer/in mit einbezieht, kann für eine gute Struktur in Meetings sorgen und somit Belastungen verringern.

Digital Guide von 1&1 IONOS zur Zoom-Fatigue vom 28.09.2020¹⁶

Auf der Internetseite werden die Symptome von Zoom-Fatigue wie folgt dargestellt:

- Konzentrationsschwierigkeiten
- zunehmende Ungeduld und Gereiztheit
- Kopf- und Rückenschmerzen

Weiter ist dargestellt, dass in Folge der Ermüdung die Produktivität und die Qualität der Arbeitsergebnisse sinken und die Wahrscheinlichkeit für Fehler steigt. Man geht davon aus, dass der Gebrauch der vielen virtuellen Konferenzen die Menschen vor bestimmte neue psychologische Herausforderungen stellt, deren Bewältigung vom menschlichen Gehirn viel Aufmerksamkeit und Energie verlangt und damit auf Dauer in einen spezifischen Erschöpfungszustand führt, die Zoom-Fatigue.

Diese neuen – ungewohnten – psychologischen Herausforderungen werden wie folgt beschrieben und an dieser Stelle nur in gekürzter Form dargestellt:

Nonverbale Kommunikationssignale sind schwerer zu erkennen, da unser Blickfeld stark eingeschränkt ist bei den audiovisuellen Formaten. Unser Gehirn muss diese fehlenden Informationen ständig ergänzen und ist dadurch schneller erschöpft in seinen Kapazitäten.

Erhöhte Selbstaufmerksamkeit erzeugt Stress: viele Menschen haben eine schwierige Beziehung zu ihrem Spiegelbild. Die Teilnehmer sind mehr mit sich selbst beschäftigt, die Aufmerksamkeit ist von den Inhalten abgezogen.

Technische Störungen behindern und beeinflussen den Gesprächsfluss: für unser Gehirn bedeutet bereits eine Sekunde Verzögerung eine Mehranstrengung.

Die zwischenmenschliche Ebene ist beeinträchtigt: es fehlt der Blickkontakt und eine kanadische Studie hat bereits 2006 festgestellt, dass bei fehlendem Blickkontakt Menschen einander weniger Vertrauen und weniger Verständnis füreinander aufbringen können.¹⁷

Versuchung von Multitasking steigt bei digitalen Formaten im Vergleich zu analogem Arbeiten. Multitasking ermüdet jedoch sehr viel schneller und die Qualität der Arbeit leidet darunter.

Tipps zur Vermeidung von Zoom-Fatigue:

- nicht länger als 45 Minuten am Stück für die eine virtuelle Besprechung und dann mindestens 15 Minuten Pause für das Gehirn zur Entspannung
- die Seite empfiehlt Telefonkonferenzen, wenn sich die Gesprächspartner schon kennen, um die Aufmerksamkeit und Konzentration auf die Ergebnisse stärker auszurichten. Die Gehirne sind nicht zusätzlich mit Selbstbeobachtung und Teilnehmeranalyse beschäftigt.
- Videokonferenzen eignen sich dagegen, wenn es darum geht, eine Person zunächst besser kennenzulernen und die persönliche Ebene eine größere Rolle spielt.

Die kompletten Ergebnisse mit sehr vielen Studien im Hintergrund sind zu finden unter: www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/was-ist-zoom-fatigue/

Hilfreiche Tipps für „digitale Einsteiger*innen“

Um unerfahrenen Nutzer*innen einen möglichst unkomplizierten und barrierearmen Zugang zu digitalen Veranstaltungen zu ermöglichen, gibt es etliche nützliche Hinweise im Gitbook für virtuelle Konferenzen (Beitrag von Georg Förster, Johannes Grünecker und Michael Rosellen)¹⁸:

- Eigene Vorurteile über vermeintlich digital schwer erreichbare Zielgruppen hinterfragen. Die ersten Barrieren befinden sich häufig im eigenen Kopf!

¹⁶ 1&1 IONOS (2020): Was ist Zoom-Fatigue? abgerufen am 06. Dezember 2020 von <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/was-ist-zoom-fatigue/>

¹⁷ Quelle: Studie der kanadischen Einwanderungsbehörde 12/2006, Journal of Refugee Studies: On the Media Effects of Immigration and Refugee Board Hearings via Videoconference, Pages 433–452

¹⁸ Förster, Georg; Grünecker, Johannes & Rosellen, Michael (2020): Virtuelle Konferenzen und Veranstaltungen für digitale Einsteiger:innen – 8 Tipps, wie es gelingt Menschen den Einstieg in die virtuelle Welt zu erleichtern. Abgerufen am 29. November 2020 von <https://virtuelle-konferenzen.gitbok.io/virtuelle-konferenz/konzeption/3.-virtuelle-konferenzen-und-veranstaltungen-fuer-digitale-einsteiger-innen>

- Testen, testen, testen. Gerade digitale Einsteiger*innen brauchen Möglichkeiten um sich zu vergewissern, dass die eigene Technik und der Umgang damit reibungslos funktionieren.
- Niedrigschwellige Einstiegsangebote ermöglichen. Eine eher informelle virtuelle Gesprächsrunde eignet sich besser zum Einstieg als eine große formelle Veranstaltung.
- Hybrid als Einstieg in virtuelle Formate. Für wen die Teilnahme alleine am eigenen Rechner nicht in Frage kommt, kann das gemeinsame Teilnehmen mit anderen in einem Raum die Schwelle deutlich senken.
- Die Perspektive der Teilnehmenden mit bedenken. Wenn ich weiß, was die Teilnehmenden sehen, kann ich ihnen bei Problemen behilflich sein.
- Screenshot-Anleitungen und Videos in der Sprache der Zielgruppe bereitstellen. Hierfür sollte man die Nutzer*innen frühzeitig in die Entwicklung solcher Materialien einbinden.
- Eigene Räume für den Support von Einsteiger*innen bzw. für das Troubleshooting z. B. als Break-Out-Räume anbieten.
- Negative Dynamiken vermeiden – die technischen Schwierigkeiten Einzelner sollte man ernst nehmen, aber sie dürfen nicht die gesamte Veranstaltung dominieren.

Soziales, Herzlichkeit und Vertrauen – passt das in und zu digitalen Formaten?

Über das Soziale im Digitalen – eine Serie im Projekt D3 der Stiftung Bürgermut – bin ich auf Michael Metzger gestoßen. Er ist Design-Thinking-Coach, Journalist, Moderator und Mitbegründer der Online Facilitator Academy (ausgelöst durch die Corona-Krise im Frühjahr 2020).

„Menschliche Zusammenarbeit funktioniert anders im Digitalen, die Aufmerksamkeitsspannen sind kürzer. Kommunikation findet anders statt, soziale Wärme und Herzlichkeit müssen anders hergestellt werden. ... Empathie erzeugt soziale Wärme, und die ist die Grundlage für Kooperationen. Wenn Menschen gemeinsam etwas auf die Beine stellen und die Kooperation auf Vertrauen basiert, dann wird im Gehirn das Hormon Oxytocin ausgeschüttet. ... Als Botenstoff im Gehirn beeinflusst es aber auch das Fühlen und Handeln, es vermindert Angst und führt zu mehr Offenheit. Wer Vertrauen erfährt, dem fällt es selbst leichter, zu vertrauen.“¹⁹

Und weiter:

„Wie aber kann Empathie, Soziale Wärme und Kollaboration ermöglicht werden, wenn Physical Distancing nicht mehr erlaubt, dass wir uns nahekommen? In digitalen Räumen können wir uns

nicht umarmen und trösten. Die Pupillen in den Augen des Gegenübers erkennen wir nicht immer sofort, und manchmal nur zeitversetzt, weil das Bild mal kurz eingefroren ist. Ob jemand rot wird oder nicht, kann man in Zoom- und Skype-Calls nur schwer deuten. ... Im Digitalen fällt es schwerer, gemeinsam Erfolge zu feiern. Mit Bier anstoßen, gemeinsam am Lagerfeuer liegen und in die Sterne schauen ist auch nicht drin. Das bedeutet aber nicht, dass Digitale Räume kalt bleiben müssen. Soziale Wärme muss im Digitalen anders gedacht und neu ermöglicht werden.“

Aus der Sicht und Erfahrung von Herrn Metzger heraus, können die obigen Themen – Bildung und Erhalt von Gemeinschaftserleben, Herzlichkeit, Nähe und Vertrauensbildung – zurzeit (noch) nicht ausreichend abgedeckt werden.

In seinem Blog unter www.onlinefacilitator.de beschreibt Michael Metzger die sechs größten Herausforderungen im Digitalen wie folgt:

	Herausforderung	Erläuterungen
1	Überlappung von Räumen und Rollen	Alle Ablenkungen sind im Online-Format nur einen Mausklick entfernt. Im Homeoffice kommen dazu die Ablenkungen aus der realen Welt durch Kinder und Partner.
2	Verkürzte Aufmerksamkeitsspanne	Länger als 50 Minuten lässt sich die Konzentration im digitalen Raum nicht aufrechterhalten. Danach benötigt das Gehirn mindestens 15 Minuten Pause.
3	Verminderte Gestik und Mimik	Weil wichtige nonverbale Signale nicht richtig rüberkommen, ist das Gehirn ständig auf der Suche nach einer Analyse des Gegenübers.
4	Primat der Technik	Die Technik für Online-Formate ist meist nicht selbsterklärend. Es gibt zudem ein großes Wissensgefälle und dieses sollte in die Planungen von Online-Formaten pro-aktiv eingeplant werden.
5	Visualisierung und Haptik	Wie kann man einen Gegenstand im digitalen Raum herumreichen? Visualisierung und Haptik sind online möglich, funktionieren aber ganz anders. Je leistungsstärker digitale Tools sind, desto komplizierter ist es oft, sie zu bedienen.
6	Soziale Wärme und	Effizienz ist nicht alles. Es braucht neue Ansätze für soziale Wärme und Herzlichkeit, damit digitale Räume nicht anonym und unterkühlt bleiben.

(Metzger, 2020)

¹⁹ Metzger, Michael (2020): Soziales im Digitalen. abgerufen am 06. Dezember 2020 von <https://so-geht-digital.de/soziales-im-digitalen-teil-1-so-ticken-wir/>

²⁰ Metzger, Michael (2020): Die sechs größten Herausforderungen im Digitalen. abgerufen am 10. Dezember 2020 von www.onlinefacilitator.de

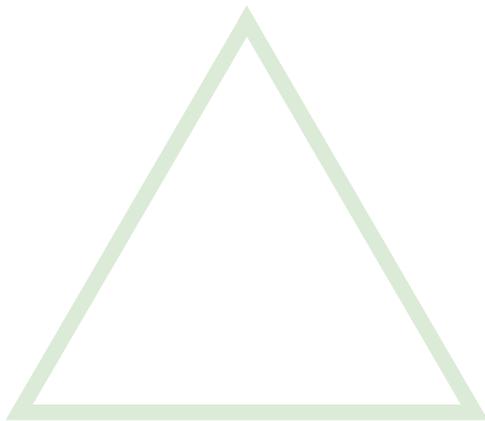
Gehirngerechtes Lernen

Nachdem ich mittlerweile seit über 20 Jahren in der Erwachsenenbildung als Dozentin tätig bin, entwickle ich meine Lernkonzepte auf der Grundlage neurobiologischer Erkenntnisse: wie geht gehirngerechtes Lernen? Wie kann die ursprüngliche Lernfreude eines jeden Menschen möglichst lange erhalten bleiben oder wiedererweckt werden?

In einer Weiterbildung Neurobiologische Grundlagen der Erwachsenenbildung der Uni Bremen habe ich dazu das einfache theoretische 3S-Modell nach Eric Berne erlernt, das sich sowohl in der theoretischen Konzeption als auch in der Praxis der Weiterbildungsseminare bewährt hat.

Das menschliche Gehirn mag/braucht für erfolgreiche Lernprozesse

Streicheleinheiten/strokes



Struktur

Stimulation

Struktur erfährt das Gehirn durch Regeln und Regelmäßigkeiten (z. B. feste wiederkehrende Zeiten, Orte, Rituale). Der physiologische Konzentrationsbogen eines erwachsenen Gehirns beträgt 45 Minuten. Danach braucht es 15 Minuten Entspannung. Bei starker geistiger Beanspruchung ist es förderlich täglich mit Ausdauerbewegung (ca. 1 Stunde) das Gehirn zu entlasten und zu erfrischen.

Stimulation erfährt das Gehirn durch Abwechslung. Nichts sorgt so sehr für Abschalten des Gehirns wie Eintönigkeit. Der Hippocampus ist die Schlüsselstelle für das Lernen. Er lässt Informationen zu – oder auch nicht. Je nachdem, ob er Lust dazu hat. Er langweilt sich sehr schnell und die Folge: die Person ist zwar noch körperlich anwesend, aber es kommen keine Informationen mehr im Gehirn an. Wenn ständig dieselbe trockene Information kommt, hat der Hippocampus keine Freude und schließt die Tür. Er steht auf Abwechslung und Spaß. Auch Veränderungen in der Stimmlage des Sprechenden reichen oft schon aus. Der Hippocampus ist

zuständig für die Aufmerksamkeit eines Menschen. Während des Nacht-Schlafes (Tiefschlafphase) werden die Inhalte des Hippocampus in die Großhirnrinde transportiert. Dieser Vorgang ermöglicht, dass menschliche Gehirne am nächsten Tag wieder geistig erfrischt neue Informationen aufnehmen können. Das Ordnen, Sortieren und Strukturieren der Inhalte erfolgt in den REM-Phasen des Schlafes.

Beim Lernen muss also eines stimmen: die emotionale Atmosphäre. Das leitet zum dritten „S“ über:

Strokes / Streicheleinheiten braucht das Gehirn. Regelmäßige Erfolgserlebnisse sind das Geheimnis: Freude über Gelungenes führt zur Ausschüttung von Dopamin im Mittelhirn und ist zwingend erforderlich für die Verarbeitung von Informationen. Es macht die Zellen besonders sensibel für das Empfangen neuer Informationen. Dopamin führt auch dazu, dass Informationen besonders fest im Gedächtnis verankert werden und auch besonders gut wieder abgerufen werden können.

Alles, was dem Gehirn Freude bereitet, ist förderlich für Lernprozesse. Gerald Hüther weist immer wieder gern darauf hin, dass wir eine Anpassung der Schulen an die neurobiologischen Erkenntnisse brauchen. Er wird nicht müde, in seinen Vorträgen über Begeisterung als „Dünger für das Gehirn“ zu sprechen:

„Das kennen wir alle: Wenn einem etwas wirklich wichtig ist, dann strengt man sich auch an, um es zu erreichen. Wenn es dann tatsächlich klappt, ist man hellauf begeistert. Und immer dann, wenn man sich so richtig für etwas begeistert, wenn es einem unter die Haut geht und man etwas besonders gut hinbekommen hat, wird im Mittelhirn eine Gruppe von Nervenzellen erregt. Die schütten dann an den Enden ihrer langen Fortsätze einen Cocktail neuroplastischer Botenstoffe aus. Zum Leidwesen aller tapferen Pflichterfüller passiert das nie im Routinebetrieb des Gehirns, wenn man all das abarbeitet, was anliegt, sondern nur in diesem wunderbaren Zustand der Begeisterung. Die bekanntesten dieser neuroplastischen Botenstoffe heißen Adrenalin, Noradrenalin und Dopamin, auch Peptide wie Endorphine und Enkephaline gehören dazu. Sie alle lösen auf die eine oder andere Weise in nachgeschalteten Nervenzellen eine rezeptorvermittelte Signaltransduktionskaskade aus. All jene neuronalen Netzwerke werden ausgebaut und verstärkt, die im Hirn aktiviert worden waren, um genau das zustande zu bringen, was der betreffenden Person ganz besonders am Herzen lag.“ (Hüther, 2006)²¹

Spielt Angst im Lernprozess eine Rolle, wird der Mandelkern – die Amygdala – aktiviert und der Lernprozess blockiert. Die Amygdala ist unsere menschliche „Alarmanlage“, die bei Gefahr sofort die Abwehr aktiviert und damit Kreativität ausschließt. ■

²¹ Hüther, Gerald (2001): Bedienungsanleitung für ein menschliches Gehirn. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht Verlag

Lässt sich die Methode AI auch digitalisiert als beteiligungsorientiertes Verfahren durchführen?

Einführung Appreciative Inquiry

Appreciative Inquiry ist eine Methode und Haltung, die gängiges problem- und defizitorientiertes Denken hinter sich lässt und

- die Motivationen,
- Ressourcen
- und Talente

von Individuen und Gruppen als Grundlage von Interaktionen miteinander nutzt.

Begründer und philosophische Hintergründe

Das systematische Konzept von Appreciative Inquiry AI entstand in den 1980er Jahren in den USA und wurde hauptsächlich von David Cooperrider und Diana Whitney entwickelt und versteht sich als Ansatz, um in Systemen Veränderungsprozesse anzustoßen und tragfähig für alle Beteiligten zu gestalten.

Wörtlich übersetzen kann man „**Appreciative Inquiry**“ mit „**Wertschätzender Erkundung**“. Inquiry kann als „Erkundung“ im Sinne von neugierigem Erforschen mit der Offenheit für neue Potentiale und Möglichkeiten bezeichnet werden. Appreciative als „wertschätzend“ in dem Sinne, dass diese Haltung und Vorgehensweise das Potential von Individuen und sozialen Systemen zum Träger von Veränderung nutzbar macht.

Der Veränderungsprozess bezieht sich bei AI auf den „Organismus“, auf die menschlichen Aspekte und das soziale System der Organisation (im Gegensatz etwa zu betriebswirtschaftlich orientierten Veränderungskonzepten). Der Fokus wird dabei nicht auf die Verdeutlichung der Diskrepanz zwischen Soll und Ist gelegt, vielmehr werden die Potentiale der Menschen und der Organisation/des Systems freigelegt und gefördert. Statt Veränderung durch die Analyse von Fakten und Daten zu erreichen, werden die „weichen“ Faktoren als entscheidend für Veränderung von Wirklichkeit angesehen.

Philosophische Ursprünge finden sich

- in Positiver Theologie (Betonung eines „Ursegens“ anstelle einer „Ursünde“),
- Positiver Psychologie (Erforschung positiver Emotionen etc.)
- und Positivem Management (anstelle von zu erfüllenden Kompetenzkatalogen Stärkung von individuellen Fähigkeiten von Mitarbeitern).

Anwendungsgebiete

Die methodische Umsetzung dieses Ansatzes – der aus der Organisationsentwicklung stammt – wurde sowohl in großen Unternehmen als auch in Nichtregierungs-Organisationen, in Städten und Gemeinden, vor allem in den USA, erprobt und beständig weiterentwickelt.

Interessant ist der Ansatz besonders im sozialen und im non-profit-Bereich, da hier weniger wirtschaftliche Prozesse mit bestimmten Produkten als Endergebnis im Vordergrund stehen, sondern Lernprozesse und die Entwicklung von sozialen Beziehungen untereinander als Grundlage dauerhafter Veränderung.

Theoretische Einflüsse

Appreciative Inquiry ist eines der wenigen US-amerikanischen Organisationsentwicklungsverfahren, das sich aus universitärer Forschung heraus entwickelt hat und immer wieder theoretische Reflektionen einfließen lässt.²²

Konstruktivistische Perspektive:

Soziale Systeme werden bewusst als menschliche erdachte und verfestigte Konstruktionen wahrgenommen. Sie sind dann veränderbar, wenn Menschen sich neue Bilder machen, wie Wirklichkeit zu verstehen und zu organisieren ist. Sämtliche Beteiligten sind als Experten anzusehen, dass sie das soziale System, in dem sie aktiv sind, mit ihren Perspektiven und Wirklichkeitskonstruktionen gebildet haben. Die Expertise eines Begleiters/Moderators bezieht sich nach konstruktivistischem Verständnis darauf, die Beteiligten einzuladen, ihre Visionen, Fähigkeiten und Bedürfnisse aktiv in den Prozess einzubringen.

Systemisches Menschenbild:

Soziale Systeme bestehen nicht aus einer Ansammlung von Menschen, die durch gezielte individuelle Interventionen Veränderungen vornehmen können. Lineare Modelle von Ursache und Wirkung greifen in sozialen Systemen aufgrund der Wechselwirkung innerhalb eines prinzipiell undurchschaubaren, komplexen Ganzen nicht mehr. Soziale Systeme schließen Handlungen an Handlungen an, die innerhalb dieses Systems Sinn machen und Bedeutung erlangt haben. Das Individuum tritt zugunsten der Dynamik von Systemen in den Hintergrund. Es geht vielmehr darum, die Selbstorganisationsfähigkeit eines sozialen Systems zu ermöglichen. Veränderung liegt nicht in der Hand von Individuen, sondern in der Fähigkeit eines selbstorganisierten Systems, sich als System zu verändern und flexibel auf neue Umwelthanforderungen reagieren zu können.

²² Cooperrider, D.L.; Whitney, D.; Stavros, J.M. (2004): Appreciative Inquiry Handbook - For Leaders of Change. Brunswick, Ohio: Crown Custom Publishing, Inc.

Positiver Fokus:

Die Welt ist kein Problem, das gelöst werden muss. Es gibt in sozialen Systemen immer etwas, das bereits funktioniert, das Menschen motivierte, in diesem Kontext aktiv zu sein. Eine solche Herangehensweise ist ungewohnt und widerspricht der gängigen "Defizitorientierung". Im Kontext von AI erfüllt das positive Prinzip die Aufgabe der Verbesserung der sozialen Interaktion und Umsetzungsbereitschaft der Beteiligten. Das positive Prinzip erhöht die Selbstorganisationsfähigkeit von sozialen Systemen, die sich - wie Pflanzen dem Licht - immer dem zuwenden, was sie am Leben erhält, bestätigt und motiviert. Mit dieser Sichtweise werden soziale Systeme und Organisationen als Organismen gesehen, die den grundsätzlichen Willen und die grundsätzliche Fähigkeit haben, sich weiter zu entwickeln und auszudifferenzieren.

Wertschätzender Fokus:

In Ausgangspunkt, Herangehensweise und Weltbild werden unterschiedliche Dimensionen und Ressourcen von sozialen Systemen und Organisationen ernst genommen und in den Veränderungsprozess mit einbezogen. Mit einer wertschätzenden Orientierung wird auf den individuellen wie vernetzten Visionen eines sozialen Systems aufgebaut. Diese werden nicht in Form einer objektiven Analyse ermittelt, sondern durch Symbole, Metaphern und Geschichten. Aus diesen werden in die Zukunft verlängerte Visionen erstellt. Die Verwirklichung angestrebter Zukunft ist hier weniger ein technisch geplanter Prozess, sondern eher eine konkrete Kanalisierung der Ressourcen eines sozialen Systems. Damit werden bestehende Stärken ausgebaut und in eine grundsätzlich unvorhersehbare (kreative) Richtung weitergetragen. Diese Veränderungsprozesse sind von einer gewissen positiven Bescheidenheit, das sich der eigenen Grenzen bewusst ist und gerade dadurch Eigenverantwortung, Vertrauen und Selbstorganisation fordert und fördert.

Analoge Verfahren:

Soziale Systeme bieten gleich offenen Büchern unendliche Interpretations- und Auslegungsmöglichkeiten. Zudem wird ihre Geschichte immer weitergeschrieben von den beteiligten Autoren: es gibt beständige und traditionsreiche Metaphern, Symbole und Geschichten. Diese können einen Gründungsmythos beinhalten oder reduziert auf eine Floskel sein, um eine grundlegende positive oder negative Einstellung in einem Gesamtkontext zu kommunizieren und weiter zu tragen. Sie repräsentieren die Energiezentren eines sozialen Systems: „Ein Unternehmen/eine Gemeinde mag alles Mögliche in ihr Leitbild schreiben. Das, was tatsächlich wirkt, sind die Geschichten. Sie repräsentieren in unmittelbarer Weise den Spirit – den Geist des Systems.“²³

Menschen haben von Systemen sehr viel mehr (nichtsprachliche) Vorstellungen, ein Bild, irgendwelche Eindrücke als bei einer ausschließlich verbalen Beschreibung möglich wäre. Von daher kommt der Arbeit mit analogen Verfahren wie Symbolen, räumlichen Aufstellungen, Sketchen und Bildern eine große Bedeutung zu. Diese Verfahren sorgen dafür, dass die nichtlinearen, oft unterbewussten Themen, Eindrücke und Ideen ihren Raum bekommen. Was sprachlich nicht oder noch nicht zu fassen ist, wird in Austausch gebracht und erlaubt so eine umfassendere Neubetrachtung im Gesamtkontext.

Begleitung und Moderation

Die methodische und beraterische Umsetzung dieses Ansatzes ist geprägt von einem systemischen Verständnis, wonach Berater*innen selber Teil des Veränderungsprozesses sind und mit diesem im wechselseitigen Austausch stehen. Hieraus lassen sich bestimmte wesentliche **Haltungen** ableiten, die für das Gelingen des Veränderungsprozesses eine entscheidende Rolle spielen:

- Achtung und Achtsamkeit für die soziale Wirklichkeit von Systemen. Die Eigenwirklichkeit von Systemen sollte geachtet werden und sie nicht als Objekte behandelt werden, über denen der Berater steht und sein Wissen an sie direkt vermitteln kann. (s. auch Gerald Hüther mit seinem Ansatz der Subjekt- ./ Objektorientierung in der Stadt des Miteinander – Tulln, Österreich)
- Zuwendung statt Machbarkeitsdenken. Begleiter sind bei der Methode eher Zuhörer denn Akteur.
- Bescheidenheit gegenüber der Komplexität sozialer Wirklichkeit und ihrer Wechselwirkungen einschließlich der Anerkennung der fundamentalen Intransparenz sozialer Systeme und ihrer grundsätzlichen Selbstorganisation.
- Vertrauen zur Ergänzung von Bescheidenheit in Bezug auf die Selbstorganisationskräfte eines Systems. Vergleichbar dem Ansatz „Der Arzt behandelt, der Körper heilt.“
- Reflexion und Selbstreflexion von unterschiedlichen Deutungen und blinden Flecken zur Anreicherung und Erweiterung des Veränderungsprozesses.

Struktur der Methode Appreciative Inquiry

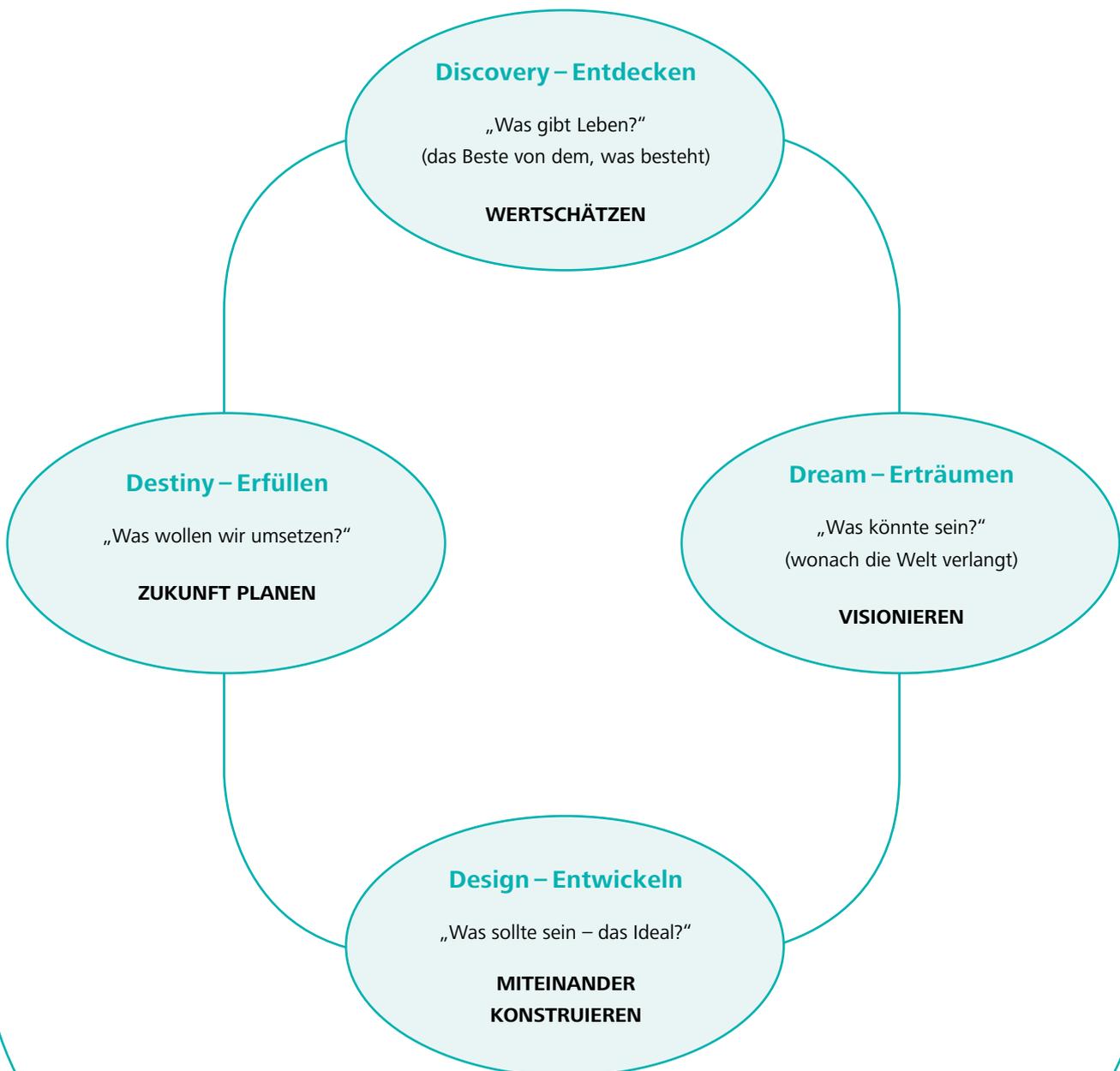
Die Teilnehmer durchlaufen in einem Appreciative-Inquiry-Prozess vier Phasen – den sogenannten 4-D-Zyklus

- Discovery – das Beste aus der Vergangenheit
- Dream – was sein könnte/unser gemeinsamer Traum
- Design – was sein sollte!
- Destiny – was sein wird!

Dieser 4-Phasen-Prozess strukturiert sowohl eine einzelne AI-Konferenz (auch AI-Summit genannt) als auch einen mehrmonatigen oder sogar mehrjährigen Gesamtprozess mit den einzelnen Phasen.

²³ zur Bensen, Matthias (2000) in Königswieser, R. & Keil, M. (Hrsg.): Das Feuer großer Gruppen – Konzepte, Designs, Praxisbeispiele für Großveranstaltungen. Stuttgart: Klett-Cotta

Vier Phasen Zyklus von Appreciative Inquiry



Bevor es in der ersten Phase mit dem Herzstück des Prozesses - dem Interviewleitfaden - ans Geschichtenerzählen geht, müssen die Kernthemen gefunden und definiert werden.

Dies wird teilweise auch als eigene Phase verstanden: die Define-Phase. Somit sprechen einige AI-Anwender auch von einem 5-D-Zyklus. ■

Ablauf eines AI-Prozesses

Phase 1 – DISCOVERY

Sobald Kernthemen und Interviewleitfaden entwickelt sind, startet die DISCOVERY-Phase: das Herausfinden und Entdecken der „Juwelen“ eines Systems. Das, was bereits sehr gut funktioniert. In dieser ersten Phase werden Geschichten in Form von Partner-Interviews erzählt – anhand des entwickelten Leitfadens. Die Interviewleitfäden folgen dabei immer einer bestimmten festgelegten Struktur:

Es werden

- **Erfolgsgeschichten** aus der Praxis zu Tage gefördert,
- **Erfolgsfaktoren** gesammelt und
- **Empfehlungen** für die Zukunft abgeleitet.

Dieser Prozess des Geschichtenerzählens wird im Rahmen einer einmaligen Konferenz durchgeführt oder kann auch je nach Zielsetzung und Zweck mehrere Monate oder auch Jahre in dem gesamten System durchgeführt werden. Bei der letzteren Variante wird der Prozess durch ein internes Team begleitet und ausgewertet zu einem „Buch der guten Geschichten“, welches für alle Mitglieder des Systems einsehbar ist.

Es wird immer mehr erkannt, dass Menschen zu einem großen Teil in Geschichten, in narrativen Strukturen denken, lernen und arbeiten. Es handelt sich dabei letztlich um einen Dreiklang von

- Geschichten erzählen – storytelling,
- Geschichten hören – storylistening und
- Geschichten erlebbar machen – storydoing.

Eine lebendig erzählte Geschichte gewinnt die Aufmerksamkeit und Konzentration anderer Menschen leichter als eine logisch-sachliche Darlegung von Fakten. Von daher wird das Geschichten-erzählen seit Jahrtausenden in allen Kulturen zur Weitergabe von komplexem Wissen genutzt.

Wikipedia definiert „storytelling“ wie folgt: *„storytelling ist eine Erzählmethode, mit der explizites, aber vor allem implizites Wissen in Form von Leitmotiven, Symbolen, Metaphern oder anderen Mitteln der Rhetorik weitergegeben wird.“*

Geschichten fesseln und bewegen, sie machen Schwieriges begreifbar und geben Impulse für Verhaltensänderungen. Sie geben Gedankenanstöße und können bisherige Denkweisen in ein anderes Licht rücken oder plötzlich verständlich machen. Geschichten können nicht nur bewegen (emotional), sondern auch etwas bewegen (verändern).

Wesentliches Element in dieser Phase: das Wissen Einzelner zum gemeinschaftlichen Wissen werden lassen!

Phase 2 – DREAM

In diesem Schritt geht es darum, im Bewusstsein der eigenen Potentiale, weiterzudenken und eine gemeinsame Vision zu entwickeln; Zukunft zu entwerfen in einem Zeitrahmen von 5–25 Jahren.

Gemeinsame Fragestellung für diese Phase:

„Wie sähe unsere Welt aus, wenn wir das, was uns gelingt, vermehren?“

Die gemeinsame Vision entsteht auf einem gut vorbereiteten Feld: Verbindungen sind durch gemeinsame Werte und erlebte Vergangenheit und erlebte Erfolge präsent, und es ist Leidenschaft für die gemeinsame Sache entstanden.

Nach einem Gallerywalk zu den Samen und Keimlingen der Vision (Wandzeitungen des Dorfes mit

- den besten Erfolgsgeschichten,
- den Erfolgsfaktoren und
- den Zukunftsempfehlungen

vorgelegt vom Dorfteam, geht es zur Visionsarbeit in Kleingruppen über.

Kernstück in der Kleingruppenarbeit (Gruppe von 6–8 Teilnehmern), die die Fundstücke aus dem Gallerywalk bearbeiten, ist die Beantwortung z. B. folgender Fragestellung:

„Angenommen, wir sind 10 Jahre weiter und das Beste ist entstanden, wovon träumen wir mit Blick auf

- Gemeinschaft,
- Gesundheit und
- andere Kernthemen.“

Die obigen Themen (Gemeinschaft und Gesundheit) beziehen sich auf 2 Kernthemen, die in den Dörfern des Modellprojektes „Gesundes Dorf“ im Vorfeld erarbeitet wurden.

Die Kleingruppe arbeitet für diesen Abschnitt an einer Moderationswand und visualisiert die jeweiligen Aspekte auf Karten, die am Ende zu einem großen Bild als „Tischdecke“ zusammengefügt werden. Der 2. Teil der Aufgabenstellung in der Kleingruppe ist das Einüben eines Sketches über ihren jeweiligen Traum, der dann in der gesamten Gruppe (im Plenum) allen präsentiert wird.

Abschlussrunde im Plenum zu der Fragestellung von Otto Scharmer „Was braucht die Zukunft heute von mir, um in die Welt zu kommen?“. Teilnehmer*innen erhalten ein Arbeitsblatt und haben 5 Minuten Zeit jeweils für eine schriftliche Reflektion und danach gibt es dazu eine Mitteilungsrunde im Plenum.

„Wenn Du etwas erträumen kannst, kannst Du es auch erschaffen.“ Walt Disney

Das Bild, was wir uns von der Zukunft machen, steuert bereits unser gegenwärtiges Verhalten. Durch die Visionierung einer attraktiven Zukunft wird ein Erwartungshorizont geschaffen und dieser Erwartungshorizont holt die Zukunft schon jetzt in die Gegenwart. Bilder der Zukunft sind mächtig. Wir können uns nur in die Richtung bewegen, die wir uns vorstellen können. Menschliche Systeme wollen sich in eine positive Richtung bewegen – wie Pflanzen zur Sonne (Sonnenblumeneffekt). Ein lebendiges Bild eines verinnerlichten Ziels oder einer verinnerlichten Vision inspiriert und motiviert Menschen, Dinge zu tun und sich selbst zu verbessern.

Wenn das Bild positiv und kraftvoll gerahmt ist, ist es wahrscheinlich, dass es sich stark positiv auf die Gegenwart eines Menschen und die nächsten Schritte, die er unternimmt, auswirkt.

Phase 3 – DESIGN

Während die Vision beschreibt, was sein könnte, wird nun bestimmt, was sein sollte. Fragestellung für die Phase:

„Was müsste von uns getan werden, damit unsere Vision Wirklichkeit werden kann?“

1. Schritt: „Wir erinnern uns und planen miteinander ...“. Begrüßung und Einführung / Ablauf des Tages / der Phasen 3 + 4. Jeder Teilnehmer spricht einen Satz als Eingangsrunde "Ich erinnere mich persönlich noch an ..."

2. Schritt: Gallerywalk zu den „Tischdecken“ der Kleingruppen aus Phase 2 und den Photos/Filmen der Sketches aus Phase 2.

3. Schritt: Arbeit in Kleingruppen von 6 Teilnehmern: Entwicklung von konkreten motivierenden und bejahenden Zukunftsaussagen (Leitlinien und Schwerpunktsetzungen) im Sinne von „Wir wollen ...“. Die Zukunftsaussagen sollen in einem positiven Sinne „provozierend“ sein:

- sie sind herausfordernd und gehen deutlich über das bislang Verwirklichte hinaus,
- sie beschreiben, was sein soll, und nicht was nicht sein soll,
- sie haben eine hohe Anziehungskraft und stellen eine attraktive Zukunft dar
- sie beschreiben konkretes Handeln

Es soll eine „Landschaft der Visionen“ entwickelt werden, in der der positive Veränderungskern in den zentralen Kernthemen wirksam werden kann.

Als Methode für diese Phase eignet sich sehr gut das Brainwriting. Als Kreativitätstechnik verknüpft es wieder individuelles mit gemeinschaftlichem Denken und Wissen.

4. Schritt: die gewonnenen Zukunftsaussagen werden auf DIN A3-Papier geschrieben (Text: „Damit die Vision realisiert werden kann, empfehlen wir ...“), im Plenum vorgestellt und an Moderationswänden visualisiert.

5. Schritt: clustern der Zukunftsaussagen/Leitlinien durch die Teilnehmer*innen Mittagspause

Phase 4 – DESTINY

In dieser Phase werden aus den Zukunftsaussagen Umsetzungs- und Maßnahmenpläne geschmiedet. Es hat sich bewährt, Phase 3 und 4 unmittelbar hintereinander durchzuführen, z. B. in einem Tagesworkshop mit einer Mittagspause dazwischen.

Ziel ist es gemeinsam und/oder für sich alleine verbindlich zu verabreden, was genau getan werden muss – jetzt, gleich, später – damit die Vision Wirklichkeit wird.

6. Schritt: Bearbeitung der Fragestellung im Plenum „Was sollten wir auf keinen Fall sofort angehen?“ und am Flipchart oder Moderationswand sichtbar für alle dokumentieren.

7. Schritt: die Gesamtgruppe nimmt dann eine Priorisierung mittels Bepunktung auf die wesentlichsten Schwerpunktsetzungen für die nächsten 3 oder 5 Jahre vor: jeder bekommt 5 Punkte um die 5 wichtigsten Themen für das jeweilige Dorf herauszuarbeiten.

8. Schritt: Arbeit in themenweisen Kleingruppen zu den Fragen:

- was sind die wichtigsten Schritte/Ziele innerhalb der nächsten 3–5 Monate?
- was können wir alleine umsetzen?
- Für welche Vorhaben benötigen wir Unterstützung und wen können wir darum bitten?
- wie kommunizieren wir das ins Dorf?
- wer ist der/die Hüter*in/Themenpate für das Projekt?

9. Schritt: die Kleingruppen erarbeitet einen Maßnahmenplan für ihr Vorhaben:

Themenpate | wer | macht was | mit wem | wann | wo

10. Schritt: Präsentation im Plenum und Austausch über „Wie erhalten wir die Kultur des wertschätzenden Ansatzes im Dorf für die Zukunft?“

11. Schritt: Termin für Präsentation des Prozesses und der Ergebnisse an die Lenkungsgruppe des Modellprojektes 

Zur Bedeutung des Raumes in beteiligungsorientierten Großgruppenprozessen

Grundidee dieser Interventionsformen ist, das ganze System in einen Raum zu bringen, um die Gleichzeitigkeit und die Gleichrangigkeit aller Mitglieder zu verdeutlichen. Mentalen Grenzbeziehungen wird die Wirkung der räumlichen Einheit entgegengestellt.²⁴

Das ganze System in einen Raum zu bringen heißt auch, einen gemeinsamen Erlebnis- und Erfahrungsraum zu öffnen.

Großgruppeninterventionen lösen Erfahrungsprozesse aus, deren Qualitäten sich der Sprachlichkeit weitgehend entziehen:

- Echtzeit-Erleben,
- Nähe- und Zugehörigkeitserleben,
- Wünsche,
- Hoffnungen,
- Projektionen,
- kollektives Entdecken bzw. Konstruieren von neuem Sinn,
- Energie etc.

Es ist der Raum, der die kollektive Erfahrung so angemessen verdichten kann, dass man sich darüber verständigen kann und in der Erinnerung wird das Erlebte immer auch mit dem Raum verknüpft sein.

Menschen drücken ihre Innenwelten aus in der Gestaltung von Räumen, und Raumqualitäten wirken auf unsere Innenwelten zurück.

Kathedralen und sakrale Räume mit sehr hohen Kuppeln bringen Menschen dazu, den Blick nach oben zu richten und sich in Stille zu konzentrieren. Damit nimmt er eine zentrale Stelle in einem hohen Raum ein, ein erhebendes Gefühl. Solche Räume werden gebaut, um spirituelle Erhöhung sicht- und spürbar zu machen.

Viele Metaphern nehmen Bezug auf Räume und weisen dadurch auf die Bedeutung von Raum hin:

- an die Decke gehen,
- auf dem Boden der Tatsachen,
- in der Luft hängen,
- im Mittelpunkt stehen,
- einmauern,
- mit dem Kopf durch die Wand wollen ...

Räume bieten Optionen an als

- Grenz-Raum,
- Frei-Raum,
- Spiel-Raum,
- Schutz-Raum,
- Schon-Raum,
- Experimentier-Raum ...

Raum ist also nie nur der physikalische Raum, sondern immer auch symbolischer Raum.

Soziale Erfahrungen passieren in Räumen, denn Kommunikation braucht Platz und konkrete Verortung.

Raum ist auch Handlungsraum. Handlungsimpulse und Handlungsorientierung sind auch raumabhängig. Nicht jede gute Idee fällt einem überall ein, Verhandlungen gelingen nicht in jedem Raum. Handlungen brauchen auch Spiel- und Bewegungsraum.

„Die Auswahl von Räumen wird von uns und unseren Kunden meist mehr als logistische denn als Interventionsfrage gesehen. Meist nimmt man die vorhandenen räumlichen Möglichkeiten etwa beim Kunden oder in Seminarhotels einfach hin. Andererseits fällt auf, dass diejenigen Interventionen, die Raum bewusst als Ressource einsetzen – zum Beispiel Organisationsaufstellungen –, besonders wirkungsvoll sind.“²⁵

Kreise als archaische und ritualisierte Form des Geschichtenerzählens von Menschen finden in Räumen statt und sind nicht beliebig darstellbar, sondern an die Sinne gekoppelt und dienen von daher auch der Sinnfindung Erzählten. ▀

²⁴ Königswieser, Roswita & Keil, Marion (2000): Räume als Ressource in der systemischen Beratung. Stuttgart: Klett-Cotta

²⁵ Königswieser, Roswita & Keil, Marion (2000): Räume als Ressource in der systemischen Beratung. Stuttgart: Klett-Cotta

Möglichkeiten und Grenzen der digitalisierten Durchführung eines Appreciative-Inquiry-Prozesses

Technische Voraussetzungen

Mittlerweile stehen auf der technischen Ebene die meisten erforderlichen Ausstattungselemente zur Verfügung. Es gibt audiovisuelle Konferenzanbieter zur Genüge, die sowohl kostenfreie als auch kostenpflichtige Angebote zur Verfügung stellen.

Ebenso wie Tools zur gemeinsamen Bearbeitung von Themen im Team:

- digitale Whiteboards mit vielfachen Bearbeitungsmöglichkeiten,
- Chatmethoden, die den Gesprächsverlauf über Monate dokumentieren und wo auf die Dokumentation jederzeit zurückgegriffen werden kann,
- Projektbearbeitungstools für gemeinsame Bearbeitung sind ebenfalls größtenteils kostenlos verfügbar,
- Brainwriting als Methode für Phase 3 des AI-Prozesses steht in einer digitalen Version auch bereit,
- Sketche können per Handy gefilmt und über eine App geschnitten werden, sodass sie wieder abspielbar sind.

Schulungsmöglichkeiten sind umfangreich kostenlos bei YouTube zu finden und die Angebote für professionelle Schulung in digitaler Kompetenz – gerade auch für den ehrenamtlichen sozialen Bereich – häufen sich, je länger die Pandemie und die jeweiligen verordneten Lockdowns andauern. Es stehen – so die finanziellen und technischen Voraussetzungen erfüllt werden können – auch virtuelle Räume und Avatare zur Verfügung. Wenn es um digitales Arbeiten im ländlichen Raum geht, ist es wesentlich, die kommunale digitale Infrastruktur zu erfragen. Können alle, die teilnehmen möchten, auch auf das Angebot zurückgreifen oder fehlt die grundlegendste aller Voraussetzungen.

Kompetenz der Online-Moderation

Es braucht bei digitalen Veranstaltungen eine aktivere Moderation, die stärker auf die Teilnehmenden zugeht, Beiträge aufnimmt, Bezüge herstellt und die Diskussion befördert. Zur Durchführung von partizipativen Verfahren empfiehlt sich von jeher die Durchführung zu zweit als Moderationsteam. Bei einer digitalen Veranstaltung ist es überlegenswert mit 3 Personen zu arbeiten, um eine Person komplett für die technische Umsetzung haben zu können. Die technischen Störungen sind noch so häufig anzutreffen, dass es sich lohnt, eine Person ausschließlich dafür abzustellen. Es ermöglicht den beiden anderen Moderator*innen, sich auf die Kommunikation und die inhaltliche Moderation konzentrieren zu können.

Eine gute Abstimmung zwischen den beiden Moderatoren mit eindeutiger Rollenverteilung lässt alle Beteiligten souverän aussehen und sorgt für Vertrauen und Orientierung im digitalen Format.

„Anders als offline, wo sich häufig eine Gruppendynamik einstellt und die „Betriebstemperatur“ im Raum fast von selbst steigt, laufen Online-Workshops häufig Gefahr, dass die Teilnehmenden sich stumm hinter den Kameras und Mikros „verstecken“. Da ist eine Moderation gefragt, die die Lücken füllt und immer wieder motiviert und aktiviert. Tools alleine reichen da nicht – die Persönlichkeit und Wirkung der Moderation sind ebenfalls wichtig ... Humor wirkt oft übrigens Wunder. Es empfiehlt sich, wach und lebendig zu sein und die eigene Energie auf die Online-Gruppe ausstrahlen zu lassen. Auch wichtig: sich im richtigen Moment zurücknehmen, um der Energie der Gruppe Raum zu geben.“²⁶

Im virtuellen Raum ist es häufig noch so, dass Teilnehmende bei Wortmeldungen eher zurückhaltend sind. Zumal auch das Mikro extra für einen Wortbeitrag eingeschaltet werden muss.

Die Moderation muss also häufiger konkrete Fragen an Teilnehmer direkt stellen oder auch schriftliche Beiträge vorlesen, kommentieren und zur Diskussion stellen. Um zu vermeiden, dass sich Teilnehmende abgehängt fühlen, sollte dafür Sorge getragen werden, dass jeder etwas sagt und gehört wird. Das kann durch aktives Erfragen sichergestellt werden. Die Befindlichkeit der Teilnehmer ist ebenfalls online nicht so ohne weiteres sichtbar wie bei Präsenzveranstaltungen. Auch hierauf ist gesondert durch die Moderation einzugehen. All dem kann gut Rechnung getragen werden, wenn vorab Regeln für die jeweils konkrete Veranstaltung festgelegt und an alle Teilnehmenden vorab versendet werden.

Vorbereitung und Durchführung einer digitalen AI-Veranstaltung

Je beteiligungsorientierter die Interaktionen gestaltet werden sollen, desto wichtiger ist die Vorbereitung der Veranstaltung und auch die technische professionelle Ausstattung. Leider gibt es noch keine veröffentlichten Erfahrungen mit der Durchführung einer digitalen AI-Konferenz. Das Center for Appreciative Inquiry in Las Vegas, Nevada, hat im Juli 2020 eine 90-minütige erste Veranstaltung zu diesem Thema durchgeführt. Die Ergebnisse sind leider nicht veröffentlicht worden.²⁷

Es wird vermutet, dass sich auch die Methode Appreciative Inquiry mit der Frage des digitalen Veranstaltungsformates beschäftigen muss. Allein schon der ökonomische Druck und der Anpassungsdruck werden dazu international führen, da AI auch in der Unternehmensentwicklung angewendet wird. ■

²⁶ Leppert, Thomas (2020): Online Moderieren: Teil 1 Basics der Online-Moderation. Abgerufen am 06. Dezember 2020 aus <https://so-geht-digital.de/so-geht-online-moderieren-teil-1-basics-der-online-moderation/>

²⁷ www.centerforappreciativeinquiry.net/event/facilitating-appreciative-inquiry-in-digital-spaces/

Schriftliche Befragung und vertiefende Telefoninterviews mit Dorfmoderator*innen in Südniedersachsen

Intention der schriftlichen Befragung

Unter Dorfmoderator*innen in Südniedersachsen wird eine weitere Umfrage zur Nutzung digitaler Medien in der ehrenamtlichen Bürgerarbeit durchgeführt, um die Ergebnisse der Umfrage in den Dörfern Tarbag, Garnholt und Ocholt des Modellprojektes „Gesundes Dorf – Bürger*innen entwickeln ihre Zukunftsbilder“ hinsichtlich der Nutzung von digitalen Kommunikationsmedien zu ergänzen.

Da diese durch ihre Ausbildung und Arbeit als Dorfmoderator*innen den Umgang mit digitalen Kommunikationsmitteln i.d.R. bereits kennen und diverse Medien anwenden, können durch diese Befragung weitere für das Modellprojekt Gesundes Dorf wichtige Erkenntnisse gesammelt werden. Darüber hinaus können durch diese zweite Befragung weitere Aspekte zur Nutzung von digitalen und insbesondere audiovisuellen Kommunikationsmedien für die allgemeine ländliche Dorfentwicklung gebündelt werden. Dafür wird der Fragebogen, welcher an die Modelldörfer verschickt wurde, an die Ausgangslage der Dorfmoderator*innen angepasst und per Mail an diese verschickt.

Darüber hinaus soll durch die Befragung herausgefunden werden, ob und wenn ja welche Art von Unterstützung Dorfmoderator*innen für Ihre Arbeit benötigen und in welcher Form diese angeboten werden sollte.

Ablauf der schriftlichen Befragung

Die Umfrage wurde als PDF Formular²⁸ erstellt und per Mail über Regina Meyer, der Koordinatorin des Modellprojektes DINGDO – Dorfmoderation Südniedersachsen, an aktive Dorfmoderator*innen aus Südniedersachsen verteilt.

Ergebnisse und Auswertung der schriftlichen Befragung

Von 80 verschickten E-Mails an Dorfmoderator*innen in Südniedersachsen wurden 18 Bögen ausgefüllt zurückgeschickt. Dies entspricht einer Beteiligung von 22,5 %. Von den Teilnehmer*innen wurden nicht immer alle Fragen beantwortet. Antworten auf offene Fragestellungen, bei welchen zu erkennen ist, dass die Frage von der/dem Befragten falsch verstanden wurde, werden nicht in die Auswertung aufgenommen.

Je nach Umfang und Aufbau der Fragen wird zur Darstellung eine Tabelle oder ein Diagramm genutzt. Manche Fragen werden nur mit Hilfe eines Freitextes beschrieben.

Tabelle 2 zeigt die Nutzung von digitalen Kommunikationsmedien im privaten und beruflichen Umfeld und der Nutzung als Dorfmoderator*in. Die Befragten haben nicht alle vorgegebenen Medien bewertet und nach der Nutzungsintensität eingestuft. Die Auswertung beschränkt sich daher ausschließlich auf die Nutzung bzw. Nichtnutzung im privaten und beruflichen Bereich und auf die Nutzung bzw. Nichtnutzung als Dorfmoderator*in. Die Häufigkeit der Nutzung einzelner Medien bleibt unberücksichtigt. Mehrfachnennungen sind bei dieser Frage (Frage 1) möglich.

- 18 von 18 Dorfmoderator*innen nutzen E-Mails zu privaten Zwecken und in Ihrer Arbeit als Dorfmoderator*in. Beruflich nutzen nur 12 von 13 Befragten E-Mails.
- Messenger Dienste werden von allen 18 befragten Dorfmoderator*innen zu privaten Zwecken genutzt. 81 % (13 von 16 Personen) nutzen diese in Ihrer Arbeit als Dorfmoderator*in und 67 % (8 von 12 Personen) nutzen diese beruflich.
- DorfApps oder Dorffunk werden von 50 % der Befragten (7 von 14) privat und von 60 % (9 von 15) in der Arbeit als Dorfmoderator*in genutzt.
- Telefonkonferenzen nutzen 8 von 13 Personen privat und 7 von 17 Personen in der Dorfmoderatorenarbeit.
- 9 von 10 Befragten nutzen audiovisuelle Medien zu beruflichen Zwecken. 10 von 17 Personen in ihrer Tätigkeit als Dorfmoderator*in und 13 von 18 Personen zu privaten Zwecken.
- Soziale Medien werden von 53 % der Befragten (9 von 17) privat und zu 20 % (3 von 15) als Dorfmoderator*in genutzt.

Neben den vorgegebenen Medien werden von 3 Personen weitere Medien genannt, die im privaten oder beruflichen Bereich oder im Rahmen der Tätigkeit als Dorfmoderator*in genutzt werden (offene Antwortmöglichkeit):

- Geteilte Kalender
- Google Spreadsheets
- Crossiety

Abbildung 11 zeigt die Gründe der Nichtnutzung von diversen Kommunikationsmedien (Frage 2; Mehrfachnennungen möglich). Hervorzuheben ist, dass 5 von 18 Teilnehmer*innen der Umfrage nicht mit Telefonkonferenzen vertraut sind. Hier sollte gezielt Unterstützungsbedarf angeboten werden, da Telefonkonferenzen zu den technisch unkompliziertesten Gruppenkonferenzen gehören. 5 von 18 Teilnehmer*innen lehnen die Nutzung von sozialen Medien ab. 3 Personen geben über offene Antwortmöglichkeiten „kein Interesse“, „bin nicht gerne online“ und „Vermeidung von Auseinandersetzung mit Datenschutzrichtlinien bzgl. sozialer Medien an.

²⁸ Der Fragebogen befindet sich in Anhang 12.2.

Tabelle 2: Verteilung der Nutzung von digitalen Kommunikationsmedien im privaten und beruflichen Umfeld und der Nutzung als Dorfmoderator*in

Digitales Kommunikationsmedium	Nutzung privat	Nutzung beruflich	Nutzung als Dorfmoderator*in
E-Mail	100 % (18 von 18 Personen)	92 % (12 von 13 Personen)	100 % (18 von 18 Personen)
Messenger (WhatsApp, Telegram, ...)	100 % (18 von 18 Personen)	67 % (8 von 12 Personen)	81 % (13 von 16 Personen)
DorfApp, Dorffunk	50 % (7 von 14 Personen)	12,5 % (1 von 8 Personen)	60 % (9 von 15 Personen)
Telefonkonferenzen	50 % (8 von 16 Personen)	61,5 % (8 von 13 Personen)	41 % (7 von 17 Personen)
Audiovis. Kommunikationsmedien (Zoom, Skype, Adobe Connect, ...)	72 % (13 von 18 Personen)	90 % (9 von 10 Personen)	59 % (10 von 17 Personen)
Soziale Medien (Facebook, ...)	53 % (18 von 18 Personen)	21 % (3 von 14 Personen)	20 % (3 von 15 Personen)

In Bezug auf audiovisuelle Medien wurden insgesamt folgende Hinderungsgründe über offene Antwortmöglichkeiten gegeben:

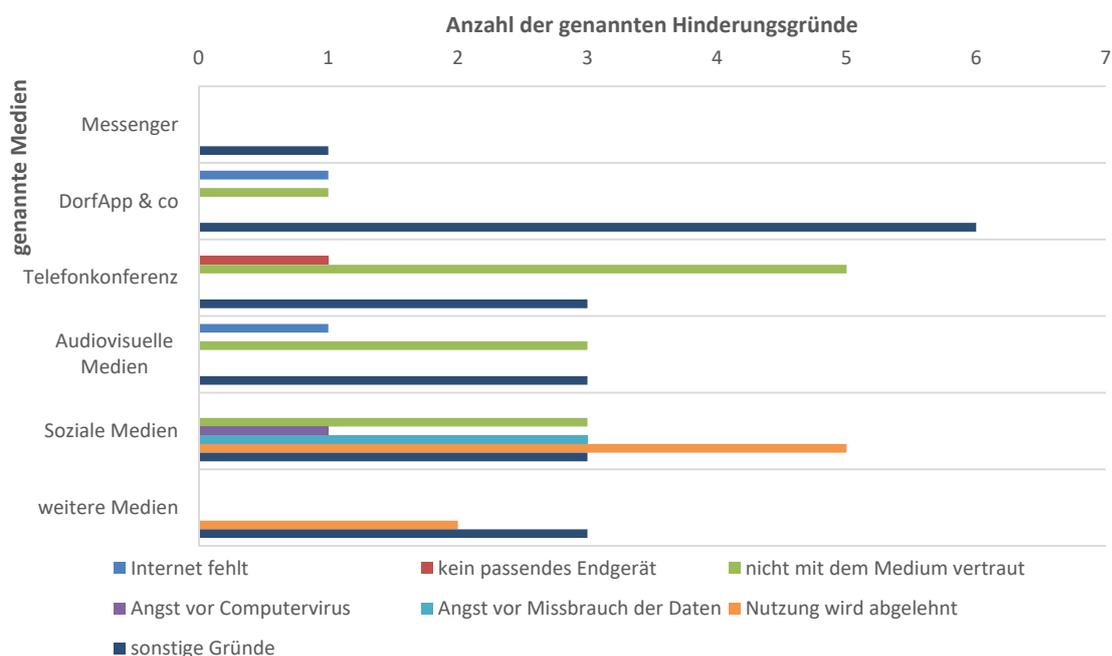
- Internet fehlt
- Nicht mit dem Medium vertraut
- das Visuelle ist nicht wichtig, geht alles mit Audio – Telefon etc.
- im Dorf nur wenigen Bewohnern zugänglich
- bisher wenig leistungsstarke Verbindung; Zoom geht

Diese Antworten zeigen, dass trotz aller Aufgeschlossenheit gegenüber digitaler Kommunikation eine ausreichend starke Internetverbindung vorhanden sein muss, um audiovisuelle Austausche möglich zu machen. Im einem zweiten Schritt können im Anschluss Fortbildungsangebote entstehen. In Bezug auf das

Medium „DorfApp & Co“ wurden insgesamt folgende Hinderungsgründe über offene Antwortmöglichkeiten angegeben, welche belegen, dass die Themen DorfApp oder Dorffunk bisher noch nicht in den Fokus aller Dorfmoderator*innen gerückt sind und eine Etablierung dieser Medien Zeit und Wissenstransfer benötigt:

- Internet fehlt
- Nicht mit dem Medium vertraut
- ist hier noch nicht eingeführt
- Ich weiß nicht was als DorfApp gemeint ist.
- kein Bedarf
- Gibt es bei uns nicht. WhatsApp Gruppe im Dorf gibt es, nutze ich auch.
- in der Gemeinde relativ neu

Abbildung 11: Hinderungsgründe bei der Nutzung von Kommunikationsmedien nach Angaben der Dorfmoderator*innen



In Tabelle 3 sind die Antworten der offenen Frage nach den Aufgaben im Rahmen der Dorfmoderator*innentätigkeit, welche während der Corona-Pandemie bereits digital durchgeführt wurden, aufgelistet (Frage 3a). 14 Teilnehmer*innen haben diese Frage beantwortet. Die gegebenen Antworten sind nach der Art der gewählten Kommunikation zusammengefasst. Von 3 Dorfmoderator*innen wurde eine Weitergabe von Informationen ohne Interaktion gewählt, d.h., ohne Rückmeldungen zu erwarten oder einen Austausch anzuregen.

Medien für einen interaktiven live-Austausch nutzen 6 der 14 Personen; hauptsächlich, um sich mit einer größeren Gruppe von Menschen auszutauschen. 4 Personen nutzen seit Beginn der Pandemie digitale Austauschmöglichkeiten ohne live-Interaktion. Relativ häufig wurden dabei WhatsApp und E-Mail-Verteiler genannt. 3 Personen gaben an, dass keinerlei Dorfaktivitäten möglich sind. Lediglich eine Person gab an, keine der Aufgaben des Dorfmoderatoren-Teams digital erledigt, sondern sich stattdessen immer draußen getroffen zu haben.

Die gegebenen Antworten auf die Frage, ob es Aufgaben gäbe, welche die Dorfmoderator*innen auch nach der Corona-Pandemie digital durchführen würden, sind in Tabelle 4 aufgelistet. 13 Teilnehmer*innen gaben Antworten zu dieser offenen Fragestellung (Frage 3b). Auffallend ist, dass Videokonferenzen für gewisse Themen gerne genutzt werden wollen. Zahlreiche Angaben von Aufgaben ohne Erwähnung des Mediums lassen darauf schließen, dass die Bereitschaft, auch nach der Pandemie digital weiter zu arbeiten vorhanden ist, ausreichend Wissen zu verschiedenen Programmen, zur Nutzung und zum Umgang dazu jedoch noch fehlt.

Die Anzahl der Antworten der Teilnehmer*innen auf die Frage nach Kommunikationsmitteln, welche innerhalb des Dorfes genutzt werden, um mit anderen Bürger*innen oder mit Behörden in Austausch zu treten, sind in Tabelle 5 aufgelistet (Frage 4). E-Mails und Messenger Dienste werden von 83 % bzw. 94 % der 18 Befragten im privaten Umfeld genutzt (s. Tabelle 5). In Vereinsbelangen nutzen 88 % E-Mails, jedoch nur noch 66 % Messenger Dienste. Audiovisuelle Medien werden am häufigsten innerhalb von Vereinen genutzt, allerdings nur von 55 % der Befragten. Daraus lässt sich ableiten, dass die Teilnehmer mit gängigen Kommunikationsmitteln, wie E-Mails und Messenger Diensten vertrauter sind, als mit den noch relativ unbekannteren audiovisuellen Medien (Videokonferenzen). Dies spiegelt sich auch in der Teilfrage nach den wichtigsten Kommunikationsmitteln wieder. Als am wichtigsten werden E-Mails und Messenger Dienste

Tabelle 3: Aufgaben der Dorfmoderator*innen, welche digital erledigt wurden

<p>Weitergabe von Informationen ohne Interaktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Bürger*innen • Weitergabe von Informationen • Öffentlichkeitsarbeit • Terminverabredungen
<p>Konkreter interaktiver digitaler live-Austausch (via z. B. audiovisueller Medien)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorstandssitzungen • Projektgruppenabstimmungen • Mitgliederversammlung • Zoom Konferenz mit LKR. Göttingen • Planung neuer Projekte mit dem DOMO-Team • Absprachen mit Vorstand/Gremien • Online-Vernetzungsangebote • Online-Seminare • Arbeitstreffen per Zoom o. ä. • Ein Treffen über Zoom haben wir erfolgreich getestet und den nächsten Termin vereinbart. • Online-Konferenz der DoMos Ende Oktober.
<p>Digitaler Austausch ohne live-Interaktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame Arbeitsdokumente, google spreadsheets • Abstimmungen/Beschlüsse im Umlaufverfahren per Email statt Sitzungen • Da zurzeit keine Projekte geplant werden können, nutze ich lediglich zur Information und Kommunikation WhatsApp und DorfApp • Ich bin erst als Dorfmoderatorin gestartet und bin noch nicht etabliert. Ich nutze derzeit nur WhatsApp und Email im Ort. • Neuigkeiten werden über Facebook gepostet. • Mit der Jugend nutzen wir eine WhatsApp-Gruppe. • E-Mail-Verteiler werden weiterhin genutzt, da andere digitale Technik oft noch nicht gewünscht wird.
<p>Nicht auf digital umgestiegen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keine im Dorf. Haben uns im Sommer/Herbst immer draußen getroffen.
<p>Keinerlei Interaktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei uns läuft grad gar nichts. Woran nicht nur Corona schuld ist ... • den Umständen entsprechend gibt es kaum Aktivitäten oder Kontakte • keine, ich habe aktuell den Versuch unternommen, die Dorftreffmitglieder zu einer Zoomkonferenz zu überzeugen, ist mir jedoch noch nicht gelungen.
<p>Weitere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hilfsangebote • Beschaffungsmaßnahmen per Telefon und Email • Anstoßen von neuen Projekten

Tabelle 4: Aufgaben, welche von Dorfmoderator*innen auch nach der Pandemie digital durchgeführt werden könnten

Weitergabe von Informationen ohne Interaktion
<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Bürger*innen • Terminverabredungen • Öffentlichkeitsarbeit
Digitaler Austausch ohne live-Interaktion
<ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame Arbeitsdokumente, google spreadsheets • Ich möchte gern im Ort einen Dorfmessenger einführen und für die Nutzung werben. Derzeit haben wir nur eine WhatsApp-Gruppe, in der natürlich nicht alle Bewohner Mitglied sind.
Konkreter interaktiver digitaler live-Austausch (via z. B. audiovisueller Medien)
<ul style="list-style-type: none"> • Videokonferenzen • Online Vernetzungsangebote • Online-Seminare • Zoom-Meetings • Das Online-Treffen spart Zeit und bedarf weniger Organisation, z. B. Buchung von Räumlichkeiten, Schlüssel abholen, Getränke besorgen etc. • Zoom Konferenz mit LKR. Göttingen
Aufgaben ohne Angabe des gewählten Mediums
<ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungsmaßnahmen • Vernetzung des Dorfes • Kontaktpflege zu der Dorf Bevölkerung • Versammlungen organisieren • Projektgruppenabstimmungen • Vorstandssitzungen • Planung neuer Projekte mit dem DOMO-Team • Kommunikation unter den Dorfmoderatoren • Kommunikation mit dem Dorftreff (Dorfverein) • turnusmäßige Treffen • kurzfristige Rückmeldungen • Ideenaustausch
Weitere
<ul style="list-style-type: none"> • Ja, Sitzungen seltener – Umlaufverfahren viel zeitsparender • Installation einer DorfApp
Ablehnung der Nutzung von digitalen Medien
<ul style="list-style-type: none"> • Nein, weil in dem kleinen Dorfkontext der persönliche Kontakt essentiell, aber auch möglich ist. Digital entstehen schon per E-Mail - die wir ja nutzen - ständig Missverständnisse. Außerdem weigern sich im Dorf viele, digitale Medien zu nutzen oder sind a.g. des Alters nicht in der Lage, dies zu tun. Die hätte man dann abgehängt.

Tabelle 5: Häufigkeiten der Nutzung von Kommunikationsmitteln im privaten, beruflichen und dörflichen Bereich

Medium	Privat	Verein	Behörden
E-Mail	15	16	14
Messenger	17	12	3
DorfApp & Co.	4	8	4
Telefonkonferenz	4	9	3
Audiovisuelle Medien	4	10	2
Soziale Medien	4	2	1
weitere Medien	4	3	0

Tabelle 6: Anzahl der Angaben zur Wichtigkeit von Kommunikationsmitteln

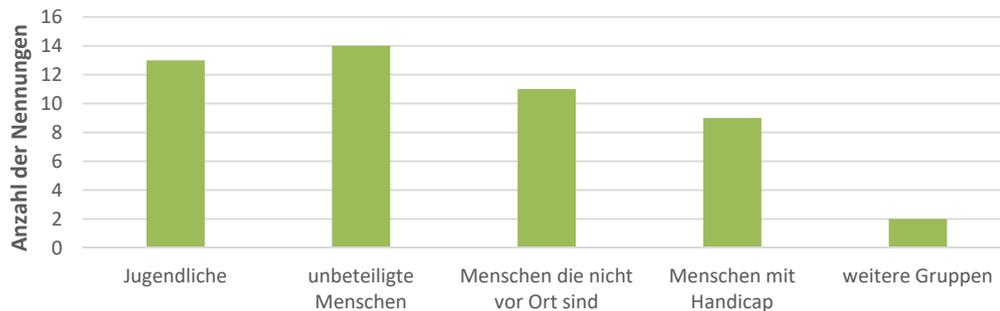
Medium	sehr wichtig	wichtig	mittel	weniger wichtig	unwichtig
E-Mail	12	4			
Messenger	7	6	2	1	
Telefonkonferenz		1	4	4	2
Audiovisuelle Medien	3	1	3	3	2
Soziale Medien	1		3	2	6
weitere Medien	3				1

eingestuft, soziale Medien werden als unwichtigstes Mittel zur Kommunikation gesehen (s. dazu Tabelle 6, Anzahl der Angaben zur Wichtigkeit von Kommunikationsmitteln).

Als weitere Medien wurden über offenen Antwortmöglichkeiten der Dorffunk genannt, welcher sich unter die Rubrik DorfApp & Co subsummieren lässt, sowie ein Dorfmailverteiler und geteilte Kalender für Räume, Veranstaltungen und Autos.

Die Frage, ob mit digitalen Medien bestimmte Menschengruppen besser als bisher für Dorfbelange erreicht werden können, beantworteten 12 der 18 Dorfmoderator*innen mit JA (Frage 5; Mehrfachnennungen möglich). Verneint hat diese Frage keiner der Teilnehmer*innen, 6 Personen haben diese Frage weder mit JA, noch mit NEIN beantwortet. Auffallend ist, dass die deutliche Mehrheit der Dorfmoderator*innen der Ansicht ist, dass Jugendliche und Menschen, welche sich aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bisher nicht beteiligen konnten, über digitale Medien

Abbildung 12: bessere und generelle Erreichbarkeit von Menschengruppen durch digitale Medien nach Angaben der befragten Dorfmoderator*innen



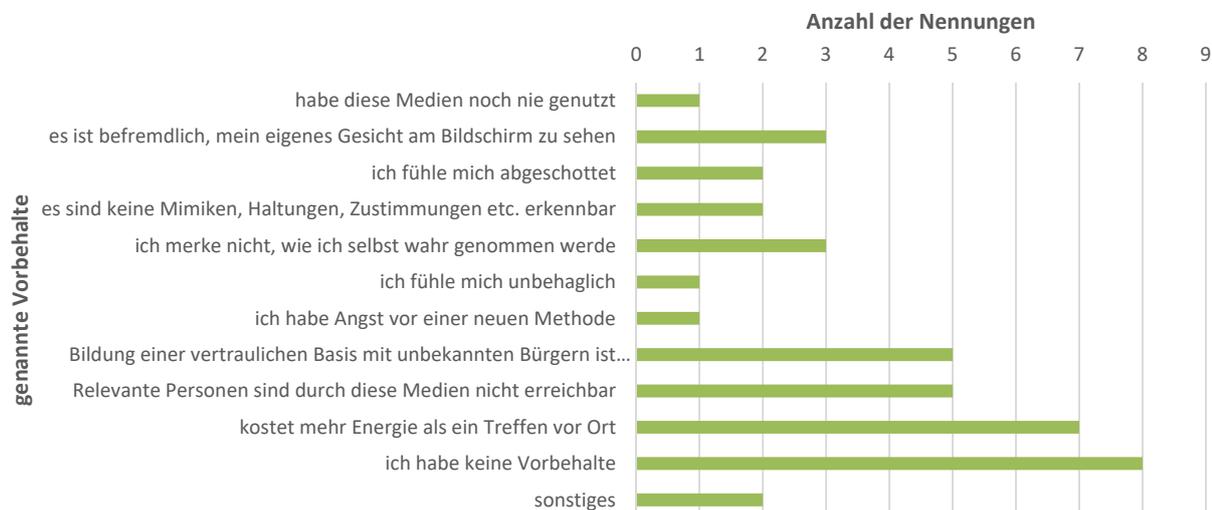
besser, bzw. überhaupt erreichbar wären (s. Abbildung 12). Arbeitnehmer könnten unter Umständen leichter an Vereinssitzungen teilnehmen, wenn diese digital durchgeführt werden. Außer den vorgegebenen Auswahlmöglichkeiten wurden als offene Antwort von einem Befragten ältere Menschen als potenzielle Zielgruppe genannt.

Abbildung 13 zeigt, dass fast die Hälfte der 18 Teilnehmer*innen keine Vorbehalte gegenüber audiovisuellen Kommunikationsmedien wie Skype, Zoom etc. haben (Frage 6; Mehrfachnennungen möglich). Daraus kann geschlossen werden, dass diese Medien von den Dorfmoderator*innen akzeptiert werden und diese offen diesen neuen Möglichkeiten gegenüberstehen. Lediglich eine Person hat angegeben, diese Medien noch nie genutzt zu haben. Zeitgleich geben 7 der 18 Teilnehmer an, dass ein audiovisueller Austausch mehr Energie als ein Treffen in Präsenz kostet. Die wenigen Nennungen zu den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten

„es ist befremdlich, mein eigenes Gesicht am Bildschirm zu sehen“, „ich fühle mich abgeschottet“, „es sind keine Mimiken, Haltungen etc. erkennbar“, „ich merke nicht, wie ich wahrgenommen werde“, „ich fühle mich unbehaglich“ und „ich habe Angst vor einer neuen Methode“ könnten ein Hinweis darauf sein, dass sich die Teilnehmer*innen über die Auswirkungen der Nutzung von audiovisuellen Medien auf deren mentale Ebene und auf die Zwischenmenschlichkeit noch nicht bewusst sind. Zwei Personen gaben in den offenen Antwortmöglichkeiten an, dass technische Probleme anstrengend seien und bei sich starke Unsicherheiten hervorrufen würden, wenn sie nicht in der Lage wären, ihren Mitbürgern weiterhelfen zu können.

In 6 Dörfern von 17 Dörfern wurden Vereinstermine oder andere Dorftreffen im Jahr 2020 über Videokonferenzen durchgeführt (Frage 7). Fasst man die Antworten dieser offenen Fragestellung zusammen, waren es u.a. Vereinstreffen, Abstimmungen mit

Abbildung 13: Vorbehalte gegenüber der Nutzung von audiovisuellen Medien von Dorfmoderator*innen



der Gemeindeverwaltung, Projektgruppensitzungen, Mitgliederversammlungen, Treffen der Dorfmoderator*innen oder Austausche zwischen Bürgern und Dorfmoderation. Aber auch zum persönlichen Austausch wurden Videokonferenzen eingesetzt. Die 6 Dorfmoderator*innen der Dörfer, in welchen 2020 digitale Treffen stattgefunden haben, können sich auch vorstellen, dies in Zukunft so beizubehalten. Das spiegelt sich in den Antworten auf die offene Frage wieder, was bei diesen Treffen gut gelaufen sei: Gut funktionierende Technik, viele Bürger*innen, welche mittlerweile im Umgang mit der Technik vertraut seien und Funktionen wie das Teilen des Bildschirms seien angenehmer als die Nutzung eines Beamers. Sogenannte Breakoutrooms würden die Gruppenaufteilung beschleunigen. Nach einer Eingewöhnungsphase für alle Teilnehmer*innen habe es viele positive Rückmeldungen gegeben. Auch sei diese Art des Austausches teilweise zeitsparender als ein Austausch in Präsenz.

Die Antworten nach der Frage, was bei diesen Treffen nicht so gut lief, lassen alle auf eine verbesserungswürdige Vorbereitung und fehlendem roten Faden in der Durchführung schließen:

- Nicht alle Vereinsvorsitzenden haben sich eingewählt
- Unklarheit bei Abstimmungen, wenn Personen ihren Bildschirm kurz verlassen
- der informelle Teil fehlte
- es ist nicht immer klar, wer noch dabei ist
- Den Zeitrahmen konnten wir leider gleich beim ersten Mal nicht halten
- Kein Ton (bei mir)

Zwei der 6 Dorfmoderator*innen, welche sich vorstellen können, auch weiterhin Dorftreffen digital durchzuführen, gaben an, dass Sozialkontakte zu kurz gekommen seien und die Gruppe deutlich weniger lebendig wirkte. In den Dörfern der anderen 11 Dorfmoderator*innen wurden keine Treffen audiovisuell durchgeführt. 2 dieser Dorfmoderator*innen können sich vorstellen, in Zukunft Treffen audiovisuell zu gestalten, 3 können sich dies nicht vorstellen und 6 Personen gaben dazu keine Antwort. In der Beantwortung, bzw. Nichtbeantwortung dieser Frage spiegelt sich die Bereitschaft, audiovisuelle Medien anzuwenden wieder, es zeigt sich jedoch auch, dass zur Etablierung der audiovisuellen Möglichkeiten noch einige Zeit benötigt wird.

Abbildung 14: Die Frage (Frage 8; Mehrfachnennungen möglich) nach den Auswirkungen auf das Miteinander im Dorf durch die Nutzung audiovisueller Medien beantworteten 9 der 18 Teilnehmer dahingehend, dass der zwischenmenschliche Austausch verloren ginge. 8 Dorfmoderator*innen gaben an, dass persönliche Treffen und Austausche dadurch seltener werden würden. In den offenen Antwortmöglichkeiten gab ein*e Teilnehmer*in an, dass audiovisuelle Medien in Zeiten der Pandemie eine gute Möglichkeit wären, um trotzdem in Austausch gehen zu können. Eine andere Person gab an, dass die Kreativität verloren gehen und der Kreis der Erreichbaren deutlich kleiner werden würde.

Der Erreichbarkeit von Menschengruppen durch audiovisuelle Medien sollte durch eine intensivere Nachforschung auf den Grund gegangen werden. Sicherlich sind jüngere Menschen einfacher audiovisuell erreichbar, jedoch müssen auch deren Interessen angesprochen werden. Ältere Menschen hingegen können durch Fortbildungsangebote ebenfalls audiovisuell erreichbar werden.

Abbildung 14: Auswirkungen der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmedien nach Angaben der Dorfmoderator*innen

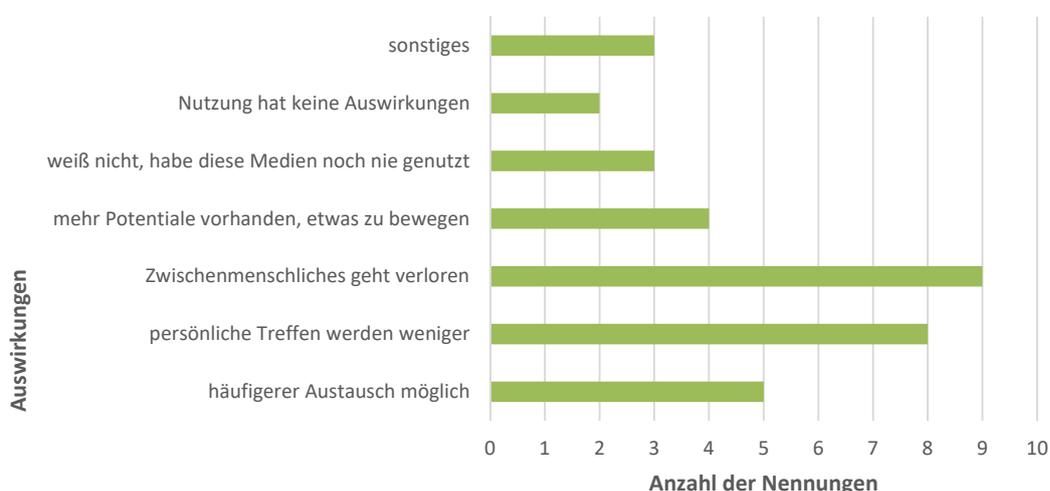
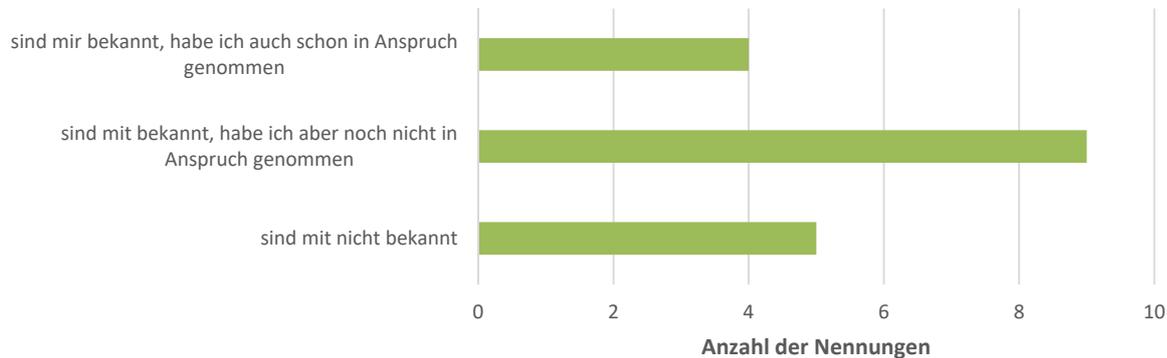


Abbildung 15: Bekanntheit von Fortbildungsangeboten unter Dorfmoderator*innen



Eine Person sieht die Nutzung von audiovisuellen Medien einen Schritt weiter und gab an, dass durch vermehrtes Homeoffice Menschen vermehrt vor Ort (im Dorf) sein werden, um kurze Absprachen treffen zu können oder Unterschriften von z. B. Vorständen einreichen zu können. Diese Person sieht die Etablierung von audiovisuellen Medien nicht als Hinderungsgrund für persönlichen Austausch. Dieser wird nach Meinung der/des Befragten in Dörfern nach wie vor stattfinden, da Bürger sich im Dorf häufig zufällig begegnen.

Abbildung 15 stellt die Antworten auf die Frage nach der Bekanntheit von Fortbildungsangeboten zur Nutzung digitaler Technik und audiovisuellen Medien mit der Teilfrage, ob diese Fortbildungsangebote bereits in Anspruch genommen wurden, dar (Frage 9). Auffallend ist, dass 9 von 18 Befragten zwar Fortbildungsangebote

kennen, diese aber noch nicht in Anspruch genommen haben. Um die Gründe hierfür zu ermitteln, sollte dieser Frage in Telefoninterviews mit den Dorfmoderator*innen nachgegangen werden.

Alle 18 Befragten würden Fortbildungsangebote zur Unterstützung der eigenen digitalen Fähigkeiten nutzen (Frage 10). Die Antworten auf die Frage, welche Themen sich die Teilnehmer*innen für diese Fortbildungen wünschen würden, sind in Abbildung 16 aufgeführt (Frage 10a; Mehrfachnennungen möglich). Es wird deutlich, dass die befragten Dorfmoderator*innen offen gegenüber der Nutzung von digitalen Kommunikationsmitteln sind, aber Bedarf an Unterstützung zu Organisation und Nutzung benötigen. Dies zeigt sich darin, dass die vorgegebenen Themen „persönliche mentale Stärkung für diese neuen Situationen“, „Tipps zur Durchführung von Online-Ansprachen“ und „Grundlagen zur

Abbildung 16: Gewünschte Fortbildungsthemen der Dorfmoderator*innen

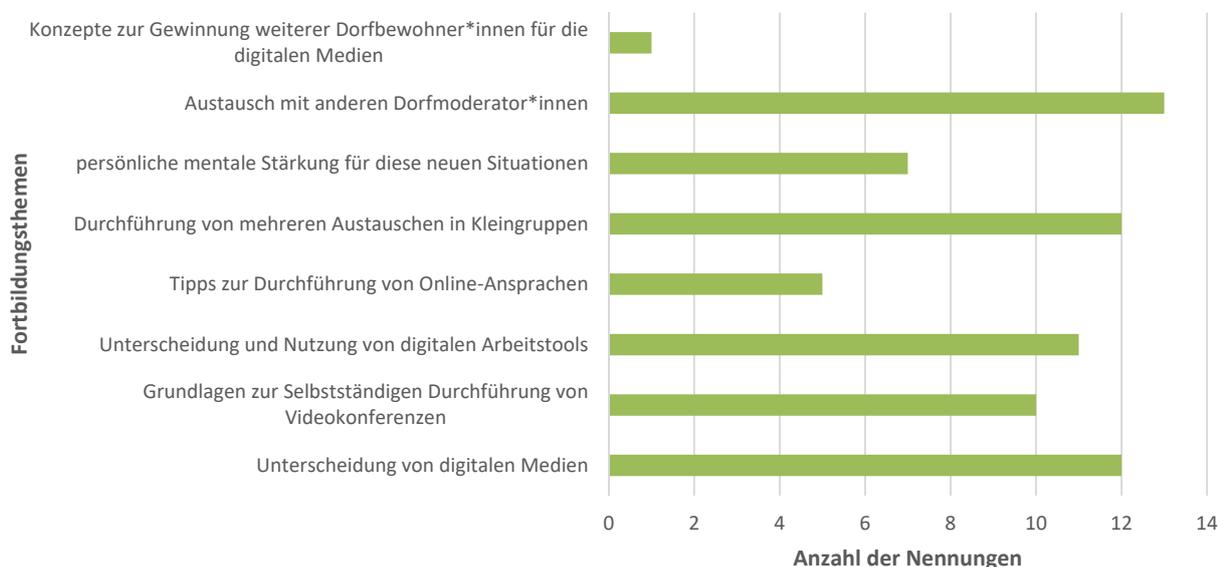
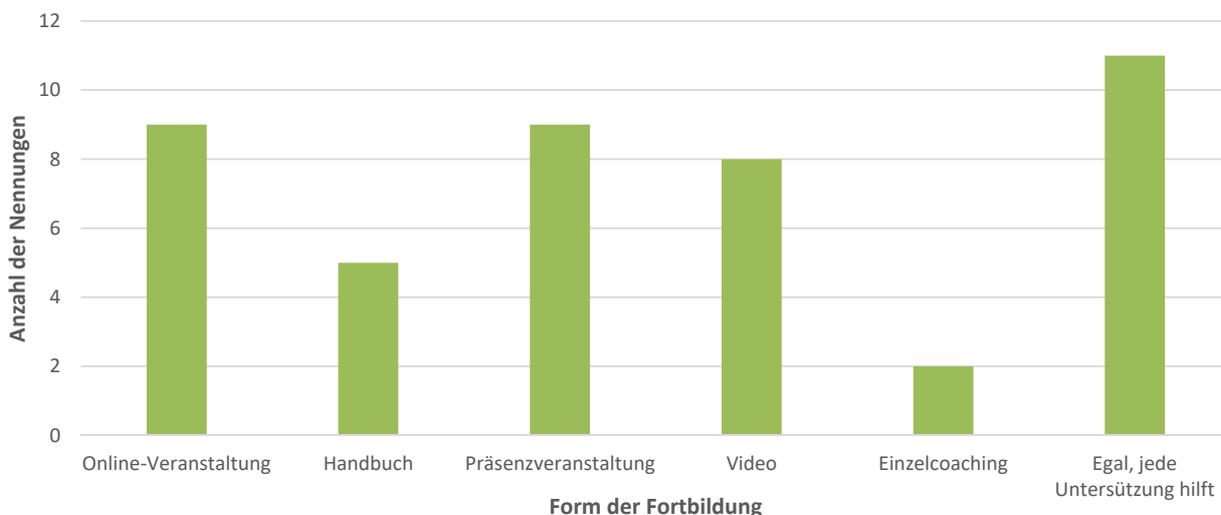


Abbildung 17: gewünschte Formen der Fortbildungsangebote



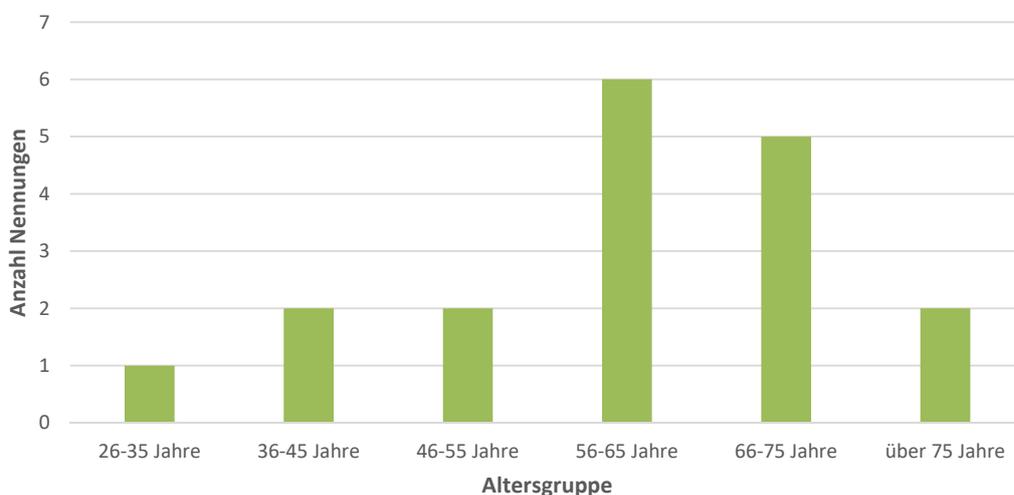
selbstständigen Durchführung von Videokonferenzen“ wurden am wenigsten gewählt. Ein*e Teilnehmer*in gibt als offene Antwort an, Unterstützung im Finden einer Strategie, mit welcher weitere Dorfbewohner*innen für digitale Medien gewonnen werden können, zu benötigen.

Die Antworten zur Frage, in welcher Form Fortbildungsangebote zu den gewünschten Fortbildungsthemen angeboten werden sollten, sind ungefähr gleichmäßig verteilt (Frage 10b; Mehrfachnennungen möglich). Siehe dazu Abbildung 17. Formate wie Online-Veranstaltung, Präsenzveranstaltung oder Video erhalten die häufigsten Nennungen. Unterstützung in Form eines Handbuches oder in Form von Einzelcoaching wird jedoch als weniger

interessant oder wichtig empfunden. 11 von 18 Teilnehmer*innen geben an, dass das gewählte Format egal sei, jede Unterstützung würde helfen.

Abbildung 18 zeigt die Altersverteilung der Umfrageteilnehmer*innen (Frage 11). Die Mehrheit der befragten Dorfmoderator*innen (11 von 18) ist zwischen 56 und 75 Jahren alt. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass zum Ende der Berufstätigkeit und mit Beginn des Rentenalters die Bereitschaft steigt, sich für Dorfbelange zu engagieren. Menschen, welche aus dem Beruf aussteigen, haben in diesem Lebensabschnitt mehr Zeit als im beruflichen Alltag zur Verfügung. Weiterhin geben 2 Personen an, über 75 Jahre alt zu sein und 5 Personen sind zwischen 26 und 55 Jahre alt.

Abbildung 18: Altersverteilung der befragten Dorfmoderator*innen



Telefoninterviews

Aufbauend auf den Ergebnissen der Befragung werden 4 Dorfmoderator*innen, welche an der Befragung teilgenommen haben oder auch nicht, per Telefon interviewt, um zu ausgewählten Fragestellungen detailliertere Informationen einzuholen und die Ergebnisse des Fragebogens zu verifizieren²⁹. Die Auswahl der Befragten erfolgt nach folgenden Kriterien:

- Pro Region in Südniedersachsen nur eine Dorfmoderator*in
- Erfahrene*r bzw. unerfahrenere*r Dorfmoderator*in
- Digital erfahrener*e bzw. unerfahrener*e Dorfmoderator*in
- Teilnahme an der schriftlichen Befragung keine Voraussetzung

Die Ergebnisse der vier durchgeführten Telefoninterviews werden im Folgenden dargestellt und anschließend ausgewertet. Um persönliche Angaben der Teilnehmerinnen anonym zu halten, werden Pseudonyme verwendet: Frau Müller, Frau Maier, Frau Petri und Frau Becker.

Ergebnisse der Telefoninterviews

1. Dienstag, 09.02.2021, 09:00 – 09:35 Uhr: Frau Müller

Frau Müller, 53 Jahre, ist seit 2017 Dorfmoderatorin. Das 790-Einwohner-große Dorf verfügt über keine Breitbandversorgung. Außerhalb des Dorfes gäbe es keine mobilen Verbindungen, am ehesten würde noch W-LAN funktionieren.

Um Jugendlichen und jüngeren Bürger*innen im Dorf eine Beteiligungsmöglichkeit zu bieten, habe man „Jugendworkshops“ veranstaltet. Dazu habe das Dorf u.a. einen professionellen Jugendarbeiter engagiert, welcher mit den jugendlichen Teilnehmer*innen (8-15 Jahre alt) einen Nachmittag lang einen Workshop durchgeführt habe. Mit diesem Projekt der „Jugendworkshops“ habe sich das Dorf bei Miteinander Reden beworben und einen Preis gewonnen. Eine Idee, wie Jugendliche besser digital erreicht werden können, hat Frau Müller nicht. Es gäbe im Dorf WhatsApp-Gruppen, an welchen sich Jugendliche kaum beteiligen würden. Außerdem nutzen zurzeit viele Schüler*innen Videokonferenzen, um Schulsachen zu erledigen. Diese würden sich in ihrer Freizeit nicht noch an weiteren Zoom-Konferenzen beteiligen wollen. Für Jugendliche müssten die Dinge im Hier und Jetzt geschehen. Das Dorf würde die geringe Beteiligung vorerst hinnehmen. Auf die Frage, ob Sie sich mehr Unterstützung in der digitalen Ansprache von jüngeren Mitbürger*innen wünschen würde, nennt Frau Müller kompetente Unterstützung für gezielte Projekte, wie z. B. den „Jugendworkshops“.

Die Frage, ob sie der Aussage, dass ältere Bürger*innen, welche sich nicht mit der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmedien beschäftigen wollen, vom Dorfleben ausgeschlossen würden, zustimme, bejahte Frau Müller. Es gäbe ein paar Senioren, welche gut mit Zoom & Co. zurecht kämen, die meisten älteren Menschen seien digital jedoch schwer erreichbar. Möglichkeiten, dies zu vermeiden, sehe sie bisher keine. Während der Pandemie wurde vieles per Telefon erledigt, ihre Dorfmoderationskollegin habe einige ältere Bürger*innen zu Hause besucht, um eine Videokonferenz einzurichten.

In Dorf wurde ein regelmäßig stattfindender Runde Tisch 2020 online durchgeführt. Dazu habe sich das Dorf professionelle Unterstützung für die erste Konferenz geholt. In der Durchführung habe alles gut geklappt.

Das Etablieren von digitalen Treffen sei im Dorf bereits besprochen worden. Für das Treffen von schnellen Entscheidungen seien Videokonferenzen eine gute Möglichkeit, allerdings sei eine flächendeckende schnelle Internetverbindung und Vertrauen in das Medium notwendig. Zudem wäre ein kostenfreier Zugang, welcher über 40 Minuten hinaus genutzt werden könne, von Vorteil. Dass digitale Kommunikationsmittel und audiovisuelle Medien privat und beruflich, jedoch nicht für Dorfbelange genutzt würden, führt die Befragte darauf zurück, dass viele Dorfmoderator*innen viele Medien noch nicht kennen würden und noch zu unsicher im Umgang damit wären. Die Organisation eines Austausches sei zu kompliziert, da noch nicht ausreichend Knowhow vorhanden wäre, um im Bedarfsfall auch anderen helfen zu können. Beruflich müsse man nur teilnehmen, jedoch nicht organisieren. Frau Müller kenne Fortbildungsangebote zur Nutzung von digitalen Medien, habe diese auch schon zum Teil in Anspruch genommen. An weiteren Fortbildungen habe sie aufgrund ihrer Berufstätigkeit nicht teilnehmen können.

2. Dienstag, 09.02.2021, 10:00 – 10:30 Uhr: Frau Maier

Frau Maier, 44 Jahre, wohnt seit 2003 in ihrem Dorf und begann im selben Jahr mit allgemeiner Moderation in dem 490-Einwohner-starken Dorf. 2016 absolvierte sie mit als eine der ersten die Dorfmoderator*innenfortbildung.

Das Dorf verfüge seit Januar 2021 über eine 50er Mbit-Leitung, seitdem würden Videokonferenzen ohne Probleme funktionieren. Im Dorf gäbe es keinen Ortsrat und keine offiziellen Strukturen. Vereine würden die Basis des Dorflebens bilden und i.d.R. würden Projekte und Aktionen durch Eigeninitiative angestoßen. Extra Veranstaltungen oder Aktionen, um die Beteiligung von Jugendlichen und jüngeren Bürger*innen zu erhöhen, gäbe es keine.

²⁹ Der Telefoninterviewbogen befindet sich in Anhang 12.3.

Als Beispiel für das Ergreifen von Eigeninitiative nennt sie das Vorhaben einiger Jugendlicher, welche 2020 den Wunsch nach einem Basketballplatz und einem weiteren „Jugendbereich“ äußerten. Anschließend ergriffen die Jugendlichen selbst Initiative und setzten sich für ihr Vorhaben ein.

Es gäbe einen Dorf-E-Mail-Verteiler, über welchen Gesuche, Angebote und Informationen rund um das Dorf und zu Veranstaltungen mitgeteilt würden. Diesem E-Mail-Verteiler würden auch junge Erwachsenen im Alter von ca. 20 Jahren beitreten. Auf die Frage, wie Jugendliche noch besser digital angesprochen werden könnten, antwortete Frau Maier, dass Jugendliche ihre Netzwerke untereinander hätten und sich diese nicht mit den Netzwerken der Erwachsenen kreuzen würden. Die Frage nach Wünschen zur Unterstützung einer besseren digitalen Erreichbarkeit von jungen Bürger*innen beantwortete Frau Maier damit, dass sie nicht glaube, dass weitere Kommunikationswege nötig wären. Die Jugendlichen im Dorf hätten ihre WhatsApp-Gruppen und der Mail-Verteiler erreiche ihrer Meinung nach mit 200 Menschen fast die Hälfte der Bürger und Bürgerinnen. Für sie sei es fraglich, wie gut ein zweites Netzwerk funktionieren würde. Unterstützung würde sie sich eher dahingehend wünschen, dass es neben dem direkten persönlichen Kontakt bessere Möglichkeiten gäbe, bei Bedarf einen digitalen Kontakt zwischen Jugendlichen und Erwachsenen her zu stellen.

Die Frage, ob sie der Aussage zustimme, dass ältere Bürger*innen, welche sich nicht mit der Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmedien beschäftigen wollen, vom Dorfleben ausgeschlossen würden, bejahte Frau Maier. Der Bürgerverein werde seine Mitgliederversammlung bewusst in den Sommer 2021 legen, da viele ältere Mitglieder nicht an einer Videokonferenz teilnehmen würden. Ältere Personen hätten außerdem ihre eigenen Wege, um auch an digitale Informationen zu gelangen. Meistens geschehe dies über Kinder, Enkel oder Urenkel. Bei über 80-jährigen habe Frau Maier den Eindruck, dass das Bedürfnis nach Austausch – egal in welcher Form – generell nachlassen würde.

Auf die Frage, was ihr Dorf benötige, um digitale Treffen einzuführen und zu etablieren, antwortete Frau Maier, dass vor allem Menschen gebraucht würden, welche die Technik handhaben können und wollen. Dass digitale Kommunikationsmittel und audiovisuelle Medien privat und beruflich, jedoch nicht für Dorfbelange genutzt würden, führt die Befragte auf mangelnde Erfahrung, und fehlendes Knowhow sowohl in der Organisation als auch in der Rolle als online-Moderator*in zurück. Zudem sei es für Onlineveranstaltungen, bei welchen sich nicht alle Beteiligten kennen würden, schwierig, einen vertrauten Umgang und eine gemeinsame Redekultur zu finden. Die Frage, was genau sie

benötigen würde, um audiovisuelle Kommunikation in ihrer Arbeit als Dorfmoderator*in zu nutzen, beantwortete Frau Maier damit, dass sie vor allem Unterstützung in der Online-Moderation und Informationen zu diversen digitalen Arbeitstools benötige. Die Austausch-Runde mit anderen Dorfmoderator*innen empfand sie als besonders hilfreich. Sie kenne auch weitere Fortbildungsangebote zur Nutzung von digitalen Kommunikationswegen, würde diese jedoch nach wie vor nicht in Anspruch nehmen, da sie den Umgang mit Menschen bevorzuge und mit diesen vorzugsweise im direkten Austausch stehe. Das würde sie als Dorfmoderatorin ausmachen. Sie sehe den Vorteil dieser Medien, ihre Nutzung wäre für sie jedoch kein Schwerpunkt.

3. Freitag, 12.02.2021, 14:00 – 14:45 Uhr: Frau Petri

Frau Petri, 55 Jahre alt, startete 2016 als Dorfmoderatorin. Das Dorf zählt 800 Einwohner*innen und verfügt seit Dezember 2020 über eine 100er Mbit-Leitung.

Jugendlichen und jüngeren Bürger*innen im Dorf Beteiligungsmöglichkeiten zu bieten, gestalte sich nach wie vor schwierig. Durch die Nähe zu Göttingen (12 Minuten Fahrzeit) vermute sie, gäbe es keinen Bedarf für einen Jugendraum oder ähnliches im Dorf. Zu Kirmes-Zeiten würde sich die junge Bevölkerung noch rege beteiligen. Ansonsten funktioniere die Jugendarbeit über den Sport- und Feuerwehrverein noch recht gut. Frau Petri berichtet von einem Pensionär, welcher in naher Zukunft eine Wertstatt für Jugendliche eröffnen wolle, sodass diese dort Mofas, Fahrräder & Co. künftig selber reparieren können. Um Jugendliche besser digital zu erreichen, habe sich Frau Petri bereits mit Dorffunk und NebenAn.de auseinandergesetzt. Zudem wurde ein Instagram-Profil eröffnet, die geteilten Inhalte würde gut angenommen. Unterstützung in der digitalen Ansprache von Jugendlichen würde sie sich zu folgenden Punkten wünschen:

- Beschaffung finanzieller Mittel
- Strategische Herangehensweise
- Informationen zu unterschiedlichen technischen Möglichkeiten
- Informationen zu einer Kommunikations-Plattform, mit welcher sich viele Altersgruppen identifizieren können

Ihr sei wichtig, dass die Menschen neue Dinge ausprobieren und neue Wege beschreiten wollen; Neues dürfe ihrer Meinung nach nicht als Negativ empfunden werden.

Frau Petri ist nicht der Meinung, dass Formen der digitalen Dorfkommunikation ältere Bürger*innen ohne „digitalen Anschluss“ vom Dorfleben ausschließen würden. Vielmehr müsse den älteren Menschen kommuniziert werden, dass z. B. Smartphones auch

eine Hilfe im Alltag darstellen. Man müsse sich mit Blick auf die Zukunft orientieren, da dann auch die Älteren über bessere digitale Fähigkeiten verfügen werden.

Veranstaltungen, wie Vereinssitzungen oder Austausche zwischen Bürger*innen seien 2020 nicht digital durchgeführt worden. Zu Beginn der Pandemie seien ihre Mitbürger*innen nicht daran interessiert gewesen; sie persönlich könne sich mittlerweile jedoch gut vorstellen, eine Videokonferenz auf die Beine zu stellen. Auf die Frage, was ihr Dorf benötige, um digitale Treffen einzuführen, antwortete Frau Petri, dass vor allem Schulungen für Organisator*innen von Videokonferenzen, aber auch Schulungen für Teilnehmer*innen angeboten werden müssten. Sie kenne diverse Fortbildungsangebote und habe diese auch schon in Anspruch genommen. Sie als Dorfmoderatorin bräuchte jemanden, der ihr die Schulung ihrer Mitbürger*innen abnehme, damit sie nicht auch noch Fortbildungen anbieten müsse. Dass digitale Kommunikationsmittel und audiovisuelle Medien privat und beruflich, jedoch nicht für Dorfbelange genutzt würden, führt die Befragte darauf zurück, dass ein Austausch über Zoom als „Arbeit“ angesehen würde und die Menschen steif am Schreibtisch sitzen, statt es sich auf dem Sofa bei einer Tasse Tee gemütlich zu machen. Zudem denkt die Befragte, dass viele Personen die daraus entstehenden Mehrwerte noch nicht sehen würden. Frau Petri betont, dass ein Umdenken stattfinden müsse, immerhin seien audiovisuelle Treffen besser als reines Telefonieren oder ohne jegliche Kommunikation auszuhalten. Für die Zukunft wünscht sich Frau Petri ein Projekt, welches verschiedenen Gruppen im Dorf aufzeige, was digital bereits alles machbar sei und die Dorfmoderator*innen dabei unterstütze, digitaler Kommunikation Eingang in die Dörfer zu verschaffen.

4. Freitag, 12.02.2021, 16:00 – 16:25 Uhr: Frau Becker

Frau Becker, 35 Jahre alt, hat im Jahr 2016 die Ausbildung zur Dorfmoderator*in absolviert. Ihr Dorf zählt 560 Einwohner*innen. Die Internetverbindung der Dorfbewohner*innen ist über die Glasfaser-Verbindung der Telekom gut. Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche und jüngere Bürger*innen seien vor allem über die Jugendfeuerwehr gegeben. Das Dorf verfüge laut Becker über eine starke Dorfjugend mit hoher Identifikation im Dorf. Es verfüge über eine Facebook Seite und eine Instagram Seite. Zudem gäbe es eine Gemeinde-WhatsApp-Gruppe, in welcher auch der Bürgermeister vertreten sei. Andere Ansprechformate halte Frau Becker für nicht notwendig.

Auf die Frage, ob sie der Aussage zustimmen würde, dass durch die Nutzung von audiovisuellen Kommunikationsmedien ältere Bürger*innen ausgeschlossen werden würden, kann sie keine feste Aussage treffen. Es gäbe im Dorf eine Sportgruppe, deren Mitglieder über 60 Jahre alt wären. Diese würden sich regelmäßig via Zoom treffen, um ihr Sportprogramm durchzuführen. Auch andere ältere Personen im Dorf würden sich mit digitalen Medien beschäftigen. Becker betont, wer digitale Beteiligung im Alter wolle, würde über Nachbarn, Kinder oder Enkelkinder Wege finden. Handwurfzettel gäbe es jedoch nach wie vor. 2020 hätten im Dorf verschiedene digitale Veranstaltungen stattgefunden. Darunter sei eine Sitzung des Bürgermeisters und der Vereinsvorsitzenden gewesen und Veranstaltungen anderer Dorfgemeinschaften. Seit 2021 biete der Sportverein sein Sportangebot über Zoom an. Frau Becker glaubt nicht, dass sich digitale Treffen in ihrem Dorf etablieren werden. Gewohnheiten, wie das gemeinsame Beisammensitzen im Vereinshaus wären tief in den Menschen verankert und würden sich nicht durch digitale Treffen ersetzen lassen. Auf die Frage, ob sie sich erklären könne, warum viele Dorfmoderator*innen audiovisuelle Kommunikationsmittel privat und beruflich nutzen, jedoch nicht bei ihrer Arbeit als Dorfmoderator*in, wisse sie keine Antwort.

Sie selbst nutze Videokonferenzen sowohl privat, als auch beruflich, habe im Rahmen ihrer Tätigkeiten als Dorfmoderatorin jedoch an erst einer Videokonferenz teilgenommen. Für die Zukunft könne sie sich nicht vorstellen, diese Medien weiterhin zu nutzen – egal in welchem Zusammenhang. Fortbildungsangebote für die Nutzung von Videokonferenzen sind Frau Becker bekannt. Sie habe an noch keiner teilgenommen, da ihr oft die Zeit dazu fehle. Einfache Anwendungen seien ihr durch berufliche Meetings geläufig. Sollten künftig vermehrt Videokonferenzen bei der Dorfkommunikation eingesetzt werden, beabsichtige sie sich über deren Anwendungsmöglichkeiten zu informieren.

Bedeutung der schriftlichen Befragung und der Telefoninterviews

Wie die Auswertung der schriftlichen Befragung und der darauf aufbauenden Telefoninterviews zeigt, sind die Nutzung von Messenger Diensten, E-Mails und audiovisuellen Medien die häufigsten Formen der digitalen Kommunikation, die von den befragten Dorfmoderator*innen genutzt werden. Letztere werden hauptsächlich zu privaten und beruflichen Zwecken genutzt.

Gründe dafür, warum diese nicht auch im Rahmen der Arbeit als Dorfmoderator*in genutzt werden, gaben die vier per Telefon interviewten Personen wie folgt an:

- Personen sehen Mehrwerte von audiovisuellen Medien noch nicht: Bessere Kommunikation als reines Telefonieren
- Mangelndes Knowhow zur Technik, Organisation und Durchführung
- Aufbau eines vertrauten Gesprächsklimas unter Personen, welche sich nicht kennen, ist nur schwer möglich

Daraus kann geschlossen werden, dass vor allem Fortbildungsangebote zur Nutzung und zu den sich eröffnenden Chancen und Möglichkeiten audiovisueller Medien in den Dörfern angeboten werden sollten. Die Telefoninterviews verdeutlichen, dass diese Fortbildungsangebote unterschiedlich ausgerichtet werden sollten: Einerseits für Organisatoren und andererseits für Teilnehmer*innen von audiovisuellen Konferenzen. In den Telefoninterviews wurde außerdem verdeutlicht, dass die Menschen in den Dörfern grundsätzlich offen gegenüber „Neuem“ und insbesondere digitalen Medien seien, es jedoch immer Menschen bedarf, welche „Neues“ auch anpacken und umsetzen wollen.

2020 wurden in den Dörfern der Dorfmoderator*innen teilweise bereits Mitgliederversammlungen, Vorstandssitzungen, Projektgruppenabstimmungen und Sport-Angebote digital durchgeführt. Die Teilnehmerinnen der Telefoninterviews konnten dies für ihre Dörfer bestätigen. Für die ehrenamtliche Dorfarbeit könnte dies bedeuten, dass Treffen dieser Art auch in Zukunft – mit ausreichender fachlicher Unterstützung – digital angeboten werden können. Bestätigt werden kann diese Überlegung dadurch, dass fast die Hälfte der 18 befragten Dorfmoderator*innen keine Vorbehalte gegenüber audiovisuellen Medien haben.

Digitale Kommunikationsformen erscheinen den Dorfmoderator*innen der schriftlichen Befragung gut geeignet, um Jugendliche und jüngere Bürger*innen für Dorfbelange besser bzw. überhaupt zu erreichen. Die telefonische Befragung hat ergeben, dass digitale Kommunikation in den Dörfern bereits eingesetzt wird, um jüngere Generationen zu erreichen. So werden Instagram-Profile, Facebook-Seiten und WhatsApp-Gruppen genutzt, welche in 3 von 4 Dörfern von den Jugendlichen gut angenommen werden. Parallel dazu wird ein attraktives Vor-Ort-Angebot, welches die Interessen der Jugendlichen weckt, angeboten. Eine Teilnehmerin der Telefoninterviews gab zu bedenken, dass

Jugendliche während der Pandemie Videokonferenzen bereits zu Schulzwecken nutzen müssten und die Bereitschaft, diese in der Freizeit weiterhin zu nutzen, gering sei.

Sicherlich ist es sinnvoll diese Aspekte und deren Zusammenwirken in einer weiterführenden Untersuchung zu vertiefen, denn die alleinige Nutzung von digitalen Medien wird nicht die Beteiligung am Dorfleben erhöhen, wenn die Interessen der Bürger*innen nicht angesprochen werden.

In Bezug auf die Erreichung von älteren Bürger*innen sind die vier Dorfmoderatorinnen aus den Telefoninterviews geteilter Meinung. Teilweise wurden aus Rücksicht auf ältere Mitbürger*innen Veranstaltungen und Treffen bewusst nicht digital durchgeführt, andererseits sind die Befragten der Meinung, dass Menschen, welche Informationen bewusst suchen, Wege finden, um diese auch zu erhalten. Eine Dorfmoderatorin hatte den Eindruck, dass sich einige Menschen über 80 Jahren sich nicht mehr am Dorfleben beteiligen wollen, da das Bedürfnis nach Austausch nicht mehr so stark sei. In Bezug auf die ehrenamtliche Dorfarbeit könnte in den Dörfern die Bereitschaft für digitale Austausche innerhalb des Dorfes mit einer Umfrage abgefragt und interne Dorfkommunikation anhand der Ergebnisse angepasst werden. ■

Handlungsempfehlungen und Ausblick

Ziel der vorliegenden Studie war es, durch Literaturrecherchen, schriftliche Befragungen und Telefoninterviews herauszufinden, welche Möglichkeiten und Grenzen es gibt, eine direkte face-to-face Kommunikation, die im Rahmen der Arbeitsmethode Appreciative Inquiry (AI) als wertschätzendes Erkunden angewendet wird, durch digitale Kommunikationsmethoden zu ersetzen.

Als digitale Kommunikationsmedien werden im Rahmen dieser Studie E-Mails, Messenger Dienste, Telefonkonferenzen, audiovisuelle Kommunikation (Videokonferenzen) und soziale Medien bezeichnet. Die Umfragen unter Bürger*innen der Dörfer des Modellprojektes Gesundes Dorf und unter südniedersächsischen Dorfmoderator*innen haben ergeben, dass beruflich vor allem E-Mails, Messenger Dienste, Telefonkonferenzen und audiovisuelle Kommunikation genutzt werden. Privat werden hauptsächlich E-Mails und Messenger Dienste und nur zum Teil audiovisuelle Medien genutzt. Die Arbeit der Dorfmoderator*innen in deren Dörfern beschränkt sich bisher hauptsächlich auf E-Mails und Messenger-Dienste. Ebenso die Kommunikation innerhalb von Vereinen. Die Telefoninterviews mit den Dorfmoderator*innen haben gezeigt, dass sich z. B. die Nutzung von Videokonferenzen in der Arbeit als Dorfmoderator*in noch nicht durchgesetzt hat, da es v. a. an fehlendem Knowhow für die Organisation und Durchführung eines audiovisuellen Austausches mangle. Daraus kann geschlossen werden, dass in Dorf- und Regionalentwicklungsprozessen, in welchen digitaler Austausch stattfinden soll oder digitale Medien eingesetzt werden sollen, von Beginn an eine intensive Unterstützung für die Bürger*innen vor Ort angeboten werden sollte. Insbesondere in der Ausbildung von Dorfmoderator*innen, welche in ihren Dörfern Austausche anstoßen und als Leitperson gesehen werden, sollte eine Ausbildungseinheit „Nutzung digitaler Instrumente“ und „Organisation und Durchführung von digitalen Austauschen“ darstellen.

Die Literaturrecherchen ergaben, dass Emotionen, welche durch Gemeinschaftserleben, Herzlichkeit, Nähe und Vertrauensbildung hervorgerufen werden, durch digitale Medien nicht ausreichend übermittelt werden können. Dies wird von beiden im Rahmen dieser Studie durchgeführten Umfragen bestätigt. Vor allem fehle der direkte Augenkontakt, die Körpersprache der anderen Teilnehmer*innen und persönliche Gespräche. Wertschätzung als Haltung lässt sich digital "transportieren". Vor allem dann, wenn eine wertschätzende Haltung und Vorgehensweise bereits eingebaut ist in die Vorbereitung einer digitalen Veranstaltung. Notwendig ist die Klärung folgender Fragen:

- Wie ist der Stand der digitalen Kompetenz bei den Klienten / Kunden?
- Über welche Endgeräte/ Bildschirmgröße wird die Veranstaltung geteilt?
- Wie kann psychologische Sicherheit für den Umgang mit den neuen Formaten hergestellt werden? Beispielsweise: Testmöglichkeiten anbieten, zeitliches Einstiegsfenster zum Ankommen etc.
- Welche Interaktionen verlangen nach welchem technischen Format?
- Wie wird für das körperliche und emotionale Wohlergehen der Teilnehmer*innen gesorgt?
- Wie oft sind Pausen einzuplanen? Wie werden die Pausen gefüllt?
- Wie können für die Gehirne eine angemessene Stimulation / Erfolgserlebnisse als Voraussetzung für Lernprozesse geschaffen werden?
- Wie viele Moderator*innen brauche ich für ein audiovisuelles Format?
- u. a. m.

11 von 50 Befragten aus beiden durchgeführten Umfragen gaben an, dass im Jahr 2020 Vereinstermine oder andere Treffen digital stattgefunden haben. In Bezug auf zukünftige Online-Veranstaltungen sind die Befragten geteilter Meinung. Ein Teil kann sich auch in Zukunft Online-Austausche vorstellen, während ein anderer Teil nicht an die Durchsetzung audiovisueller Medien glaubt. Zu empfehlen ist an dieser Stelle eine weiterführende, ggf. bundesweite Befragung von Personen, welche in den Dörfern Impulsgeber sind. Dies könnten zum Beispiel Ortsvorsteher*innen oder Vereinsvorsitzende, aber auch weitere Dorfmoderator*innen sein. Denkbar wäre auch, in einigen Modelldörfern für z. B. ein Jahr alle Dorftreffen – mit entsprechender Unterstützung – digital durchzuführen.

Die Umfrage unter den Dorfmoderator*innen spiegelt eine grundsätzliche Bereitschaft wieder, audiovisuelle Medien anzuwenden. Die Ergebnisse machen jedoch auch deutlich, dass es zur Etablierung noch einer Eingewöhnungszeit und Übung bedarf. Diese Aussage wird zum Teil durch die durchgeführten Telefoninterviews bestätigt. Zur effektiven Durchführung von Videokonferenzen ist außerdem nötig, dass alle Teilnehmer*innen ausreichend im Umgang mit diesen Medien geschult werden. Hierbei sollte zwischen Schulungen aus Sicht eines Teilnehmers/einer Teilnehmerin und aus Sicht eines Organistors/einer Organistatorin unterschieden werden. Die Umfrage unter südniedersächsischen Dorfmoderator*innen bestätigt dies und bekräftigt die Schlussfolgerung, im Rahmen von Dorfentwicklungsprozessen, bei welchen digitale Kommunikation eingesetzt werden soll, stets Fortbildungsangebote zur Nutzung der digitalen Medien an zu bieten. Die Umfrage unter Dorfmoderator*innen ergab, dass Fortbildungsangebote jeglicher Art angenommen würden.

Als weitere Erkenntnis der Studie lässt sich festhalten, dass es bislang noch keine Erfahrungen mit digitalen Formaten in der Durchführung von AI-Prozessen zu geben scheint.

Daher lassen sich Empfehlungen nur aus den Besonderheiten eines AI-Prozesses im Gegensatz zu anderen beteiligungsorientierten Großgruppenverfahren ableiten. AI legt den Schwerpunkt auf positive Emotionen, auf Gemeinschaftserfahrungen, auf eine starke Raumorientierung und auf kollektives Lernen. Methodisch lässt sich die Methode vollständig digital umsetzen, dafür braucht es jedoch einen enormen professionellen Zeit- und Technikaufwand. Der zeitliche Vorbereitungsaufwand hierfür ist geschätzt mindestens doppelt so hoch, wie für die Vorbereitung einer Präsenzveranstaltung.

Erfahrungen zeigen, dass der/die Moderator*in eines Online-Austausches deutlich stärker als bei Präsenztreffen auf die Teilnehmenden zugehen und Diskussionen anregen muss. Bei einem AI-Prozess handelt es sich immer um ein maßgeschneidertes Produkt, passend zu den Vorstellungen und Ressourcen des Systems. Für die Dorfmoderation, aber auch alle anderen Dorfentwicklungsprozesse wird dadurch deutlich, wie wichtig es ist, Dorfmoderator*innen und verantwortliche Akteure dabei zu unterstützen, möglichst individuelle Lösungen für ihre Dörfer zu erarbeiten.

Vielen Menschen fehlen beim digitalen Arbeiten besonders die Resonanzenerfahrungen mit anderen Teilnehmern. Das dürfte bei Appreciative Inquiry noch verstärkt erfolgen, da sich Beziehung und Begegnung nicht nachholen lassen. Zudem kommen Emotionen, Beteiligung und Gemeinschaftserleben als besondere Qualitäten / Merkmale der Methode beim digitalen Arbeiten zu kurz.

„Im Gegensatz zu Memos, Plänen und Taktiken wirkt AI durch Geschichten, Referenzen und Großgruppenforen in die Kommunikation der Organisation hinein. ... im Grunde genommen geschieht Organisieren dadurch, dass man Best Practices, magische Momente und Leben spendende Erfahrungen miteinander teilt. ... Entwicklung und Erhaltung der Triebkraft zur Veränderung erfordern unserer Erfahrung nach ein hohes Maß an positiver Perspektive und sozialer Bindung- Dinge wie Hoffnung, Aufgeregtheit, Inspiration, Fürsorge, Kameradschaft, Gespür für Dringlichkeit und die reine Freude daran, miteinander etwas Sinnvolles zu erschaffen ...“³⁰

In allen Kulturen treffen sich Menschen als Gruppe, um sich im Kreis auszutauschen. Der Kreis stellt eine archaische Form dar, die Begegnung und Beziehung und auch Lernen von- und miteinander ermöglicht. Auch der AI-Prozess nutzt immer wieder den Kreis für das Entstehen von kollektivem Wissen zur Anreicherung der

individuellen Perspektiven. Darunter fallen der Kreis der Kleingruppenarbeit und der große Plenum-Kreis. Diese Gesprächskreise fanden und finden nicht überall statt, sondern oft ritualisiert an bestimmten Plätzen und Orten und zu bestimmten Zeiten. Das verleiht ihnen Kraft, Autorität und Sinnhaftigkeit und damit auch Nachhaltigkeit im Sinne einer Tragfähigkeit in Bezug auf Erarbeitetes.

Durch beide Befragungen wurde deutlich, dass Jugendliche eine Zielgruppe darstellen, welche über digitale Medien besser als bisher üblich für Dorfbelange zu erreichen wäre. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass beteiligungsorientierte Arbeitsmethoden in der Dorfentwicklung, aber auch in Prozessen der Dorfmoderation nachhaltig erfolgsversprechend sein können, wenn Jugendliche und jüngere Einwohner*innen von Beginn an in die Entwicklungsarbeit einbezogen werden. In Bezug auf AI-gestützte Prozesse sollten gezielt jüngere Bürger*innen für die Teilnahme an den vier Phasen gewonnen werden. In der Aus- oder Fortbildung von Dorfmoderator*innen könnte die Anwendung beteiligungsorientierter Arbeitsmethoden, wie Appreciative Inquiry ein Baustein darstellen.

Eine endgültige Beantwortung der Frage, inwiefern sich die Methode Appreciative Inquiry in einem digitalisierten oder hybriden Format in Dorfentwicklungsprozessen einsetzen lässt, lässt sich im Rahmen dieser Studie nicht endgültig beantworten. Dieser Frage sollte in weiteren Forschungsarbeiten unter Einbezug amerikanischer Erfahrungen aus der Unternehmens- und Gemeinwesenentwicklung weiterhin nachgegangen werden.

Aus der Auswertung der Umfrage unter den Bürger*innen der Dörfer des Modellprojektes geht die Frage hervor, ob Treffen und Sitzungen in Dorfentwicklungsprojekten mit den teilnehmenden Ämtern, Behörden und Ministerien grundsätzlich vorzugsweise in digitalem Format stattfinden sollten. Dahinter steht die Frage, ob Dorfbewohner*innen mit Vertretern dieser oder ähnlicher Einrichtungen eine gewisse vorhandene Hierarchie aufrechterhalten und persönliche Distanzen bewusst bewahren wollen. Diese Thematik könnte in einer weiterführenden Studie ausgearbeitet werden.

Grundvoraussetzung für digitales Arbeiten im ländlichen Raum ist eine ausreichend vorhandene Breitbandversorgung. Um Haushalte ohne oder mit unzureichender Internetverbindung dennoch in Veranstaltungen einzubinden, können Hybridveranstaltungen eine Möglichkeit darstellen. In weiteren Forschungsarbeiten könnten Voraussetzungen, Möglichkeiten und Chancen hybrider Veranstaltungen näher untersucht werden. ▀

³⁰ Holman, Peggy & Devane, Tom (Hrsg.) (2006): Change Handbook – Zukunftsorientierte Großgruppenmethoden. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme-Verlag

Anhang

Fragebogen an die Westersteder Dörfer Tarborg, Ocholt und Garnholt

Modellprojekt „Gesundes Dorf“ – Dorfumfrage zu digitaler Kommunikation in Ocholt, Garnholt und Tarborg

Die Durchführung des Modellprojekts „Gesundes Dorf“ baut darauf, dass wir uns mit Ihnen in Ihrem Dorf treffen und uns zum Thema Gesundheit und Wohlbefinden austauschen. Durch die Corona-Pandemie ist dies zurzeit nicht möglich. Wir wollen daher nach einem Weg suchen, das Projekt auch ggf. ohne Treffen vor Ort weiter zu entwickeln. Audiovisuelle Zusammenkünfte³¹ könnten hierfür eine mögliche Lösung darstellen.

Mit diesem Fragebogen wollen wir herausfinden, ob es möglich wäre, einige der noch ausstehenden Veranstaltungen des Modellprojektes beispielsweise durch Video- oder Telefonkonferenzen oder andere digitale Kommunikationsmittel zu ersetzen.

Von besonderer Bedeutung ist dabei die Arbeitsmethode der „Wertschätzenden Erkundung“ („Appreciative Inquiry“, kurz „AI“); Im folgenden „AI-Prozess“ genannt), bei der gemeinsam mit Ihnen positive Erfahrungen zum Thema Gesundheit und Wohlbefinden in Ihrem Dorf in einer Gruppenarbeit zusammengetragen und anschließend Visionen entwickelt und konkretisiert werden sollen.

Da wir die Antworten der Umfrage anonym auswerten und Ihrem Dorf zur Verfügung stellen wollen, bitten wir Sie, diesen Fragebogen nicht mit Ihrem Namen zu kennzeichnen.

1. Nutzen Sie digitale Kommunikationsmedien, wie E-Mail, Messengerdienste (WhatsApp, Telegram, ...), Telefonkonferenzen, audiovisuelle Kommunikationsmedien (Skype, Zoom, ...) oder soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter, ...)?			
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>
Wenn Sie <u>KEINES</u> der genannten Medien nutzen, beantworten Sie bitte nur die Fragen 3, 6, 8 bis 12			

2. Welche Art von digitaler Kommunikation benutzen Sie in Ihrem beruflichen und privaten Umfeld? Bitte kreuzen Sie an:					
Digitales Kommunikationsmedium		Häufig	Ab und zu	Selten	Nutze/ kenne das Medium nicht
E-Mail	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messengerdienste - WhatsApp - Telegram - _____	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonkonferenzen	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

³¹ Audiovisuelle Zusammenkünfte sprechen die visuellen und auditiven Sinne des Menschen an. Gemeint ist damit Kommunikation in Wort und Bild, also z.B. über Videokonferenzen.

Audiovisuelle Kommunikationsmedien (live in Bild und Ton) - Skype - Zoom - Adobe Connect - Microsoft Teams - _____ - _____	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Medien - Facebook - Instagram - Twitter - _____	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weitere Ihnen bekannte Medien: - _____ - _____ - _____	Nutzung privat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nutzung beruflich*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* auch Homeoffice

3. Wenn Sie die in der ersten Frage genannten Kommunikationsmedien NICHT verwenden, würde uns interessieren, was Sie persönlich daran hindert diese zu nutzen? Bitte kreuzen Sie an – Mehrfachnennungen sind möglich

	Es fehlt der Zugang zum Internet	Ich besitze keine passenden Geräte (Handy, Tablet, Computer, ...)	Ich bin mit der Anwendung nicht vertraut	Ich habe Angst mir einen Computervirus o.ä. einzufangen	Ich habe Angst, vor dem Missbrauch persönlicher Daten	Ich lehne die Nutzung grundsätzlich ab	Sonstige Gründe (welche?)
E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Messengerdienste (z.B. WhatsApp, Telegram, usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
DorfApp, Dorffunk, usw.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Telefonkonferenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Audiovisuelle Kommunikationsmedien (Videokonferenzen)	<input type="checkbox"/>						
Soziale Medien (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/>						
Andere Ihnen bekannte Medien oder Kommunikationswege: - _____ - _____	<input type="checkbox"/>						

4. Was fühlen Sie bei der Nutzung von oben genannten audiovisuellen Kommunikationsmedien (Skype, Zoom,)?	
<input type="checkbox"/>	Weiß nicht, ich habe diese Medien noch nie genutzt
<input type="checkbox"/>	Ich finde es befremdlich mein eigenes Gesicht oder Stimme am Bildschirm wahrzunehmen
<input type="checkbox"/>	Ich fühle mich ängstlich und unsicher
<input type="checkbox"/>	Ich merke in diesem Moment nicht, wie ich nach Außen wirke, bzw. wahrgenommen werde
<input type="checkbox"/>	Ich fühle mich von meinen Mitmenschen abgeschottet
<input type="checkbox"/>	Es kostet mich viel mehr Energie und Konzentration als ein Treffen von Angesicht zu Angesicht
<input type="checkbox"/>	Die Nutzung dieser Kommunikationsmittel hat für mich keine Auswirkungen
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

4a. Was vermissen Sie während der Nutzung?	
<input type="checkbox"/>	Augenkontakt
<input type="checkbox"/>	Körpersprache der anderen
<input type="checkbox"/>	Eigentlich nichts
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

5. Welche Auswirkungen hat Ihrer Meinung nach die Nutzung der in Frage 1 genannten audiovisuellen Kommunikationswege (Skype, Zoom, ...) auf das Miteinander im Dorf?	
<input type="checkbox"/>	Häufigerer Austausch untereinander
<input type="checkbox"/>	Persönliche Treffen und Austausch werden seltener
<input type="checkbox"/>	Das Zwischenmenschliche geht verloren
<input type="checkbox"/>	Mehr Potentiale vorhanden, etwas zu bewegen
<input type="checkbox"/>	Keine Auswirkungen
<input type="checkbox"/>	Weiß nicht, ich habe diese Medien noch nie genutzt
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

6. Wurden Vereinstermine oder andere Treffen mit dorfbezogenem Kontext dieses Jahr bei Ihnen audiovisuell (in Ton und Bild) durchgeführt?					
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>	Weiß nicht	<input type="checkbox"/>
Falls ja, welche Termine? _____					

Was lief dabei gut? _____					

Was lief dabei nicht so gut? _____					

Können Sie sich vorstellen, dies auch für die Zukunft beizubehalten?					
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>		

7. Welche digitalen Kommunikationsmittel werden von Ihnen im Dorf genutzt, um sich mit anderen Bürgern im Dorf und mit Behörden (z.B. in Westerstede) auszutauschen? Und wie wichtig empfinden Sie die Nutzung der Kommunikationsmittel?				
	Private Kommunikation untereinander	Zur Organisation/ Kommunikation in Vereinen oder Gruppen (Veranstaltungen, Feste, Vereinsvorstände)	Zur Kommunikation mit Behörden (z.B. in Westerstede)	1 = sehr wichtig 2 = wichtig 3 = mittel 4 = weniger wichtig 5 = unwichtig
E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Messengerdienste (z.B. WhatsApp, Telegram, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Telefonkonferenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Audiovisuelle Kommunikationsmedien (Videokonferenzen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Soziale Medien (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Weitere Ihnen bekannte Medien oder Kommunikationswege: - _____ - _____ - _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

7a. Wer organisiert die Austausche und wie laufen diese ab?

8. Glauben Sie, dass man durch digitale Medien Zielgruppen besser als bisher, bzw. überhaupt für Dorfbelange erreichen und interessieren könnte? Wenn ja, wen?

<input type="checkbox"/>	Ja, z. B.	<input type="checkbox"/>	Jugendliche
		<input type="checkbox"/>	Menschen, die sich aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bisher nicht beteiligen können
		<input type="checkbox"/>	Menschen, die aus anderen Gründen nicht vor Ort sind
		<input type="checkbox"/>	...
		<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	Nein		

9. Glauben Sie, dass sich an den zukünftigen Veranstaltungen mehr Teilnehmer *innen beteiligen würden, wenn diese audiovisuell (in Ton und Bild) oder teilweise digital angeboten werden? Oder wenn diese aufgezeichnet und später abgerufen werden könnten? (z.B. für Bürger*innen, die sich aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bisher nicht beteiligen können)			
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>

10. Könnten Sie sich vorstellen, unsere gemeinsamen Veranstaltungen audiovisuell, d.h. über Videokonferenzen durchzuführen?			
	Ja	Nein	Dazu kann ich keine Angabe machen
Projektbesprechungen mit dem Projektteam, Stadt WST und weiteren Personen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veranstaltungen wie die Interviews zu alten Heilmitteln, wie wir sie im Frühjahr 2020 geführt haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Workshop mit Vorträgen und Arbeitsgruppen (ähnlich wie der Expertenworkshop im Jaspershof)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gruppenarbeit mit dem Projektteam und anderen Dorfbewohnern (AI-Prozess)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Und zum Schluss: Welcher Altersklasse gehören Sie an?					
<input type="checkbox"/>	15 – 25 Jahre	<input type="checkbox"/>	26 – 35 Jahre	<input type="checkbox"/>	36 – 45 Jahre
<input type="checkbox"/>	46 – 55 Jahre	<input type="checkbox"/>	56 – 65 Jahre	<input type="checkbox"/>	66 – 75 Jahre
<input type="checkbox"/>	Über 75 Jahre				

Vielen Dank für Ihr Engagement, wir freuen uns bereits, Sie im nächsten Jahr wieder zu sehen!

Fragebogen an Dorfmoderatoren in Südniedersachsen

Umfrage zu digitaler Kommunikation in Ihrer Arbeit als Dorfmoderator*in

Aufgrund der derzeitigen Entwicklung und Dynamik der Corona-Pandemie ist das Dorf- und Vereinsleben stark eingeschränkt. Als Dorfmoderator*innen sind Sie darauf angewiesen mit den Dorfbewohnern in Kontakt zu treten und mit ihnen zu kommunizieren. Wir wollen gerne herausfinden, wie Sie das tun und vor

allem welche digitalen Hilfsmittel Sie hierfür bereits benutzen bzw. was Sie daran hindert diese zu nutzen. Zudem interessiert uns, was getan werden kann, um Sie als Dorfmoderator*in bei anhaltenden Beschränkungen im nächsten Jahr ggf. zu unterstützen.

Wir würden uns freuen, wenn Sie diesen Fragebogen ausgefüllt an uns zurücksenden. Per E-Mail an luisa.rademann@asg-goe.de oder per Fax an 0551/ 4 97 09 – 16.

Da wir die Antworten der Umfrage anonym auswerten, bitten wir Sie, diesen Fragebogen nicht mit Ihrem Namen zu kennzeichnen.

1. Welche Art von digitaler Kommunikation kennen oder benutzen Sie in Ihrem beruflichen und privaten Umfeld? Welche Medien nutzen Sie bereits in Ihrer Rolle als Dorfmoderator*in? <i>Bitte kreuzen Sie an – Mehrfachnennungen sind möglich</i>					
Digitales Kommunikationsmedium	Kenne ich...	Nutze ich...	...privat	...beruflich	...als Dorfmoderator*in
E-Mail	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messengerdienste - WhatsApp - Telegram - _____	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DorfApp, Dorffunk, usw.	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonkonferenzen	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Audiovisuelle Kommunikationsmedien (live in Bild und Ton) - Skype - Zoom - Adobe Connect - Microsoft Teams - _____	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Soziale Medien - Facebook - Instagram - Twitter - _____	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weitere Ihnen bekannte Medien: - _____ - _____	<input type="checkbox"/>	Häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ab und zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nutze das Medium nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Wenn Sie die in der ersten Frage genannten Kommunikationsmedien NICHT verwenden, würde uns interessieren, was Sie persönlich daran hindert diese zu nutzen? Bitte kreuzen Sie an – Mehrfachnennungen sind möglich							
	Es fehlt der Zugang zum Internet	Ich besitze keine passenden Geräte (Handy, Tablet, Computer, ...)	Ich bin mit der Anwendung nicht vertraut	Ich habe Angst mir einen Computervirus o.ä. einzufangen	Ich habe Angst, vor dem Missbrauch persönlicher Daten	Ich lehne die Nutzung grundsätzlich ab	Sonstige Gründe (welche?)
E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Messengerdienste (z.B. WhatsApp, Telegram, usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
DorfApp, Dorffunk, usw.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Telefonkonferenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Audiovisuelle Kommunikationsmedien (Videokonferenzen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Soziale Medien (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Andere Ihnen bekannte Medien oder Kommunikationswege: - _____ - _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

3a.) Welche Ihrer Aufgaben als Dorfmoderator*in haben Sie (jetzt während der Beschränkungen durch die Corona Pandemie) bereits digital durchgeführt?	
<input type="checkbox"/>	

3b.) Gibt es Aufgaben von denen Sie sich vorstellen können, dass Sie diese auch „nach Corona“ weiterhin digital durchführen? Wenn ja, welche?	
<input type="checkbox"/>	

4. Welche digitalen Kommunikationsmittel werden von Ihnen im Dorf genutzt, um sich mit anderen Bürgern im Dorf und mit Behörden auszutauschen? Und wie wichtig empfinden Sie die Nutzung der Kommunikationsmittel?				
	Private Kommunikation untereinander	Zur Organisation/ Kommunikation in Vereinen oder Gruppen (Veranstaltungen, Feste, Vereinsvorstände)	zur Kommunikation mit Behörden	1 = sehr wichtig 2 = wichtig 3 = mittel 4 = weniger wichtig 5 = unwichtig
E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Messengerdienste (z.B. WhatsApp, Telegram, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Telefonkonferenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Audiovisuelle Kommunikationsmedien (Videokonferenzen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Soziale Medien (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Weitere Ihnen bekannte Medien oder Kommunikationswege: - _____ - _____ - _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

5. Glauben Sie, dass man durch digitale Medien bestimmte Menschen besser als bisher, bzw. überhaupt für Dorfbelange erreichen und interessieren könnte? Wenn ja, wen?

<input type="checkbox"/>	Ja, z. B.	<input type="checkbox"/>	Jugendliche
		<input type="checkbox"/>	Menschen, die sich aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bisher nicht beteiligen können
		<input type="checkbox"/>	Menschen, die aus anderen Gründen nicht vor Ort sind
		<input type="checkbox"/>	Menschen mit Handicap
		<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	Nein		

6. Welche Vorbehalte haben Sie persönlich gegenüber der Nutzung von audio-visuellen Kommunikationsmedien? (Skype, Zoom,...)
(Mehrfachnennungen sind möglich)

<input type="checkbox"/>	Weiß nicht, ich habe diese Medien noch nie genutzt
<input type="checkbox"/>	Ich finde es befremdlich mein eigenes Gesicht oder Stimme am Bildschirm wahrzunehmen
<input type="checkbox"/>	Ich fühle mich von meinen Mitmenschen abgeschottet
<input type="checkbox"/>	Ich erkenne weder Mimiken, Haltungen, Zustimmungen oder Ablehnungen der anderen Teilnehmer
<input type="checkbox"/>	Ich merke in diesem Moment nicht, wie ich nach Außen wirke, bzw. wahrgenommen werde
<input type="checkbox"/>	Ich habe ein starkes Unbehaglichkeitsgefühl
<input type="checkbox"/>	Ich habe Angst vor einer Methode, bei der mir meine bisherigen Erfahrungen nicht weiterhelfen
<input type="checkbox"/>	Mit bisher unbekanntem Bürgern ist es schwer, eine vertrauliche Basis zu bilden
<input type="checkbox"/>	Relevante Gruppen/Personen sind auf diese Art nicht erreichbar
<input type="checkbox"/>	Es kostet mich viel mehr Energie und Konzentration als ein Treffen von Angesicht zu Angesicht
<input type="checkbox"/>	Ich habe keinerlei Vorbehalte
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

7. Wurden Vereinstermine oder andere Treffen mit dorfbezogenem Kontext dieses Jahr bei Ihnen audiovisuell (über Videokonferenzen) durchgeführt?					
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>	Weiß nicht	<input type="checkbox"/>
Falls ja, welche Termine? _____ _____					
Was lief dabei gut? _____ _____					
Was lief dabei nicht so gut? _____ _____					
Können Sie sich vorstellen, dies auch für die Zukunft beizubehalten?					
Ja	<input type="checkbox"/>	Nein	<input type="checkbox"/>		

8. Welche Auswirkungen hat Ihrer Meinung nach die Nutzung der in Frage 1 genannten audiovisuellen Kommunikationswege (Skype, Zoom, ...) auf das Miteinander im Dorf? (Mehrfachnennungen sind möglich)	
<input type="checkbox"/>	Häufigerer Austausch untereinander
<input type="checkbox"/>	Persönliche Treffen und Austausch werden seltener
<input type="checkbox"/>	Das Zwischenmenschliche geht verloren
<input type="checkbox"/>	Mehr Potentiale vorhanden, etwas zu bewegen
<input type="checkbox"/>	Weiß nicht, ich habe diese Medien noch nie genutzt
<input type="checkbox"/>	Keine Auswirkungen
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

9. Sind Ihnen Fortbildungsangebote zur Nutzung digitaler Technik und audio-visueller Medien in Ihrem Umfeld bekannt und haben Sie diese bereits in Anspruch genommen?	
<input type="checkbox"/>	Nein, sind mir nicht bekannt
<input type="checkbox"/>	Ja, sind mir bekannt, habe ich aber noch nicht in Anspruch genommen.
<input type="checkbox"/>	Ja, sind mir bekannt und habe ich auch schon in Anspruch genommen.

10. Würden Sie zukünftig gerne Fortbildungsangebote zur Unterstützung Ihrer "digitalen Fähigkeiten" nutzen?	
<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nein

10a. Falls ja, welche Themen würden Sie sich wünschen? (Mehrfachnennungen sind möglich)	
<input type="checkbox"/>	Unterscheidung und Nutzung von digitalen Medien (welche sind für welche Zwecke geeignet?)
<input type="checkbox"/>	Grundlagen zur selbstständigen Durchführung von Videokonferenzen o.ä.
<input type="checkbox"/>	Unterscheidung und Nutzung von verschiedenen digitalen Arbeitstools (u.a. digitale Pinnwände, Digitale Flipcharts, Digitale Mindmaps, Hybride Veranstaltungen, Videoaufnahmen)
<input type="checkbox"/>	Tipps zur Durchführung von Online-Ansprachen
<input type="checkbox"/>	Tipps zur Organisation von digitalen parallelen Austauschen in Kleingruppen
<input type="checkbox"/>	Persönliche mentale Stärkung für diese neuen Situationen
<input type="checkbox"/>	Durchführung von Austauschen mit anderen Dorfmoderator*innen
<input type="checkbox"/>	...
<input type="checkbox"/>	...

10b. Falls ja, in welcher Form sollten diese Fortbildungsangebote angeboten werden? (Mehrfachnennungen sind möglich)	
<input type="checkbox"/>	In Form einer Online-Veranstaltung
<input type="checkbox"/>	In Form eines Handbuches
<input type="checkbox"/>	In Form von Präsenzveranstaltungen
<input type="checkbox"/>	In Form eines Videos mit Anleitung
<input type="checkbox"/>	In Form eines Einzelcoachings
<input type="checkbox"/>	Egal, jede Form der Unterstützung hilft
<input type="checkbox"/>	...

11. Und zum Schluss: Welcher Altersklasse gehören Sie an?					
<input type="checkbox"/>	15 – 25 Jahre	<input type="checkbox"/>	26 – 35 Jahre	<input type="checkbox"/>	36 – 45 Jahre
<input type="checkbox"/>	46 – 55 Jahre	<input type="checkbox"/>	56 – 65 Jahre	<input type="checkbox"/>	66 – 75 Jahre
<input type="checkbox"/>	Über 75 Jahre				

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Interviewleitfaden für Telefoninterviews mit Dorfmoderator*innen

Themenblock Allgemeines:

1. Wie lange sind Sie schon Dorfmoderator*in in.....?
2. Wie viele Einwohner*innen hat Ihr Dorf?
3. Wie ist die Internetverbindung der Dorfbewohner*innen?
Wie ist die Breitbandversorgung im Dorf?

*Themenblock Jugendliche und jüngere Bürger*innen:*

1. Welche Beteiligungsmöglichkeiten werden bei Ihnen im Dorf angeboten?
2. Haben Sie eine Idee, auf welche Weise Jugendliche besser (digital) angesprochen werden können?
3. Würden Sie sich hierbei mehr Unterstützung wünschen?
Wenn ja, von wem?

*Themenblock ältere Bürger*innen ohne digitalen Anschluss:*

Man sagt, dass sich viele ältere Bürger oftmals nicht mehr mit der Nutzung von audiovisuellen oder anderen digitalen Kommunikationsmedien beschäftigen wollen. Hierdurch besteht die Gefahr, dass sie aus dem Dorfleben ausgeschlossen werden.

1. Sehen Sie das auch so?
2. Welche Möglichkeiten sehen Sie, um das zu vermeiden?
3. Wie könnte man aus Ihrer Sicht die digitalen Dorf-Informationen zu den nicht digital angebundenen Menschen bringen, um diese nicht „abzuhängen“?

Themenblock digitale Veranstaltungen:

Aus der Umfrage wird deutlich, dass in einigen Dörfern Veranstaltungen, wie Vereinssitzungen oder Austausche zwischen Bürgern und Dorfmoderation letztes Jahr digital durchgeführt worden sind.

1. Wie war das bei Ihnen? Hat es gut geklappt?
2. Was benötigt Ihr Dorf, um digitale Treffen einzuführen und/oder auch langfristig zu etablieren?
3. Viele der befragten Dorfmoderator*innen geben an, digitale Kommunikationsmittel oder audiovisuelle Medien privat oder beruflich zu nutzen, aber nicht für eine Kommunikation innerhalb des Dorfes.
 - a. Wie erklären Sie sich das?
 - b. Was braucht es, um audiovisuelle Kommunikation in der Arbeit als Dorfmoderator*in zu nutzen?

Themenblock Fortbildungsangebote zur Nutzung digitaler Medien:

Die befragten Dorfmoderatore*innen kennen Fortbildungsangebote zur Nutzung von digitalen Kommunikationsmedien, haben diese jedoch noch nicht in Anspruch genommen.

1. Kennen Sie solche Angebote?
2. Wenn nein, warum konnten Sie diese bisher nicht nutzen?
3. Wie sollten diese Angebote beschaffen sein, damit sie besser wahrgenommen werden?

Und zum Schluss:

1. Darf ich fragen wie alt Sie sind? 

Impressum

Herausgeber:

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Calenberger Straße 2
30169 Hannover
pressestelle@ml.niedersachsen.de
Telefon 0511-120-2095 / 2135 / 2136 / 2137

Redaktion und Ansprechpartner:

Luisa Rademann	Karin Inama
Agrarsoziale Gesellschaft e.V.	W.I.R Konzepte
Karl-Grünekle-Strasse 22	Am Damm 8
37077 Göttingen	28870 Ottersberg
Luisa.rademann@asg-goe.de	Karin_inama@gmx.de
0551-4970930	04205-779167

Abbildungen und Tabellen:

Agrarsoziale Gesellschaft e.V. und Karin Inama

Fotonachweise:

Dorfhaus – Lolame
Smartphone – Rupert B
Laptop – Pexels
Hände – Anemone123
(alle Pixabay.com)

Layout:

Mirko Wende
info@mirkomedia.de

Druck:

WIRmachenDRUCK GmbH
71522 Backnang

