

# FIND OUT THE LATEST NEWS ABOUT THE ACTIVEADVICE PROJECT



NEWSLETTER  
07/2016



## Decision Support Solutions for Independent Living Using an Intelligent AAL Product and Service Cloud

### STUDIE DER INFORMATIONSBEDÜRFNISSE VON AAL BENUTZERINNEN

Um die ActiveAdvice Plattform so entwickeln zu können, dass sie die Bedürfnisse von KonsumentInnen, Unternehmen und Regierungen erfüllt, ist eine tiefgehende Analyse der jeweiligen Informationsbedürfnisse und bevorzugten Kanäle für Wissenskommunikation nötig. Daher analysiert das ActiveAdvice Konsortium aktuelle Forschung, um grundlegende Möglichkeiten zur Ansprache aller unterschiedlichen Zielgruppen des Projektes und der Beratungsfunktion zu identifizieren. Eine Frage ist dabei, ob es im AAL Bereich überhaupt sogenannte „lead user“ gibt, die andere BenutzerInnen zur Nutzung von Lösungen anregen. Neben SeniorInnen, die AAL Technologien zur Unterstützung in ihrem Zuhause verwenden, müssen in diesem Informationstransferprozess formelle und informelle PflegerInnen berücksichtigt werden, da letztere trotz der Trennung von Pflege und Technologie auch als AAL-ExpertInnen agieren. Für Familienmitglieder von SeniorInnen ist Zeitersparnis durch Beobachtung und Unterstützung wesentlich. Um also zu beantworten, ob es solche „lead user“ gibt und wer diese sind, wird eine tiefgehende Stakeholderstudie durchgeführt.

### REVIEW BESTEHENDER AAL, PFLEGE- UND SOZIALER PLATTFORMEN

Im Kontext von AAL bezieht sich „Plattform“ auf unterschiedliche Arten von Lösungen mit jeweils unterschiedlichen Absichten. Zwei Arten treten am häufigsten auf: Zum einen Plattformen, die auf die Integration von Tools und Services in ein unabhängiges Lebensumfeld abzielen. Zum anderen gibt es E-Health-Plattformen, die Wissen und Gesprächsoptionen anbieten und mit aktuellen Informationen zu Gesundheitsaspekten versehen sind. Beide Arten scheitern jedoch daran, ausreichendes Wissen und einen Überblick über Lösungen auf einem europaweiten Level anzubieten. ActiveAdvice zielt darauf ab, genau diese Lücke zu füllen. Daher werden für dessen Entwicklung die wichtigsten Erkenntnisse über existierende Plattformen berücksichtigt. Ein Schlüsselfaktor, der identifiziert wurde, ist die Möglichkeit zur Interaktion mit der Plattform. Je interaktiver eine Plattform ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass BenutzerInnen auch selbst Inhalte produzieren werden. Um Menschen dafür zu engagieren und sie zu motivieren, auch als Digital Advisors Unterstützung anzubieten, sind Features wie Blogs, Reviews und Instant-Messaging wesentlich. Diese Erkenntnisse werden die Entwicklung der ActiveAdvice Plattform steuern.

## CONTACT

 [www.project.active-advice.eu](http://www.project.active-advice.eu) |  [@activeadvice\\_eu](https://twitter.com/activeadvice_eu) |  [office@active-advice.eu](mailto:office@active-advice.eu)

# Project Objectives



RESEARCH



AGGREGATE



IMPLEMENT



CONNECT

## SOCIAL FEATURES UND INFORMATIONENABRUF

Eine Möglichkeit, den Informationsabruf über ActiveAdvice durch Feedback anderer BenutzerInnen zu verbessern, ist die Einbeziehung von Social Media-Funktionen, die dem Austausch gewidmet sind. Dadurch können BenutzerInnen in ihrem Entscheidungsfindungs- und Ressourcenwahlprozess unterstützt werden. Daher werden drei solcher Funktionen auf unterschiedlichen Niveaus untersucht: Die Möglichkeit zur Bewertung und zum Kommentieren einer Information ist eine gebräuchliche Funktion im Internethandel, um NutzerInnenfeedback zu erhalten. Informationsplattformen fördern zudem eine interaktive Community, die zusammenarbeitet, um Wissen zu kreieren. Dies kann durch gemeinschaftliche Herstellung und Qualitätssicherung der Information motiviert sein, oder um ein bestimmtes Problem zu lösen. Eine dritte Möglichkeit wird häufig in der Softwareentwicklung verwendet und besteht im direkten Austausch von Software oder Code – dies geht jedoch über das Ziel von ActiveAdvice hinaus.

## VERTRAUEN IN DIE DIGITALEN BERATUNGSSERVICES

Das Schaffen von Vertrauen ist ein wichtiges Anliegen von ActiveAdvice, da KonsumentInnen den Web Services, der Kommunikation mit der Community und schließlich auch den Produkten selbst vertrauen können müssen. Daher ist es wesentlich, zu wissen, wie man Vertrauen aufbauen kann, und die treibenden Kräfte zu identifizieren. Im Gegensatz zum Shopping im realen Leben ist Vertrauen in e-Commerce eine Herausforderung. Wichtige Faktoren für Vertrauen sind Bestätigung durch die Peergroup sowie das Interface der Plattform. Weniger wichtig sind dagegen Markenbildung, Online-Expertise und Vertrautheit mit der Struktur. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass das Design der Website ein ausschlaggebendes Kriterium für Vertrauensbildung ist, das Personen am meisten beeinflusst, die Seite wieder zu besuchen.

Supported by



AGENTSCHAP  
INNOVEREN &  
ONDERNEMEN

Innovate UK  
Technology Strategy Board



**FCT**  
Fundação para a Ciência e a Tecnologia  
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO



[www.project.activeadvice.eu](http://www.project.activeadvice.eu)



[@activeadvice\\_eu](https://twitter.com/activeadvice_eu)



[office@activeadvice.eu](mailto:office@activeadvice.eu)