

# Digitale Information und Beratung – traumasensibel und gendergerecht

1

## Festlegung einer Kommunikationsstrategie

- Befragung von Expert\*innen
- Befragung von älteren Frauen, Angehörigen, Fachkräften und Multiplikator\*innen

2

## Erweiterung des digitalen Auftritts

- Überarbeitung und Erweiterung Texte und Strukturen Homepage, Konzeption videogestütztes Beratungsangebot
- Erstellung von Audios, Videos und Handreichungen

3

## Implementierung in der praktischen Arbeit

- Öffentlichkeitsarbeit
- Dokumentation der Anfragen

4

## Auswertung der Erfahrungen

- Digitaler Kurzfragebogen
- Auswertung Nutzungsdaten Internetauftritt

# Festlegung einer Kommunikationsstrategie

Um die Seite möglichst optimal an die Bedarfe der zukünftigen Nutzer\*innen anzupassen, wurden in der ersten Phase des Projektes umfangreiche Befragungen hinsichtlich der Anforderungen und Erwartungen an ein digitales Angebot erhoben.

In diesem Zusammenhang wurden folgende Instrumente und Materialien erstellt:

- Workshopkonzept Expert\*innen
- Interviewleitfaden Expert\*innen
- Interviewleitfaden Betroffene, Angehörige und Multiplikator\*innen
- Auswertung der Bedarfserhebung

# Erweiterung des digitalen Auftritts

Im Rahmen dieses Arbeitspaketes wurden die Texte des vorhandenen Internetauftritts auf Basis der Ergebnisse der ersten Arbeitsphase überarbeitet, erweitert und in Teilen neu strukturiert. Darüber hinaus wurden Referent\*innen akquiriert, die inhaltliche Beiträge für die neu gestaltete Homepage liefern konnten. Die Beiträge konnten in Form von Audios, Videos, Präsentationen oder Texten zur Verfügung gestellt werden. Um den Referent\*innen gerecht zu werden, wurden die Videos an den Wunschorten der Akteur\*innen gedreht. Auf Wunsch wurden sie bei der Erstellung von Präsentationen durch Paula e. V. technisch unterstützt.

In diesem Zusammenhang wurden folgende Punkte umgesetzt:

- Überarbeitung und Erweiterung Texte und Strukturen Homepage
- Konzeption videogestütztes Beratungsangebot
- Erstellung von Audios, Videos und Handreichungen
- Aufbereitung der Inhalte in leichter Sprache

# Implementierung in der praktischen Arbeit

Um die Seite möglichst optimal an die Bedarfe der zukünftigen Nutzer\*innen anzupassen, wurden in der ersten Phase des Projektes umfangreiche Befragungen hinsichtlich der Anforderungen und Erwartungen an ein digitales Angebot erhoben.

In diesem Zusammenhang wurden folgende Instrumente und Materialien erstellt:

- Öffentlichkeitsarbeit
- Dokumentation der Anfragen

# Auswertung der Erfahrungen

Um die Seite zukünftig entsprechend der Wünsche und Bedürfnisse der Nutzer\*innen weiterentwickeln zu können, wurde das Nutzungsverhalten entsprechend analysiert. Darüber hinaus wurde ein digitaler Kurzfragebogen entwickelt, der es den Nutzer\*innen ermöglicht, die digitalen Angebote von Paula e. V. entsprechend zu bewerten.

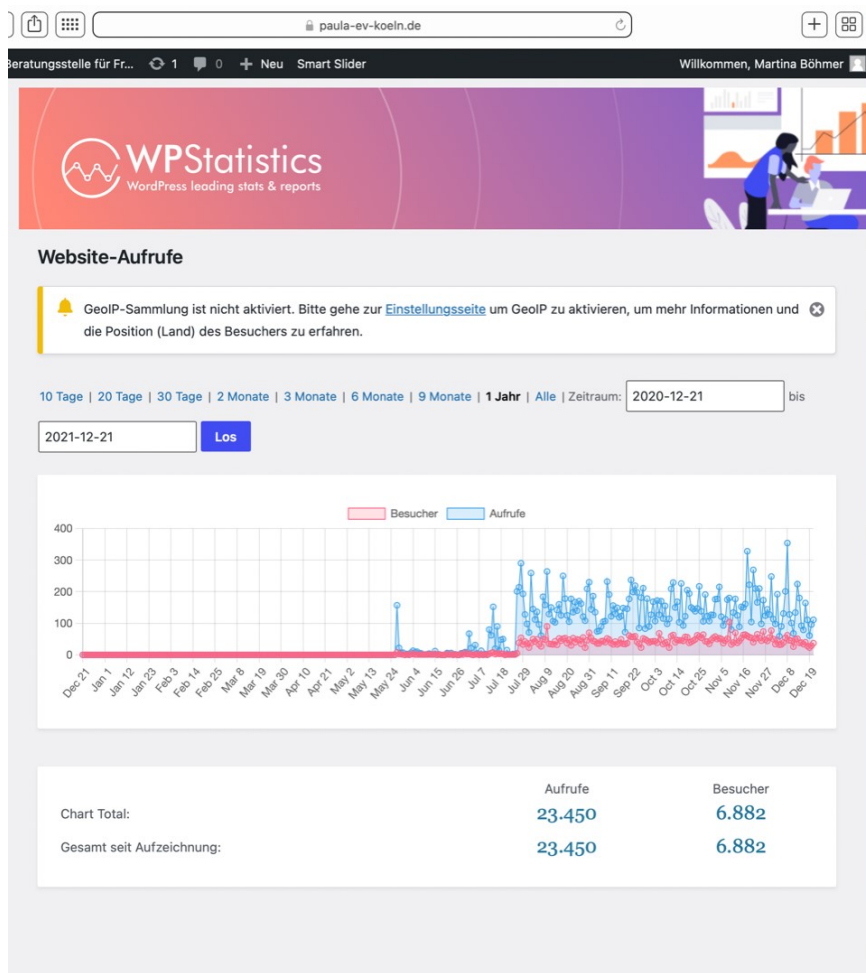
Hierfür wurden folgende Materialien erstellt:

- [Kurzfragebogen im Internet](#)
- [Auswertung Nutzungsdaten Internetauftritt](#)

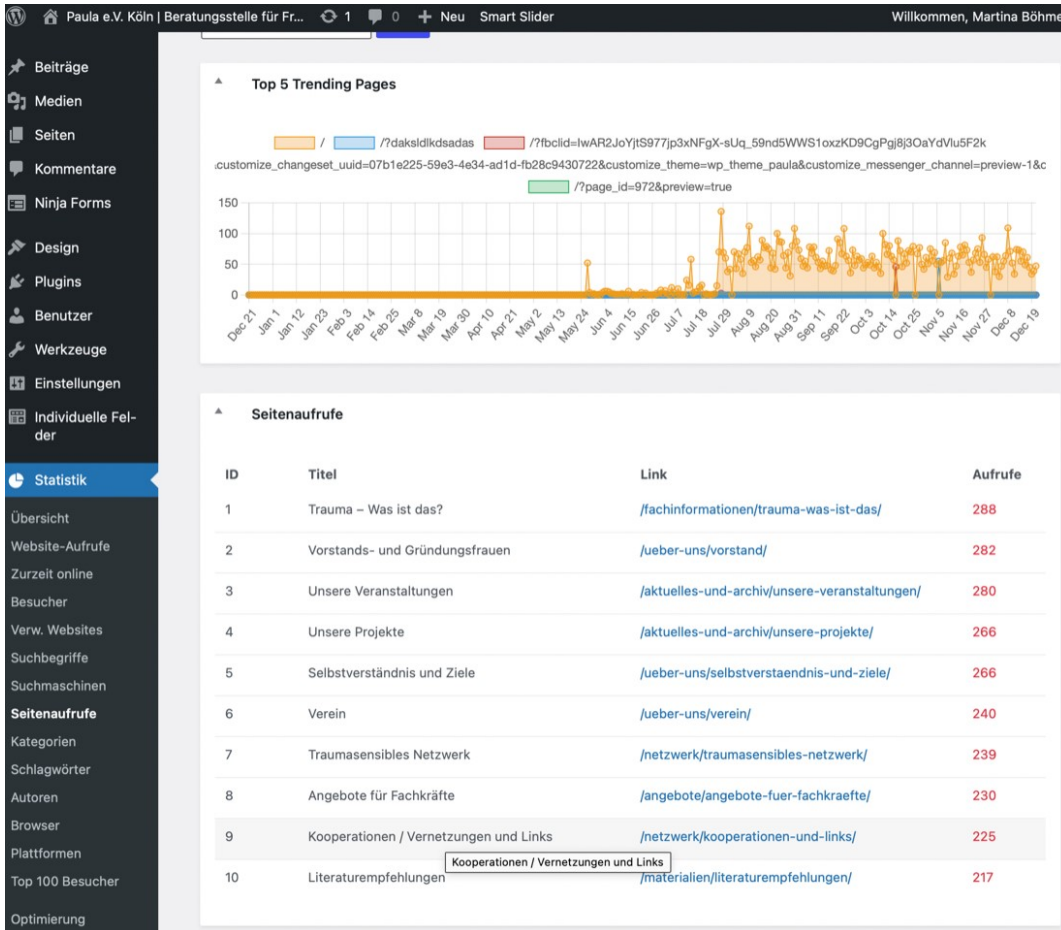
Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit von Paula e. V. wurde das neue digitale Angebot im Rahmen von Vorträgen und Einzelgesprächen mit Multiplikator\*innen immer wieder vorgestellt. Darüber hinaus entstand ein Flyer, der in verschiedenen Beratungsstellen und sonstigen Anlaufpunkten für Frauen ab 60 ausgelegt wird.

Die Anfragen, die während der Projektlaufzeit bei Paula e. V. eingingen, wurden entsprechend dokumentiert.

Dabei zeigte sich, dass sich die älteren Frauen zunächst schwer taten, eine videogestützte Beratung in Anspruch zu nehmen. Mit Beginn der 4. Corona-Welle im Spätherbst 2021 nahm die Zahl der Anfragen nach videogestützter Beratung aber spürbar zu, Dazu haben auch positive Erfahrungen von Frauen beigetragen, die ihre positiven Erfahrungen mit der videogestützten Beratung im Bekanntenkreis, aber auch gegenüber Multiplikator\*innen kundgetan haben.



- Mit der Freischaltung und Bewerbung der neu gestalteten Seite in der Öffentlichkeit nahm die Zahl der Seitenaufrufe deutlich zu.
- Im Nachgang zu Veranstaltungen und Vorträgen sind erhöhte Besuchszahlen erkennbar.



- Die meisten Besucher\*innen gelangen zunächst auf die Startseite.
- Anschließend besuchen sie häufig die Fachinformationen mit Videos, Audios und Handreichungen.
- Die Nutzung der übrigen Bereiche ist ähnlich verteilt.



# Aufrufe der einzelnen Videos

The screenshot shows the YouTube channel page for Paula e.V. Köln. The channel has 1 subscriber. The 'Uploads' section displays 12 videos in a 3x4 grid. The videos are:

- Row 1:**
  - Daniela Halfmann Trauma - Was ist das eigentlich? (13:46, 9 Aufrufe vor 13 Tagen)
  - Teil 7 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (21:35, 5 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Teil 6 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (18:47, 11 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Teil 5 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (18:15, 7 Aufrufe vor 4 Monaten)
- Row 2:**
  - Teil 4 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (18:53, 11 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Teil 3 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (28:59, 7 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Teil 2 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (11:58, 7 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Teil 1 Da kommt wohl Schrecken aus dem Krieg... (22:43, 12 Aufrufe vor 4 Monaten)
- Row 3:**
  - WenDo für ältere Frauen - Eine Einführung mit Gaby... (13:34, 47 Aufrufe vor 4 Monaten)
  - Körperübungen für ältere Frauen zur... (21:05, 23 Aufrufe vor 5 Monaten)
  - Unterstützung bei Häuslicher Gewalt im Leben alter Frauen (27:50, 27 Aufrufe vor 5 Monaten)
  - Trauma und Leben im Alter - Kickoff Veranstaltung (18:14, 392 Aufrufe vor 4 Jahren)

- Die Videos sind auf YouTube hinterlegt.
- Hier ist die Anzahl der Aufrufe noch nicht so hoch wie gewünscht, so dass die älteren Frauen zukünftig verstärkt auf diese Angebote und deren Nutzen aufmerksam gemacht werden sollten.
- Die höchste Nachfrage lässt sich bei „WenDo für ältere Frauen“ und „Körperübungen für ältere Frauen“ erkennen. Auch das Interview „Unterstützung bei Häuslicher Gewalt im Leben alter Frauen“ wird stark nachgefragt.