Evangelische Hochschule Ludwigsburg
Staatlich anerkannte Hochschule für Angewandte Wissenschaften
der Evangelischen Landeskirche in Württemberg

Bachelorthesis
zur Erlangung des Bachelorgrads B. A.
im Studiengang Soziale Arbeit

Zwischen digitaler Innovation und professioneller Verantwortung:

Digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit

Geringfügig überarbeitete Fassung
Stand: 29.05.2024

Eingereicht von	**Luca Sigle**
Erstkorrektor*in	Prof.in Bettina Heinrich
Zweitkorrektor*in	Prof. Dr. Björn Görder
Eingereicht am	24.11.2023

Abstract

Die vorliegende Arbeit geht der Frage nach, wie digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit professionell eingesetzt werden können und welche Chancen und Herausforderungen digitale Angebote in diesem Arbeitsfeld mit sich bringen. Um diese Fragen zu beantworten, wurde eine quantitative Erhebung mit Fachkräften in Jugendhäusern durchgeführt.

Die Erhebung zeigte, dass die Chancen digitaler Angebote vor allem in einem niederschwelligen Zugang, der Pflege von Beziehungen, dem Fehlen physischer Barrieren, der Berücksichtigung der Lebensweltorientierung, der Vermittlung von Medienkompetenzen und dem breiteren Erreichen der Zielgruppe liegen. Die Herausforderungen für einen professionellen Einsatz bestehen in der Gewährleistung von Datenschutz und Sicherheit sowie im Zugang insbesondere für benachteiligte Jugendliche. Weitere notwendige Rahmenbedingungen sind Richtlinien für Fachkräfte, passende Einrichtungskonzeptionen, technische und zeitliche Ressourcen sowie Medienkompetenzen bei Fachkräften.

Damit digitale Angebote professionell sind, müssen sie theoriegestützt und an die regionale Zielgruppe angepasst entwickelt werden. Zudem entfalten sie ihr volles Potenzial erst im Zusammenspiel mit analogen Angeboten. Das bedeutet, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit in Konzeptionsentwicklungen investieren muss, die den „virealen Raum“ und damit analoge und digitale Angebote als selbstverständlichen Teil der Arbeit betrachten.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis IV

Tabellenverzeichnis V

Abkürzungsverzeichnis VI

1 Einleitung 1

2 Jugendliche und digitale Medien 2

2.1 Die Lebensphase Jugend 3

2.2 Empirische Erkenntnisse zu Jugendlichen und digitalen Medien 4

2.3 Die Generation „Social Media“ 6

3 Professionalität in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit 8

3.1 Theorien der Jugendarbeit 8

3.2 Prinzipien der OKJA 9

3.3 Qualität in der OKJA 11

3.4 OKJA heute 11

3.5 Professionalität der Fachkräfte in der OKJA 12

4 Das Jugendhaus 13

5 Digitale Jugendarbeit 14

5.1 Definition digitale Jugendarbeit 14

5.2 Handlungsmaxime von digitaler Jugendarbeit 15

6 Der digitale Raum 17

6.1 Definition digitaler Raum 17

6.2 Erfahrbarkeit des digitalen Raums 18

6.3 Aneignung von Jugendlichen im digitalen Raum 19

6.4 Identitätsbildung im digitalen Raum 21

6.5 Handlungsräume und Autonomie im digitalen Raum 22

6.6 Beziehungen und Netzwerke im digitalen Raum 23

6.7 Kommunikation im digitalen Raum 24

6.8 Datenschutz, Anonymität und Privatheit im digitalen Raum 25

6.9 Zwischenfazit 27

7 Methodik 28
7.1 Forschungsdesign 28
7.2 Fragebogen 30
8 Auswertung und Interpretation 30
8.1 Rahmendaten zu den befragten Fachkräften 30
8.2 Erfahrungen der Fachkräfte und Angebotsvielfalt 32
8.3 Ziele von digitalen und analogen Angeboten 33
8.4 Rolle von digitalen Angeboten 36
8.5 Offenheit in und Rahmenbedingungen von digitalen Angeboten 37
8.6 Partizipation in digitalen Angeboten 42
8.7 Lebensweltorientierung in digitalen Angeboten 42
8.8 Beziehung und Kommunikation in digitalen Angeboten 43
9 Fazit 45
Literaturverzeichnis 49
Anhang 59

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Freizeitaktivitäten in Anlehnung an: Wolfert und Leven 2019: 219–221.... 5
Abbildung 2: Abbildung in Anlehnung an: Brüggen und Schemmerling 2014 20
Abbildung 3: Skalierung in Anlehnung an: Brüggen und Schemmerling 2014 20
Abbildung 4: Geschlecht (N=43) und Alter (N=42) der befragten Fachkräfte..... 30
Abbildung 5: Aktuelles Dienstjahr der befragten Fachkräfte (N=43) 31
Abbildung 6: Erfahrung mit digitalen Angeboten der Fachkräfte (N=44)..... 32
Abbildung 7: Ziele von digitalen und analogen Angeboten (N=36) 34
Abbildung 8: Hinderungsgründe für die Teilnahme an digitalen Angeboten (N=45)..... 39
Abbildung 9: Hinderungsgründe für die Durchführung digitaler Angebote (N=45) 40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzung von digitalen Medien in Anlehnung an: bOJA 2021: 7 15
Tabelle 2: Digitale Anwendungssysteme in Anlehnung an: Herzig u.a. 2017: 141 18
Tabelle 3: Item: Unterschiedliche Ziele in digitalen und analogen Angeboten 33
Tabelle 4: Item: Digitale Angebote zur Erreichung der Zielgruppe..... 35
Tabelle 5: Items zur Komeptenzvermittlung in analogen und digitalen Angeboten 35
Tabelle 6: Items zur Rolle von digitalen Angeboten 36
Tabelle 7: Items zur Niederschwelligkeit und Reichweite digitaler Angebote..... 37
Tabelle 8: Item: Teilhabe in digitalen Angeboten..... 38
Tabelle 9: Item: Größerer Aufwand in digitalen Angeboten 41
Tabelle 10: Items zur Partizipation in digitalen Angeboten 42
Tabelle 11: Items zur Lebensweltorientierung in digitalen Angeboten 43
Tabelle 12: Item: Beziehungspflege in digitalen Angeboten 43
Tabelle 13: Items zur Anonymität in digitalen Angeboten..... 44
Tabelle 14: Item: Beziehungsaufbau in digitalen Angeboten 44
Tabelle 15: Items zur Interaktion zwischen Jugendlichen in digitalen Angeboten..... 45

Abkürzungsverzeichnis

AdB	Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten
AGJF	Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten Baden-Württemberg
BAG OKJE	BAG Offene Kinder- und Jugendeinrichtungen e.V.
BKJ	Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung
BMFSFJ	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
bOJA	Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit Österreich
DBJR	Deutscher Bundesjugendring
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
dsj	Deutsche Sportjugend im DOSB
IJAB	Fachstelle für Internationale Jugendarbeit in der Bundesrepublik Deutschland e.V.
KJA	Kinder- und Jugendarbeit
KJH	Kinder- und Jugendhaus
MPFS	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
OKJA	Offene Kinder- und Jugendarbeit
SGB	Sozialgesetzbuch
StGB	Strafgesetzbuch
STJA	Stadtjugendausschuss Karlsruhe
STJG	Stuttgarter Jugendhausgesellschaft

1 Einleitung

Die Digitalisierung ist in allen Bereichen der Sozialen Arbeit ein aktuelles Thema, das insbesondere durch die Corona-Pandemie Aufmerksamkeit gewann. Fachkräfte in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) waren herausgefordert in kurzer Zeit digitalen Zugang zu ihren Einrichtungen zu ermöglichen, um weiterhin Kinder und Jugendliche begleiten zu können (Dreber und Poli 2022). Dabei wurde bemerkt, dass digitale Angebote nicht nur eine aus der Not geborene Angebotsform sein müssen, sondern auch außerhalb der Pandemie Chancen für die OKJA bieten. So sind diese beispielsweise durch ihre Orts- und teilweise Zeitunabhängigkeit von überall, niederschwellig und von einer größeren Zielgruppe erreichbar. Die meisten Entscheidungen in der Corona-Pandemie waren, insbesondere mit Blick auf Themen wie Datenschutz, eher pragmatisch. Nach der Pandemie, benötigt es eine konzeptionelle Aufarbeitung von digitalen Angebotsformen, um für diese einen professionellen Standard zu entwickeln, an dem sich Fachkräfte orientieren können. Zu diesem möchte diese Arbeit einen Beitrag leisten und geht daher der Frage nach, welche Chancen und Herausforderungen digitale Angebote in der OKJA haben und wie diese professionell und gewinnbringend eingesetzt werden können. Dabei soll untersucht werden, wie sich digitale und analoge Angebote unterscheiden, um dann daraus abzuleiten, welche Rolle sie in der OKJA spielen sollten.

Digitale Angebote werden dabei als Angebote verstanden, die durch ein digitales Endgerät von überall zugänglich sind. Dazu zählen beispielsweise digitale Beratungsangebote, Online-Plattformen oder digitale Spieltreffen. Alle anderen Angebote werden als analoge Angebote bezeichnet. Die Grenzen zwischen diesen Angebotsformen verlaufen oftmals fließend. In diesem Bewusstsein werden die Begriffe in dieser Arbeit verwendet, um eine vergleichende Perspektive einnehmen zu können. Bei der Zielgruppe werden Jugendliche in den Blick genommen. Einerseits dient dies der besseren Fokussierung der Arbeit und andererseits bieten Jugendliche ein vergleichsweise großes Potenzial für digitale Angebote (Ausführung siehe Kapitel 2.2). Ein Jugendlicher wird dabei nach dem Sozialgesetzbuch VIII (SGB) als ein junger Mensch, der „14, aber noch nicht 18 Jahre alt ist“ (§7 Abs.1 Nr.2 SGB VIII) verstanden.

Die Arbeit unterteilt sich in einen theoretischen und einen praktischen Teil. In Ersterem werden Grundlagen für digitale Angebote diskutiert und aktuelle Erkenntnisse aus der Theorie betrachtet. Um das Wissen aus der Literatur zu erweitern, wurde eine quantitative Befragung unter Fachkräften von Jugendhäusern durchgeführt, um

Erfahrungen und Einschätzungen aus der Praxis mit in die Beantwortung der Forschungsfrage einzubeziehen.

Zunächst steht die Lebenswelt von Jugendlichen im Mittelpunkt. Sie sind die Zielgruppe von digitalen Angeboten und an ihnen muss sich der Nutzen von digitalen Angeboten messen. Danach wird die OKJA betrachtet und insbesondere darauf eingegangen, wie Professionalität in ihr definiert werden kann. Dafür werden Theorieansätze, Prinzipien und das professionelle Handeln von Fachkräften in den Blick genommen. Anschließend werden Jugendhäuser genauer untersucht, die ein Teilbereich der OKJA und für den Forschungsteil der Arbeit relevant sind. Zudem werden einige Grundlagen von digitaler Jugendarbeit thematisiert, die sich mit der Nutzung von und dem Umgang mit digitalen Medien in der Jugendarbeit beschäftigt. Abschließend werden einige Querschnittsthemen diskutiert, die versuchen, den digitalen Raum und damit das Wesen von digitalen Angeboten zu charakterisieren.

Im praktischen Teil der Arbeit folgt die Darstellung der Forschungsmethodik sowie die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse aus der quantitativen Erhebung. Abschließend wird im Fazit eine Antwort auf die Fragestellung formuliert und die Ergebnisse der Arbeit werden zusammengefasst. Außerdem wird weiterer Forschungsbedarf benannt.

2 Jugendliche und digitale Medien

Da Jugendliche in dieser Arbeit als Zielgruppe von digitalen Angeboten verstanden werden, muss sich der Nutzen von digitalen Angeboten immer an ihnen orientieren. Deshalb wird ihr Bezug zu digitalen Medien im vorliegenden Kapitel genauer untersucht. Der 15. Kinder- und Jugendbericht stellt fest, dass Jugend ein nicht homogenes Feld beschreibt. Die Lebenslagen von Jugendlichen unterscheiden sich je nach Herkunft, Umfeld und Wohnort extrem, das macht es schwierig einheitliche konkrete Aussagen zu treffen (BMFSFJ 2017: 84). Dennoch soll im Folgenden versucht werden einige Merkmale des Jugendalters festzuhalten, die keine Allgemeingültigkeit für sich beanspruchen. Dazu wird zuerst die Lebensphase Jugend dargestellt, um darauf aufbauend den Umgang von Jugendlichen mit digitalen Medien zu untersuchen.

Digitale Medien sind nach dem „bundesweiten Netzwerk Offene Kinder- und Jugendarbeit in Österreich" (bOJA) alle elektronischen Geräte, die als Basis einen Binärcode nutzen. Durch sie wird Kommunikation ermöglicht, entweder zwischen Menschen, zwischen Mensch und Technik oder zwischen Technik und Technik (bOJA 2021: 5). Die Europäische Kommission für digitale Jugendarbeit betont, dass das

Verständnis von digitalen Medien nicht auf Social Media allein reduziert werden darf, sondern auch andere Plattformen und Nutzungsmöglichkeiten in den Blick genommen werden müssen (European Commission 2017).

2.1 Die Lebensphase Jugend

Aus Sicht des 15. Kinder- und Jugendberichts sind die Kernherausforderungen des Jugendalters Qualifizierung, Verselbstständigung und Selbstpositionierung (BMFSFJ 2017: 96). Die Qualifizierung beschreibt, dass ein Mensch im Jugendalter zu einer fähigen Person heranwachsen muss, um die Gesellschaft zu reproduzieren. Er muss sich beruflich qualifizieren, um seinen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten und gesellschaftlichen Erwartungen gerecht zu werden (BMFSFJ 2017: 97). Der Prozess der Qualifizierung wird durch die Herausforderung der Verselbstständigung ergänzt, welche die schrittweise Ablösung von äußeren Einflüssen benennt. Die Ablösung von der Familie fordert eigene Entscheidungsprozesse von Heranwachsenden. Dies führt weiter zu einem herausfordernden, sich wandelnden Beziehungsgefüge in Familie und Freundeskreis, in dem sich die Einflussnahmen neu positionieren (BMFSFJ 2017: 97–98). Dabei sind Jugendliche herausgefordert, sich selbst zu positionieren und eigene Überzeugungen zu bilden. Dies betont die dritte Herausforderung der Selbstpositionierung. Jugendliche müssen ein eigenes Wertgefüge aufbauen und sich in emotionalen und komplizierten politischen oder persönlichen Debatten ihre eigene Position erarbeiten (BMFSFJ 2017: 98). In Kapitel 6.4 wird genauer untersucht, welchen Einfluss digitale Medien auf diese Kernherausforderungen, die zusammen auch als Identitätsbildung beschrieben werden, haben.

Der Alltag von Jugendlichen wird vor allem von der Bildungseinrichtung, in der sie sich befinden, bestimmt. Der Schulalltag ist maßgeblich bestimmt vom festen Stundenplan, den Inhalten und den Lernformaten des Tages. In der Freizeit gilt es, Hausaufgaben zu erledigen. Zu den Bildungseinrichtungen kommen Sport-, Musik- und andere Vereine, in denen sie weitere Zeiten des Tages verbringen (BMFSFJ 2017: 197–198). Diese institutionelle Strukturierung des Alltags von Jugendlichen beeinflusst ihren Medienkonsum signifikant. An manchen Schulen sind Handys in vollem Umfang verboten und an anderen Schulen sollen die Schüler*innen im Unterricht mithilfe ihrer Handys recherchieren (Leven und Utzmann 2019: 260–264). Wie und wann Jugendliche digitale Medien nutzen, wird also von Institutionen gerahmt. Um den theoretischen Einblick zu ergänzen, werden im folgenden Kapitel empirische Erkenntnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen dargestellt.

2.2 Empirische Erkenntnisse zu Jugendlichen und digitalen Medien

In der alljährlichen JIM-Jugendstudie des Medienpädagogischen Forschungsinstituts Südwest (mpfs) wurden 12- bis 19-Jährige zu ihrem Medienkonsum befragt. Im Jahr 2022 haben 99% aller Haushalte der Befragten mindestens ein Handy und 97% einen Computer oder Laptop. Spielkonsolen haben nur 70% (mpfs 2022: 5). Ein etwas anderes Bild zeichnet sich, wenn der Handy- und Computerbesitz der Jugendlichen angeschaut wird. Nur 96% besitzen selbst ein Handy. Im Jahr 2021 waren es noch 94%, was vermuten lässt, dass diese Quote in der Zukunft weiter steigt. 75% der Jugendlichen haben einen eigenen Computer oder Laptop. Ältere Jugendliche besitzen eher digitale Endgeräte (mpfs 2022: 7–9). Jugendliche bieten deshalb eine größere Chance als Zielgruppe von digitalen Angeboten als Kinder.

Der 16. Kinder- und Jugendbericht schreibt, dass Jugendliche zwischen 16 und 19 Jahren nach eigener Schätzung durchschnittlich vier Stunden pro Tag online sind (BMFSFJ 2020: 299). Digitale Medien nehmen einen großen Raum im Alltag von fast allen Jugendlichen ein. 92% nutzen ihr Smartphone täglich und weitere 4% mehrmals in der Woche. 84% sind täglich und 10% mehrmals pro Woche im Internet. Dreiviertel der Jugendlichen spielen mindestens mehrmals pro Woche Online-Spiele. Aber auch Podcasts, Hörbücher, Tageszeitungen online und E-Books sind für jeweils zwischen 10% und 20% der Jugendlichen eine regelmäßige Beschäftigung. Medienkonsum kann je nach Nutzung zur Selbstbildung dienen (mpfs 2022: 14–16). Entgegen der Befürchtung, dass nach der Corona-Pandemie Jugendliche nur noch zu Hause sitzen und nicht mehr „raus gehen“, hat sich die Mediennutzung von Jugendlichen im Jahr 2022 auf das Niveau von 2019 zurückentwickelt. In den Bereichen Online-Spiele und Fernsehen lassen sich aber Verstärkungstendenzen erkennen (mpfs 2022: 60).

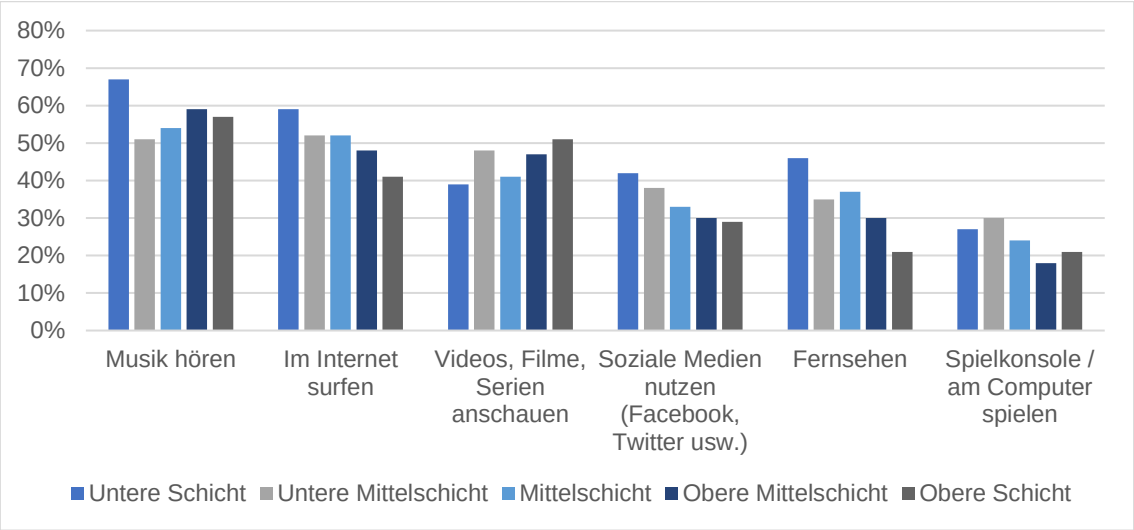
Die wichtigste App für Jugendliche ist WhatsApp, sie wird von 93% mehrmals in der Woche verwendet. Darauf folgen Instagram mit 62%, TikTok mit 54% und Snapchat mit 45% (mpfs 2022: 27).

Diese Erkenntnisse bestätigen die Aussage, dass digitale Medien allgegenwärtig in der Lebenswelt von Jugendlichen sind. Viele können sich nicht daran erinnern, wann sie zum ersten Mal das Internet genutzt haben, da sie schon immer damit konfrontiert waren (Leven und Utzmann 2019: 255–259). Die Shell Jugendstudie stellt dazu ebenfalls fest, dass nur ein Drittel der Jugendlichen Social Media als eine wichtige Freizeitbeschäftigung sieht (es konnten die fünf wichtigsten Aktivitäten ausgewählt werden). Daraus wird abgeleitet, dass Social Media nicht als Freizeitaktivität verstanden wird, sondern als ein Teil des Alltags (Wolfert und Leven 2019: 217).

Die hohe Geräteverfügbarkeit und Mediennutzung von Jugendlichen zeigen, dass der Zugang zu digitalen Angeboten bei den meisten Jugendlichen gegeben ist. Nur ein geringer Prozentsatz der Jugendlichen verfügt nicht darüber. Friedrichs und Sander (2010: 30-31) stellten bereits vor mehr als 10 Jahren fest, dass fast alle Jugendlichen einen gleichen Zugang zum Internet haben und die Lücke zwischen bildungsnahen und bildungsfernen Jugendlichen im Hinblick darauf kleiner wird.

Unterschiede lassen sich bei der Mediennutzung feststellen. Die Shell Jugendstudie von 2019 erhebt die Freizeitaktivitäten von Jugendlichen nach sozialer Herkunft (siehe Abbildung 1). Hier ist festzustellen, dass Social Media, im Internet surfen und Fernsehen bei den Jugendlichen aus niederen sozialen Schichten eine wichtigere Rolle spielen. Ähnliche Tendenzen sind auch beim Musikhören und Computerspielen gegeben, nur beim Video, Filme und Serien anschauen lässt sich diese Tendenz nicht bestätigen. Offen bleibt die Frage, wie sich diese Begebenheit durch die Corona-Pandemie gewandelt hat, da dazu keine aktuellen Daten vorliegen (Wolfert und Leven 2019: 219–221). Außerdem nutzen Jugendliche mit Migrationshintergrund Social Media häufiger, die Ursache dafür wird allerdings in transnationalen Beziehungen vermutet (Wolfert und Leven 2019: 217).

Abbildung 1: Freizeitaktivitäten in Anlehnung an: Wolfert und Leven 2019: 219–221



Die Ungleichheit im digitalen Raum, die auch „digital Divide“ genannt wird, ist nicht nur im Zugang zu digitalen Medien zu suchen, sondern insbesondere in der unterschiedlichen Mediennutzung und -kompetenz (bOJA 2021: 5).

2.3 Die Generation „Social Media“

Die Generation der Jugendlichen wird mit den verschiedensten Begriffen gelabelt: „Netzgeneration", „digital Natives", „Generation Social Media" und weitere. Tillmann (2020: 57–58) kritisiert daran, dass diese Begriffe meistens nur Zuschreibungen von Erwachsenen seien. Der Begriff „digital Natives“ suggeriert, dass Jugendliche im Vergleich zu den anderen Generationen in der Gesellschaft mit digitalen Medien umgehen können. Diese Aussage ist in modernen Industrienationen eher fragwürdig, da mittlerweile fast alle Generationen mit digitalen Medien umgehen können und ähnlich viel Zeit online verbringen. Jugendliche sind allerdings besonders davon betroffen, dass sie nicht ohne digitale Medien aufgewachsen sind. Die Erfahrungen, die ältere Generationen gemacht haben, bevor das Digitale ein zentraler Bestandteil des Alltags wurde, stehen Jugendlichen nur begrenzt zur Verfügung (Wampfler 2019: 22). Im Folgenden soll festgehalten werden, wie digitale Medien die Lebenswelt von Jugendlichen beeinflussen. Auch diese Darstellung ist eine Verallgemeinerung, die der Realität im Einzelfall nicht gerecht wird, aber wichtige Tendenzen aufzeigt.

Digitale Medien wirken der Verinselung der Kindheit[1] entgegen (Wampfler 2019: 83–85). Durch die Digitalisierung erhalten Jugendliche einerseits Möglichkeiten wie Navigationsdienste und die Option mit den Eltern zu telefonieren, was ihnen hilft mobiler zu sein und andererseits eine Freizeitbeschäftigung, für die sie nicht physisch mobil sein müssen (Niels Brüggen u.a. 2019: 23). Außerdem sind Jugendliche nicht so abhängig von ihrer örtlichen Gruppe, Beziehungen sind nicht mehr ortsgebunden und das ermöglicht eine größere Auswahl an Interessen. Diese Ausdifferenzierung der digitalen Welt bedeutet für die Jugendlichen aber gleichzeitig eine Herausforderung, da sie zwischen vielen Angeboten wählen müssen (Wampfler 2019: 81–83). Digitale Angebote der OKJA müssen sich in diese Angebotslandschaft einfügen.

Durch die Ausdifferenzierung erhält die Kommerzialisierung der jugendlichen Lebenswelt einen weiteren Antrieb. Die Trends von Jugendkulturen werden kommerziell ausgeschöpft. Im Zentrum steht dann kein pädagogisches, sondern ein wirtschaftliches Interesse (Niels Brüggen u.a. 2019: 26). Allein die Fähigkeit, die Jugendkulturen anzusprechen, entscheidet darüber wer die Jugendlichen erreicht, insbesondere in Bezug auf „Fake News“ ist das eine Gefahr, die sich unter anderem Rechtsextreme

[1] Die Verinselung der Kindheit beschreibt, dass Kinder und Jugendliche zunehmend weniger mobil und aus dem öffentlichen Raum verdrängt werden. Ursache dafür ist z.B. der Ausbau des Straßenverkehrs (Wampfler 2019: 83–85).

zunutze machen (BMFSFJ 2020: 301). Jugendliche müssen in einer kritisch-reflexiven Haltung gestärkt werden, um Informationen richtig einordnen zu können (Leven und Utzmann 2019: 294–295).

Neben den Inhalten sind digitale Medien selbst zu hinterfragen. Schuegraf (2010: 234–235) ist der Ansicht, dass Jugendliche sich meistens der Macht der Medien unterordnen. Dadurch, dass sie digitale Medien nutzen wollen, akzeptieren sie deren Bedingungen. Sie sind Konsument*innen der Angebote. Auch die Shell Jugendstudie 2019 unterstützt diese Einschätzung. Sie betont, dass Jugendliche durchaus reflektiert mit den Medien umgehen und ihnen nicht vertrauen, allerdings steht ihr Nutzungsverlangen über diesen Unsicherheiten (Albert, Hurrelmann und Quenzel 2019: 40). Eine höhere Mediennutzung steht dabei in keiner Kohärenz zu einem reflektierten Umgang (Wolfert und Leven 2019: 234–241). Wie bereits beim digital divide bemerkt, haben vor allem bildungsferne und Jugendliche aus prekären Lebenslagen weniger Medienkompetenz (BMFSFJ 2020: 302; Wampfler 2019: 34–36).

Die Peergroup von Jugendlichen entscheidet stark über die Mediennutzung. In vielen Peergroups ist es zur Kontaktpflege notwendig, bestimmte Messengerdienste zu nutzen (Niels Brüggen u.a. 2019: 32–33). Die Beziehungen zu Peergroups werden dadurch hybrid, beziehungsweise analog und digital gleichzeitig gelebt (Gravelmann 2022: 105). Bei vielen Jugendlichen (insbesondere jüngeren) schränken Eltern die Mediennutzung ein, was dann zu einem Konflikt mit der Peergroup führen kann (Niels Brüggen u.a. 2019: 27–28).

Wolfert und Leven (2019: 222–223) führen weiter aus, dass sich ein Teil der sozialen Beziehungen, insbesondere die Kommunikation, in den digitalen Raum verschiebt. Sie sehen darin nicht zwingend einen Qualitätsunterschied, da sich Jugendliche auch digital verabreden, zum Beispiel zum Computerspielen.

Die Beziehungen, die Jugendliche in sozialen Netzwerken pflegen, werden meistens durch Kommunikation zu belanglosen Themen begleitet. Das Gespräch erfüllt dann die Funktion, der anderen Person Aufmerksamkeit zu schenken. Dies geschieht sowohl in direkten Chats über Messengerdienste als auch in öffentlichen Beiträgen. Ein einfacher „Like" erfüllt eine soziale Funktion (Wampfler 2019: 87–92). Je näher sie dem*der Kommunikationspartner*in stehen, desto schneller wird eine Antwort erwartet (Leven und Utzmann 2019: 274–276). In Social Media sind Jugendliche zudem gezwungen, sich dauerhaft selbst zu inszenieren. Sie sind in digitale Medien gleichzeitig Konsumierende und Produzierende (Albert, Hurrelmann und Quenzel 2019: 40-21).

3 Professionalität in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit

Um digitale Angebote in der OKJA durchzuführen, müssen sie professionellen Ansprüchen entsprechen. Diese ergeben sich aus Theoriekonzepten, daraus abgeleiteten Prinzipien, Qualitätsmerkmalen und der Professionalität von Fachkräften. Außerdem soll in diesem Kapitel mit Hilfe von empirischem Wissen die Situation der OKJA heute dargestellt werden.

3.1 Theorien der Jugendarbeit

Die OKJA hat sich nach dem zweiten Weltkrieg 1945 als neue Form neben der verbandlichen Jugendarbeit etabliert. Ihre Anfangszüge waren geprägt von Gemeinschaftserlebnissen, ungezwungen Begegnungen und Naturerfahrungen. In den 1960er Jahren begründete sich eine Jugendzentrumsbewegung, die einerseits den verlängerten Bildungswegen und andererseits dem Streben nach Mitbestimmung bei Jugendlichen nachkam (Fimpler und Hannen 2016: 92–93). Die ersten Theorien in den 1960er Jahren nahmen vor allem in den Blick, dass die Jugendarbeit Jugendliche auf eine bestimmte Weise prägen sollte. So forderte die emanzipatorische Jugendarbeit, dass Jugendliche lernen müssen, mit Konflikten umzugehen und die antikapitalistische Jugendarbeit, die Jugendlichen zu einer kritischen Reflexion hin zu erziehen. Erst die bedürfnisorientierte Jugendarbeit nahm die Jugendlichen, ihre Bedürfnisse und Themen in den Mittelpunkt (Fimpler und Hannen 2016: 95).

Mittlerweile existieren viele Theorien der Jugendarbeit, die einzelne Aspekte in den Blick nehmen, aber nur wenige Großtheorien. Zwei aktuelle und verbreitete Theorien sind die subjektorientierte Jugendarbeit (die bei der emanzipatorischen Jugendarbeit ansetzt) und die sozialräumliche Jugendarbeit (Rahn 2020: 29–30).

Der Ansatz der sozialräumlichen Jugendarbeit betont die Wichtigkeit des sozialen Raumes. Dieser Ansatz fordert die lebensweltlichen Bezüge der Jugendlichen wahrzunehmen. Die Jugendarbeit soll sich darauf fokussieren, was die Lebenswelt von Jugendlichen bestimmt, um dies als Basis von Konzeptentwicklung zu verwenden. Sie ist als Einrichtung Teil des Sozialraums und versucht die Nutzer*innen bei ihrer Raumaneignung und -nutzung zu unterstützen. Durch die Arbeit im Sozialraum (z.B. mit Peers) kann die Jugendarbeit Jugendliche in ihrer Lebensbewältigung unterstützen (Rahn 2020: 30–32).

Die subjektorientierte Jugendarbeit fokussiert sich, wie es aus dem Namen hervorgeht, auf das Subjekt. Im Mittelpunkt steht es Jugendliche in ihrer Entwicklung zu einer eigenständigen und selbstbestimmten Persönlichkeit zu unterstützen. Dem Begriff der (Subjekt)Bildung wird dabei ein hoher Stellenwert zugemessen. Dies erreicht die Jugendarbeit durch Erprobungsräume (Rahn 2020: 33–35). Bildung geschieht nicht dadurch, dass Jugendliche die Welt erklärt bekommen, sondern sie müssen sie selbst erproben, deshalb muss die Jugendarbeit ein Ort sein, der in seiner Struktur der realen Welt nahe ist, aber einen geschützten Rahmen bietet, um Jugendliche in ihren Entwicklungsherausforderungen zu unterstützen (Scherr und Sturzenhecker 2021: 196). In diesem Kontext wird von der Jugendarbeit als eine „sozialpädagogische Arena“ gesprochen (Cloos u.a. 2009: 15). Für die digitalen Angebote eröffnet sich hier die Frage, wie digitale Angebote zu einem solchen Erprobungsraum werden können (siehe Kapitel 6.5).

Aus den Theorieansätzen ergeben sich die heute in der Literatur teilweise unterschiedlich benannten aber inhaltlich meistens übereinstimmenden Prinzipien der OKJA. Sie werden im folgenden Kapitel vorgestellt.

3.2 Prinzipien der OKJA

Die OKJA gehört zu den Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe. Sie ist ein non-formales Bildungsangebot (Kirsch 2021: 4). Laut Gesetz soll sie an den „Interessen junger Menschen anknüpfen und von ihnen mitbestimmt und mitgestaltet werden" (§11 Abs. 1 SGB VIII), was die zentralen Prinzipien der OKJA deutlich widerspiegelt: Offenheit, Freiwilligkeit, Partizipation und Lebenswelt- und Sozialraumorientierung (BMFSFJ 2020: 330).

Die Offenheit betont, dass die OKJA für alle Kinder und Jugendlichen da ist und nicht nur eine selektive Gruppe adressiert. Außerdem ist damit gemeint, dass die inhaltliche Konzeption offen für die Bedürfnisse und Wünsche der Jugendlichen ist und sich an ihren Interessen orientiert. Damit die OKJA wirklich offen ist, muss der Zugang und die Teilnahme niederschwellig möglich sein (BMFSFJ 2020: 330–331). Scherr und Sturzenhecker (2021: 192) kritisieren an der heutigen Praxis in der OKJA, dass sie häufig zu stark an den Defiziten von Jugendlichen orientiert ist und diese zu Angeboten macht. Sie fordern anstatt einer Angebotskultur, die einer kommerziellen Bespaßung gleichkommt, die Offenheit in den Angeboten wirklich wahrzunehmen.

Das Prinzip der Freiwilligkeit betont, dass die Angebote der OKJA immer frei von Zwang wahrgenommen werden können. Außerdem kann innerhalb des Angebots immer frei

gewählt werden, wie die Teilnehmenden sich einbringen und wann sie das Angebot verlassen wollen (BMFSFJ 2020: 331). Auf den ersten Blick ist Freiwilligkeit bei digitalen Angeboten meistens gegeben: Erstens muss man sich aktiv an die entsprechende Stelle online begeben und zweitens kann mit einem Mausklick jedes Angebot wieder verlassen werden.

Das dritte Prinzip der OKJA ist die Partizipation. Die Angebote der OKJA sollen von Jugendlichen mitgestaltet werden. Sie haben Mitbestimmungsmöglichkeiten, die nicht nur einer Alibi-Partizipation gleichen. Die Partizipation in den Angeboten reicht häufig bis hin zu einer Selbstorganisation. Dadurch wird die OKJA ein Ort der Demokratiebildung (BMFSFJ 2020: 331).

Das letzte Prinzip der OKJA ist die Lebenswelt- und Sozialraumorientierung. Diese betont, dass die Angebote der OKJA im Alltag der Kinder und Jugendlichen präsent sein sollen. Dadurch sollen die Angebote einfach erreichbar sein und Barrieren zur Teilnahme abgebaut werden (BMFSFJ 2020: 331). Der 16. Kinder- und Jugendbericht beschreibt dieses Prinzip als ein Hineintreten in einen Raum, in dem „Adressierte vermutet werden und Fachkräfte nur Gäste sind" (BMFSFJ 2020: 385). Die OKJA muss immer an gesellschaftlichen Wandel anpassungsfähig sein und sich neu auf ihre Zielgruppe fokussieren (Fimpler und Hannen 2016: 118). Dazu gehört vor allem, ständig neue Angebotsformen zu entwickeln und in Zeiten der Digitalisierung über eine digitale Form von Angeboten nachzudenken. Dies ergibt sich unter anderem aus der Erkenntnis, die bereits in Kapitel 2.2 herausgearbeitet wurde, dass digitale Medien selbstverständlich zur Lebenswelt und dem Alltag von Jugendlichen gehören.

Eine andere Reihe an Prinzipien stellen Fimpler und Hannen (2016: 98) vor, die sich inhaltlich aber wenig von den bereits Vorgestellten unterscheiden, diese aber mit den Merkmalen Marginalität und Diskursivität ergänzen. Beim Prinzip der Offenheit betonen sie zudem ein Spannungsfeld, da die OKJA bei aller Offenheit dennoch in ihrer Professionalität einen Erklärungszwang für ihr Handeln hat, wie es auch für die Soziale Arbeit von Dewe und Otto (2012: 1209) gefordert wird. Die Marginalität der OKJA drückt aus, dass das Arbeitsfeld der OKJA marginal ist im Vergleich zu Bildungseinrichtungen und Familie (Fimpler und Hannen 2016: 101). Mit der Diskursivität wird zum Ausdruck gebracht, dass die OKJA ein Ort des Aushandelns zwischen Jugendlichen und Fachkräften ist (Fimpler und Hannen 2016: 103–104).

3.3 Qualität in der OKJA

Die Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten (AGJF) stellt sich in ihrer Arbeitshilfe bereits im Jahr 2003 die Frage, was die Qualität in der OKJA eigentlich auszeichnet. Sie stellen dabei fest, dass sich das bei der Arbeit mit Menschen nur schwer definieren lässt, da Menschen ganz unterschiedliche Empfindungen haben (Koss und Fehrlen 2003: 19–20). Die Angebote der OKJA sind von Koproduktion gekennzeichnet, was in einem Angebot passiert, ist stets auch von den Teilnehmenden abhängig. Insbesondere wenn Offenheit und Freiwilligkeit gegeben sein sollen, kommt Qualitätssicherung immer an ihre Grenzen. Was in Angeboten passiert, ist nur bedingt planbar. Um sie qualitativ hochwertig zu machen, ist sowohl in analogen als auch in digitalen Angeboten eine angemessene Reflexion und Evaluation mit den Teilnehmenden ein wichtiger Standard (Koss und Fehrlen 2003: 23–36).

Weiter werden von der AGJF drei Ebenen herauskristallisiert, in denen sich die Qualität der OKJA zeigt. Erstens bestimmen die Rahmenbedingungen der OKJA über ihre Qualität. Die zweite Ebene ist die „innere Prozessebene". Sie meint alles, was zwischen den Fachkräften und den Jugendlichen abläuft und was Inhalt der Arbeit ist. Die dritte Ebene fragt nach dem, was bleibt. Die Angebote der OKJA verfolgen einen bestimmten Sinn und dienen nicht nur einem Selbstzweck. Die AGJF weist zudem darauf hin, dass diesen Ebenen auch häufig die „Normebene" hinzugefügt wird, die nach Werten und Normen der Einrichtung fragt. Bei digitalen Angeboten klingt hier vor allem die Frage nach Datenschutz und -sicherheit an, die in Kapitel 6.8 thematisiert wird (Koss und Fehrlen 2003: 20–22).

3.4 OKJA heute

In der empirischen Datenerhebung zur OKJA fehlen laut Schmidt (2021: 299) gute und stichhaltige Erhebungen. Er nimmt auf Basis verschiedener Erhebungen die Einschätzung vor, dass die meisten Nutzer*innen der OKJA zwischen 13 und 16 Jahren alt sind. Besonders die älteren Teilnehmenden sind zum Großteil männlich (zwei Drittel bis drei Viertel bei den über 11-Jährigen). Die Besucher*innen sind überproportional Jugendliche mit niedrigerem sozialem Status, aus bildungsfernen Familien und mit Migrationshintergrund (Schmidt 2021: 300; Peucker, Pluto und van Santen 2021: 492). Die Empirie zeigt, dass die OKJA bestimmte Zielgruppen mehr erreicht, laut gesetzlicher Definition sich aber an alle Jugendlichen im gleichen Maße richtet (Fimpler und Hannen 2016: 102).

Die Einrichtungen der OKJA haben in Deutschland im Schnitt nur eine Vollzeitstelle für Fachkräfte. Die Zeitressourcen der Fachkräfte sind dadurch begrenzt (Peucker, Pluto und van Santen 2021: 486). Circa die Hälfte der Fachkräfte ist über 40 Jahre alt (Pothmann und Thole 2021: 114).

3.5 Professionalität der Fachkräfte in der OKJA

Thole und Pothmann stellen fest, dass viele Mitarbeitende in der OKJA ihre Professionalität ohne Rückbezug auf Theorie und wissenschaftlichen Diskurs definieren. Die Anerkennung bei den Nutzer*innen oder die Konzeption der eigenen Einrichtung genügt häufig als Definition der eigenen Professionalität (Thole und Pothmann 2021: 132). Reines wissenschaftliches Wissen erzeugt dabei aber noch keine gute Praxis. Einerseits muss dieses Wissen transferiert werden, andererseits ist wissenschaftliches Wissen nicht immer praxisrelevant. Die Kernherausforderung besteht im Transfer des Wissens, gleichzeitig ist aber die Stellung von Erfahrungswissen nicht zu unterschätzen (Thole und Pothmann 2021: 134). Angelehnt an die Theorie der „Reflexiven Professionalität“ besteht die Kernherausforderung im Transfer der Theorie in die Praxis (Dewe und Otto 2018: 1141).

Für die Professionalität der Fachkräfte in der OKJA beschreiben Cloos u. a. (2009: 161–170) außerdem die Regeln der Sparsamkeit, des Mitmachens und der Sichtbarkeit. Diese betonen, dass die Fachkräfte Teil des Alltags der Jugendlichen sind und dort „mitleben“. Es gilt gleichzeitig pädagogische Interventionen zu minimieren und die eigene Rolle transparent und sichtbar darzustellen.

Mit Blick auf digitale Angebote ist insbesondere die Medienbildung von Professionellen wichtig. Es benötigt ein ausgewogenes Verhältnis aus Skepsis und Nutzbarmachung von technischen Neuschöpfungen (Funiok 2019: 29–31). Dies wird dadurch verstärkt, dass ein Großteil der Fachkräfte bereits über 40 Jahre alt ist (siehe Kapitel 3.4) und durch die Corona-Pandemie, Digitalisierungsprozesse beschleunigt wurden (Gravelmann 2022: 104).

Ein weiterer Kernpunkt für die Professionalität von Fachkräften ist ihre Beziehung zu den Klient*innen. Beziehungsarbeit wird in der OKJA häufig als wichtiger Grundstein bezeichnet. Schröder (2021: 1155) definiert: „Unter Beziehungsarbeit versteht man in der Praxis all jene Aktivitäten und Bemühungen, die zur Herstellung und Aufrechterhaltung eines personalen Kontakts eingebracht werden". Die Beziehung von Fachkräften zu Jugendlichen ist klar zu unterscheiden von Beziehungen zu ihrer Familie oder ihren Freunden. Damit Fachkräfte eine professionelle Rolle ausfüllen können, ist

es wichtig, dass sie nicht nur mit ihrer privaten Person auftreten. Dabei stehen sie in dem Spannungsfeld, dass ihre Rolle nicht von ihrer Persönlichkeit unabhängig ist (Schröder 2021: 1158–1159). Auch Thole und Pothmann versuchen die professionelle Beziehung zu definieren und verweisen auf die „Arbeitsbeziehung". Diese betont die Notwendigkeit einer Vereinbarung zur Beziehungsgestaltung mit den Adressat*innen. Außerdem stellen sie fest, dass Arbeitsbeziehungen immer von den Rahmenbedingungen abhängig sind und damit immer ein Spannungsfeld aus Professionalität und gegebenen unveränderlichen Bedingungen besteht (Thole und Pothmann 2021: 133).

4 Das Jugendhaus

Die Einrichtungen der OKJA zu strukturieren, gestaltet sich schwierig. Insbesondere Jugendzentren, -häuser und -treffs werden teilweise voneinander abgetrennt und teilweise synonym verwendet. Sie können jedoch unter dem Überbegriff „Ortsgebunde Einrichtungen der OKJA" zusammengefasst werden. Unterscheiden lassen sich die drei Begriffe dahingehend, dass sie unterschiedlich große Einrichtungen betiteln. Während Jugendzentren gefolgt von Jugendhäusern in der Regel große Einrichtungen meinen, sind Jugendtreffs eher kleinere Anlaufstellen. Da im empirischen Teil dieser Arbeit nicht klar zwischen diesen drei Begrifflichkeiten unterschieden werden konnte, wird im Folgenden der Begriff „Jugendhaus“ als Überbegriff für alle drei verwendet (Meyer und Rahn 2020: 67–68).

Die ersten Jugendhäuser, die im 19. Jahrhundert aufgebaut wurden, hatten die Absicht Jugendliche, die „auf der schiefen Bahn waren“ oder „im öffentlichen Raum auffällig“ zu betreuen und sie wieder gesellschaftsfähig zu machen. Erst gegen Mitte bis Ende des 19. Jahrhunderts entwickelten sich die Ansätze der Jugendarbeit in Richtung Subjekt- und Sozialraumorientierung (Meyer und Rahn 2020: 80–81). Drei von vier Jugendhäusern wurden vor dem Jahr 2000 gegründet. Sie haben meistens eine lange Tradition und Geschichte in ihrem Sozialraum. Außerdem unterstreicht diese Kennzahl die Beständigkeit in dem Arbeitsfeld, obgleich sich die inhaltliche Ausgestaltung gewandelt hat (Seckinger u.a. 2014: 36–37).

Meyer und Hettler (2020: 82–83) beschreiben drei Merkmale, die Jugendhäuser heute charakterisieren:

1. Die Einrichtungen haben meistens mehrere Tage in der Woche geöffnet. Am Wochenende, insbesondere am Sonntag ist meistens nicht geöffnet, was aus Sicht der geforderten Lebensweltorientierung verwunderlich ist.

2. Zu den ursprünglich offenen Räumen haben sich vielfältige Angebote etabliert. Diese haben ebenfalls einen offenen Charakter, richten sich aber meistens aufgrund ihrer Spezifika an bestimmte Interessensgruppen.
3. Da die Angebote freiwillig und offen sind und deshalb im Normalfall ohne Anmeldung auskommen, ist es für diese eine Notwendigkeit, dass sie attraktiv für Jugendliche sind und ihren Interessen entsprechen.

Jugendhäuser haben in der Regel Öffnungszeiten ohne pädagogisches Personal, da die zeitlichen Ressourcen von diesen begrenzt sind (Seckinger u.a. 2014: 100). Wenn keine Fachkräfte die Einrichtungen öffnen, dann wird dies von Ehrenamtlichen getan. Ein Jugendhaus hat im Schnitt 13,8 (Median: 7) Ehrenamtliche. Wie die Differenz von Mittelwert und Median zeigt, ist dies je nach Einrichtung sehr unterschiedlich. Die Ehrenamtlichen sind im Schnitt 21,5 Jahre alt, also häufig selbst noch im Alter der Zielgruppe der OKJA (Seckinger u.a. 2014: 84–85). Die Aufgabenfelder der Ehrenamtlichen sind vielfältig, aber es lassen sich einige Eckpunkte feststellen. Drei Viertel der Ehrenamtlichen helfen bei Ausflügen oder anderen Veranstaltungen mit. 61% führen pädagogisch-inhaltliche Aufgaben durch und führen handwerkliche Arbeiten durch. 44% sind außerdem für Öffentlichkeitsarbeit zuständig (Seckinger u.a. 2014: 94).

5 Digitale Jugendarbeit

Seit einigen Jahren hat sich innerhalb der Jugendarbeit der Begriff digitale Jugendarbeit etabliert. In diesem Kapitel wird er definiert und anschließend diskutiert, welche Handlungsmaxime er für die OKJA und digitale Angebote eröffnet.

5.1 Definition digitale Jugendarbeit

In der EU wurde eine Kommission gegründet, die sich mit digitaler Jugendarbeit auseinandersetzt. Sie beschreibt digitale Jugendarbeit als: „proactively using or addressing digital media and technology in youth work" (European Commission 2017). Die digitale Jugendarbeit umfasst somit den Einsatz von digitalen Medien in der Jugendarbeit. Sie ist nicht als eine eigenständige Konzeption oder Methode der Jugendarbeit zu sehen, sie folgt den Prinzipien, die in Kapitel 3.2 vorgestellt wurden. Es zählen nicht nur digitale Angebote zur digitalen Jugendarbeit, sondern auch analoge Anwendungsformen, bei denen digitale Medien genutzt werden (bOJA 2021: 6).

Der Einsatz von digitalen Medien lässt sich in der digitalen Jugendarbeit in die Formen Werkzeug, Aktivität und Inhalt gliedern (siehe Tabelle 1). Bei digitalen Angeboten werden digitale Medien als Aktivität verwendet und sind gleichzeitig Werkzeug. Die reine Öffentlichkeitsarbeit über Social Media ist deshalb noch kein digitales Angebot, da sie

digitale Medien nicht als Aktivität verwendet (bOJA 2021: 8–10). Sie sind damit nicht nur der digitalen Jugendarbeit, sondern genauer der online Jugendarbeit zuzuordnen, die einen Teilbereich innerhalb der digitalen Jugendarbeit darstellt. Sie umfasst Jugendarbeit, die ausschließlich online stattfindet, schließt also keine analogen Angebote mit Medieneinsatz ein (Pöyskö 2020: 78). Die online Jugendarbeit hat im Vergleich zur digitalen Jugendarbeit kaum eigene Präsenz in der Literatur, weshalb hier dennoch die digitale Jugendarbeit thematisiert wird.

Tabelle 1: Nutzung von digitalen Medien in Anlehnung an: bOJA 2021: 7

Werkzeug	Aktivität	Inhalt
Der Fokus liegt auf der Digitalisierung der Jugendarbeitsangebote, um diese zugänglicher, aktueller und passgenauer zu machen.	Der Fokus liegt auf Learning By Doing und digitalen Medien als praktischen Aktivitäten.	Der Fokus liegt auf Themen, die die Digitalisierung aufwirft.
z.B. Öffentlichkeitsarbeit	z.B. digitale Angebote, wie ein Online-Jugendhaus	z.B. Online-Verhalten reflektieren

Es gibt einige Grundargumentationslinien, die digitale Jugendarbeit und digitale Angebote legitimieren bzw. sogar fordern. Erstens wird der Beitrag zur Medienbildung als Grundlage gesehen, hier ist für digitale Angebote vor allem der Bezug zur Subjektbildung herzustellen. Zweitens ist die Chancengleichheit, zu der die OKJA angesichts des „digital Divides" beitragen soll, ein Argument. Drittens wird mit der Lebensweltorientierung argumentiert, da digitale Medien zur Lebenswelt von Jugendlichen gehören, müssen diese von der OKJA wahrgenommen werden, sowohl inhaltlich als auch um Jugendliche zu erreichen (Pöyskö 2020: 78–80). Zudem gibt es Sichtweisen, die in digitalen Angeboten große partizipative Chancen sehen (Alfert 2015: 226–227) oder eine Förderung von Teilhabe, durch weniger physische Zugangsbeschränkungen (Brauner 2012: 20).

5.2 Handlungsmaxime von digitaler Jugendarbeit

Das bOJA (2021: 16–18) zählt Handlungsmaxime auf, die aus der Erfahrung mit digitaler Jugendarbeit berücksichtigt werden sollten. Erstens sind Ressourcen nötig: Fachkompetenz, technische Ausstattung und Kooperationen. Für digitale und analoge Angebote stellt es fest, dass diese getrennt angeboten werden sollten und nicht in hybrider Form, außerdem stellen digitale Angebote keinen Ersatz für analoge dar. Eine reine digitale Jugendarbeit, die keine analogen Treffen einschließt, kann auf Dauer nicht

als professionell und qualitativ hochwertig bezeichnet werden, da sich nicht alle Elemente der OKJA in den digitalen Raum übertragen lassen. Gemeinschaft und Zuflucht beziehungsweise Schutz lassen sich beispielsweise in digitalen Angeboten nur begrenzt vermitteln (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 49).

Viele Fachkräfte stehen digitalen Angeboten eher skeptisch gegenüber und mindern ihren Wert (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 39–40). Damit digitale Jugendarbeit erfolgreich umgesetzt werden kann, sollten Fachkräfte eine positive Haltung ihr gegenüber entwickeln. Angebote mit digitalen Medien sind dann nicht mehr nur ein „nice-to-have“, sondern gehören selbstverständlich zur OKJA dazu. Dabei gilt es für Fachkräfte eigene Bedenken und Grenzen zu reflektieren und wenn nötig zu überwinden (Pöyskö 2020: 85–86). Die Arbeit muss dann professionell reflektiert werden: „Digitale Angebote und Aktivitäten sind dann erfolgreich, wenn sie kein Selbstzweck sind und kein isoliertes Handlungsfeld darstellen, sondern eine gute Erdung durch eine ständige Rückkoppelung an die Ziele der Jugendarbeit haben“ (Pöyskö 2020: 88).

Die Europäische Kommission fügt hinzu, dass die digitale Jugendarbeit Datenschutz- und Sicherheitsbelange respektieren muss (diskutiert in Kapitel 6.8). Außerdem soll sie dazu beitragen, mehr Inklusion zu ermöglichen und Ausgrenzungen zu vermeiden (European Commission 2017). Zugangsbeschränkungen und -barrieren zu digitalen Angeboten sind deshalb zu überprüfen. Dies können etwa technische Probleme bei den Adressat*innen sein (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 38). Genauer wird dies im empirischen Teil dieser Arbeit untersucht (siehe Kapitel 8.5).

Genauso wie für die OKJA insgesamt gilt auch für digitale Angebote, dass sie partizipativ entwickelt werden sollten. Deshalb müssen digitale Angebote immer regional individuell erarbeitet sein und an die Bedürfnisse der Jugendlichen angepasst werden. Sie können nicht auf einer Metaebene ohne Jugendliche entwickelt werden (Gumz 2022: 161). Hierbei ist außerdem zu beachten, dass die Partizipation nicht einer Alibi-Partizipation gleicht (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 34–35). Außerdem bedarf es einer Wahrnehmung von den Jugendlichen als Experten ihrer Lebenswelt, insbesondere da Veränderungen im digitalen Raum immer mehr beschleunigt werden. Gemeinsam mit Jugendlichen virtuelle Räume zu begehen und zu untersuchen, stellt somit eine Kernaufgabe für die Entwicklung von professionellen, digitalen Angeboten dar (Muscutt 2013: 94–96).

Für eine gute digitale Jugendarbeit müssen außerdem die nötigen Rahmenbedingungen bestehen, die in der OKJA über die Qualität der Arbeit mitentscheiden. Der Bundesjugendring fordert für die Kinder- und Jugendarbeit eine einheitliche Strategie für die Digitalisierung der Infrastruktur, eine bessere technische Ausstattung sowie Praxisentwicklungen und Weiterbildungsmöglichkeiten für Fachkräfte (DBJR u.a. 2021: 1–2).

6 Der digitale Raum

In diesem Kapitel wird der digitale Raum untersucht. Als erstes wird diskutiert, inwiefern tatsächlich von einem digitalen Raum die Rede sein kann, um anschließend einige Querschnittsthemen, die diesen Raum charakterisieren, zu beleuchten.

6.1 Definition digitaler Raum

Der Sozialraum lässt sich nach Löw (2001: 224) definieren als eine Anordnung von sozialen Gütern und Lebewesen. Der Raum selbst ist definiert durch die Objekte und Subjekte im Raum und ihre Relationen. Die Konstruktion des Raums ist immer ein subjektives Ergebnis eines kognitiven Prozesses. So kann auch der digitale Raum als Raum verstanden werden. Er gleicht einem unendlichen Raum, in dem sehr viele Subjekte und Objekte vorhanden sind, in ihren Relationen entsteht ein Raumerlebnis. Theoretisch haben alle Subjekte und Objekte im digitalen Raum eine Verbindung zueinander, ihre Relationen sind aber unterschiedlich stark ausgeprägt. Dadurch entsteht ein persönlicher Raum, der den digitalen Raum für jede*n Nutzer*in anders erfahrbar macht (Pietraß u.a. 2017: 8). Ketter (2015: 358–359) fordert in diesem Kontext schon vor knapp 10 Jahren, das Internet als Sozialraum zu verstehen.

Auch Rösch (2019: 116) diskutiert, inwiefern digitale Räume als Sozialräume zu verstehen sind. Er betont, dass sie immer in der Relation zu der analogen Welt stehen. Die Wechselwirkungen zwischen digitalen und analogen Räumen dürfen nicht vergessen werden. Gleiches betonen der 16. Kinder- und Jugendbericht (BMFSFJ 2020: 293-294) und Rathmann (2022: 22), die dafür plädieren, die digitale Welt nicht als Parallelwelt zu verstehen. Wie etwa in Social Media Bezüge zum analogen Sozialraum nicht direkt erkennbar sind, aber diese darüber entscheiden, wie und mit wem interagiert wird (Brüggen und Schemmerling 2014). Der digitale Raum kann also als Sozialraum verstanden werden, darf aber nicht ohne den analogen Raum gedacht werden, für dieses Phänomen hat sich der Begriff des „virealen“ Raums etabliert (Muscutt 2013: 84).

Buhr (2019: 240–245) grenzt weitere Raumtypen voneinander ab: Erstens den Privaten Raum (z.B. das Zuhause) der nur begrenzt zugänglich ist und ein Rückzugsort darstellt.

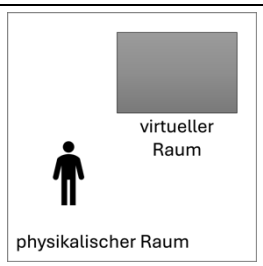
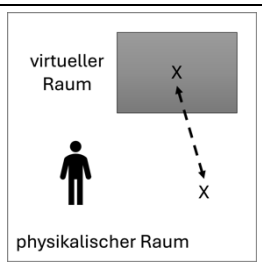
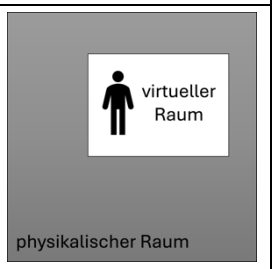
Zweitens hebt er öffentliche Räume hervor (z.B. Institutionen wie Schule), zu denen viele Menschen Zugang haben, die aber ebenfalls zu Schutzräumen für unterschiedliche Zielgruppen werden können. Wenn keine Erwachsenen anwesend sind, dann sind die Jugendlichen allen anderen „ausgeliefert“. Drittens gibt es den digitalen Raum, dieser ist weder privater noch öffentlicher Raum, da er nicht exklusiv nur einer Gruppe zugänglich ist und keinen wertfreien Rückzugsort darstellt. Dadurch ist es schwierig in digitalen Angeboten einen Schutzraum zu ermöglichen.

6.2 Erfahrbarkeit des digitalen Raums

Der digitale Raum ist nicht mehr ortsgebunden, sondern kann über regionale Grenzen hinweg wahrgenommen werden (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 36). Digitale Welten sind außerdem dadurch charakterisiert, dass sie eine Begrenzung haben. So zum Beispiel das Computerspiel, bei dem die Welt ein Ende hat. Im Vergleich zum Film bietet das Computerspiel die Möglichkeit hinter das zu schauen, was der aktuelle Bildausschnitt hergibt. Je mehr Interaktionsmöglichkeiten und Bewegung im digitalen Raum möglich werden, desto stärker entsteht ein Räumlichkeitseindruck (Pietraß 2017: 21). Die Konstruktion von digitalen Welten basiert hauptsächlich auf dem Sehsinn, der Erfahrungen in Relation mit dem setzt, was gesehen wird. So können bestimmte Oberflächen als rau erfahrbar sein, ohne sie zu berühren, da unser Sehsinn dies mit Erfahrungswerten verknüpft und der digitale Raum so auf eine leibliche Weise erfahrbar wird (Pietraß 2017: 19–20).

Wie ein digitaler Raum erfahrbar ist, unterscheidet sich je nach Ausgestaltung des digitalen Raums, die sich vor allem in die Kategorien Virtual Reality, Augmented Reality und Real Environment unterscheiden lassen. In Tabelle 2 ist eine Abgrenzung dieser Typen zu sehen.

Tabelle 2: Digitale Anwendungssysteme in Anlehnung an: Herzig u.a. 2017: 141

Anwendungssystem	Real Environment	Augmented Reality	Virtual Reality
Beispiel	Desktopsimulations-Software	Datenbrille ergänzt die Realität um Informationen	Virtuelles Museum
Interaktionsraum			
Immersion	Nicht-immersiv	Teil-immersiv	Voll-immersiv

Die unterschiedlichen Anwendungssysteme unterscheiden sich in ihrer Immersion. Mit diesem Begriff wird beschrieben, wie stark Menschen in einen digitalen Raum „hineintauchen“. Unterschiedliche Medien sind unterschiedlich immersiv, haben also einen unterschiedlich starken Reiz zur Immersion. So tragen Endgeräte wie VR-Brillen zur Immersion bei (Pietraß 2017: 20–21). Je immersiver ein Raum ist, desto schwerer fällt es den Nutzer*innen, zwischen dem virtuellen und physikalischen Raum zu unterscheiden. Das bedeutet nicht, dass nicht-immersive Anwendungen nicht dennoch die Aufmerksamkeit der Nutzer*innen binden können. Immersionsräume bieten für digitale Angebote die Chance sie echt und authentisch erfahrbar zu machen (Herzig u.a. 2017: 139–140). Gleichzeitig rückt der physikalische Raum fast gänzlich in den Hintergrund (Hagendorff 2020: 204–205).

Eine Reflektion des Mediums und damit eine Medienbildung kann in immersiven Räumen nur begrenzt erreicht werden. Erst wenn die Nutzer*innen aus der Immersion zurücktreten und den virtuellen Raum aus einer anderen Perspektive betrachten, kann ein Bildungsraum entstehen (Herzig u.a. 2017: 144–145).

6.3 Aneignung von Jugendlichen im digitalen Raum

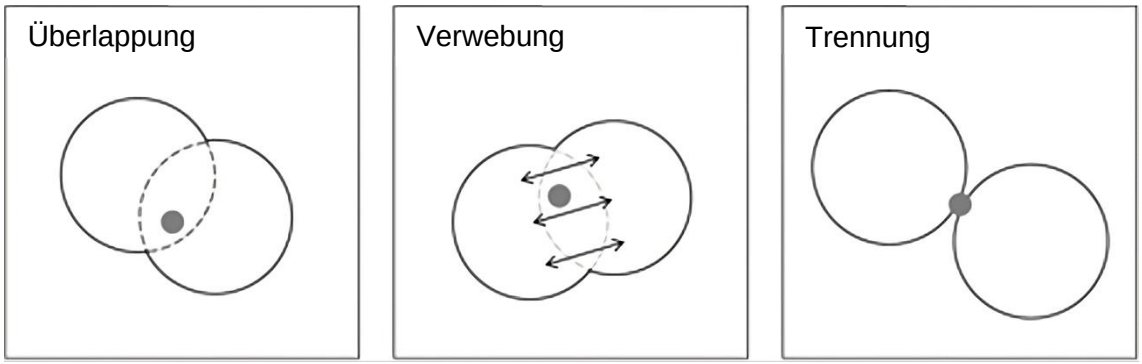
Die Aneignung wird von Schorb (2017: 215–221) definiert als die Nutzung von Medien bzw. wie eine Person diese für sich nutzbar macht. Dieser Begriff nimmt die Wechselwirkungen zwischen Subjekt und Medium sowie die Mitgestaltung des Mediums durch das Subjekt in den Blick. Medienaneignung kann sowohl durch die Unterstützung einer erwachsenen Person geschehen als auch in der kreativen Umdeutung der digitalen Medien durch Jugendliche. Durch die Verinselung der Kindheit (siehe Kapitel 2.3) werden physische Räume immer rarer und digitale Medien bieten einen Ort den Jugendliche für ihre Zwecke nutzbar machen (Friedrichs und Sander 2010: 34–35).

Brüggen und Schemmerling (2014) stellen eine qualitative Erhebung vor, bei der gemeinsam mit Jugendlichen die Plattform Facebook genutzt und erforscht wurde, auf welche Weise diese von ihnen verwendet wird. Sie differenzieren ausgehend von dieser Studie verschiedene Aneignungsmodi des Medienhandelns Jugendlicher. Diese sind in Abbildung und Skalierung getrennt.

Mit der Abbildung wird Medienhandeln beschrieben, bei dem die bereits bestehenden Sozialräume in digitalen Medien abgebildet werden, also dass etwa Freunde aus der Schule auch auf Facebook Freunde sind. In Social Media treffen Personen aus unterschiedlichen sozialräumlichen Kontexten aufeinander. Die Abbildung unterteilen Brüggen und Schemmerling (2014) in verschiedene Medienhandlungen. Die erste ist die

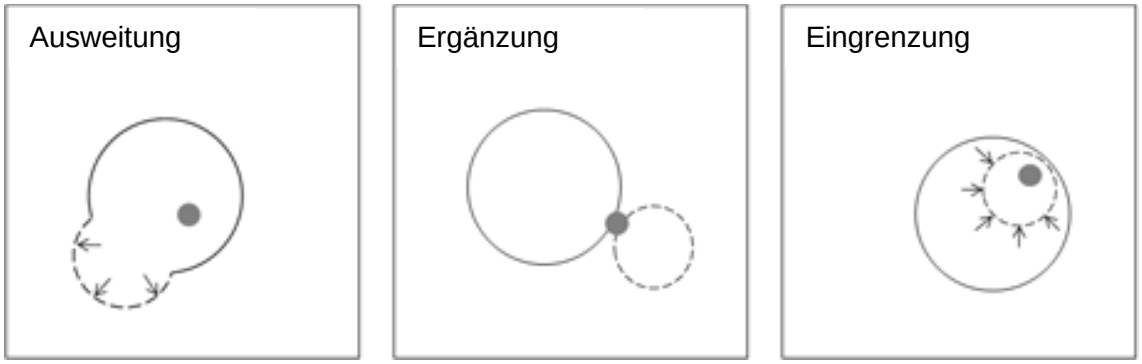
Überlappung, bei der Jugendliche in Kauf nehmen, dass Personen aus allen ihren sozialräumlichen Kontexten alle ihre Posts sehen. Bei der Verwebung posten Jugendliche gezielt Inhalte, die einem bestimmten Sozialraum angehören, ohne auf eine Trennung zu achten. Bei der Trennung versuchen Jugendliche zu vermeiden, dass Beiträge von anderen sozialräumlichen Kontexten sichtbar werden, was sich mit den Voraussetzungen von Facebook und anderen Plattformen als eine paradoxe Herausforderung darstellt. Die Überlappung ist die prominenteste Handlungsweise von Jugendlichen.

Abbildung 2: Abbildung in Anlehnung an: Brüggen und Schemmerling 2014



Neben dem Modus der Abbildung kommt der Modus der Skalierung zu den Medienhandlungsmodi der Jugendlichen. Dieser bezeichnet alle Medienhandlungen, bei denen der bestehende Sozialraum im digitalen Raum verändert wird. Auch dieser Modus lässt sich unterteilen. Die Ausweitung meint eine Vergrößerung der persönlichen Kontakte um Kontakte, die nicht den eigenen sozialräumlichen Kontexten angehören, aber sich in dem Umfeld bewegen. Bei der Ergänzung werden Kontakte hinzugefügt, zu denen kein sozialräumlicher Bezug besteht und keine direkte Verbindung über andere Personen. Bei der Eingrenzung werden die Kontakte im Sozialraum reduziert und nur eine bestimmte Zielgruppe in die sozialen Netzwerke einbezogen (Brüggen und Schemmerling 2014).

Abbildung 3: Skalierung in Anlehnung an: Brüggen und Schemmerling 2014



Brüggen und Schemmerling (2014) fordern von der pädagogischen Arbeit, dass sie Jugendliche dabei unterstützen muss eine angestrebte Trennung von Sozialräumen in digitalen Medien umzusetzen und die bestehenden Herausforderungen zu überwinden, um ihre Handlungsoptionen zu erweitern. Die Aneignungsmodi sind außerdem in Bezug auf das Erreichen von Zielgruppen in digitalen Räumen interessant (diskutiert in Kapitel 8.5).

6.4 Identitätsbildung im digitalen Raum

Die Identitätsbildung ist kein rein intrinsischer Prozess. Sie wird vor allem durch die Interaktion mit anderen entwickelt, wobei die Anerkennung anderer Personen eine zentrale Rolle spielt (Buhr 2019: 239). Identitätsbildungsprozesse finden ebenfalls in digitalen Räumen statt. In ihnen eröffnet sich die Möglichkeit, auf einfache Art und Weise verschiedene Rollen auszuprobieren und sich selbst darzustellen. In den letzten zwei Jahrhunderten haben sich die Anzahl der Jugendkulturen vervielfacht, dazu tragen auch digitale Medien bei. Es gibt dort eine Vielzahl an Vorbildern, denen Jugendliche folgen können und die sie in ihrer eigenen Identitätsbildung beeinflussen. Jugendkulturen werden dadurch dezentraler und die Auswahl an Orientierungsangeboten vervielfacht (Vogelgesang und Minas 2010: 40–50).

Neben dem Verschwimmen von digitalen und analogen Lebenswelten, werden die Grenzen zwischen unterschiedlichen digitalen Medien immer unschärfer. Der 16. Kinder- und Jugendbericht bezeichnet dieses Phänomen als „Medienkonvergenz“. Jugendliche nutzen viele unterschiedliche Plattformen gleichzeitig (BMFSFJ 2020: 294). Wagner (2017: 263–264) definiert Medienkonvergenz wie folgt: „Auf der technischen Ebene beschreibt Medienkonvergenz das Zusammenlaufen von Übertragungswegen, also die Möglichkeit, durch die Digitalisierung verschiedenste Daten parallel über einen Kanal oder ein Gerät zu übermitteln. Damit verschwimmen für die Nutzenden die Grenzen zwischen ehemals getrennten technischen Mediendiensten". Dies geschieht neben der technischen auch auf inhaltlicher Ebene, insofern Inhalte nun auf verschiedenen Medien zur Verfügung stehen, so sind beispielsweise Fernsehsendungen in Streaming-Diensten abrufbar sind (Wagner 2017: 263–264). Die Identität, die auf Plattformen verwendet wird, ist aber fluide. Auf unterschiedlichen Plattformen können Konsument*innen unterschiedliche Identitäten darstellen. Rathmann beschreibt dies als „kaleidoskopartige Identität“ (Rathmann 2022: 23).

Damit analoge oder digitale Angebote Jugendliche bei der Identitätsbildung unterstützen können, müssen diese den Handlungsspielraum der Jugendlichen erweitern. Sie müssen neue Möglichkeiten eröffnet bekommen, Identitäten auszuprobieren (Tillmann 2020: 65). Inwiefern Handlungsräume in der digitalen Welt ermöglicht werden können, wird im folgenden Kapitel untersucht.

6.5 Handlungsräume und Autonomie im digitalen Raum

Der 15. Kinder- und Jugendbericht beschreibt digitale Welten als „Ermöglichungsraum von Jugend, in dem [die Jugendlichen][..] die Kernherausforderungen der Qualifizierung, Selbstpositionierung und Verselbstständigung bearbeiten können" (BMFSFJ 2017: 469). Rathmann (2022: 26) schreibt weiterführend, dass Handlungsspielräume im digitalen Raum Subjektbildung und Lernprozesse bei Jugendlichen anstoßen können sowie zur Entwicklung von sozialen Kompetenzen beitragen. Wenn die OKJA in Medien präsent ist, dann gestaltet sie aktiv mit, inwiefern Medien zu Handlungsspielräumen werden und wie Machtverhältnisse innerhalb dieser verteilt werden. Sie kann z.B. Demokratiebildung ermöglichen, indem sie ein Sprachrohr für die Themen der Jugendlichen in digitalen Medien ist (Tillmann 2020: 69–70). In dieser Rolle kann sie zur Transparenz in digitalen Räumen beitragen und etwa durch Konzepte wie Faktenchecks die Reflexion von Jugendlichen anregen (Stix 2022: 57).

Damit ein Raum zu einem Erprobungsraum werden kann, müssen seine Nutzer*innen Autonomie haben. Wie viel Autonomie hat ein Mensch in digitalen Medien? Gerade für junge Menschen ist die Nutzung von digitalen Medien bereits eine von außen beeinflusste Entscheidung, da sie ohne die Nutzung von digitalen Medien Ausgrenzungserfahrungen machen (Zöllner 2016: 7–10). In der digitalen Welt hat der Mensch grundsätzlich die Möglichkeit selbst frei zu entscheiden, trotz dessen, dass seine Handlungsoptionen gleichzeitig eingeschränkt und gerahmt sind (Zöllner 2016: 11–12). Digitale Räume werden beeinflusst durch die anwendungsspezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Plattformen. Durch diese Plattformcharakteristika wird Handlungsspielraum für die Nutzer*innen eröffnet oder beschränkt (Brüggen und Schemmerling 2014). So basiert die Reihenfolge von Posts in Social Media auf einer Algorithmik des jeweiligen Netzwerks, was aufgrund der zur Verfügung stehenden Daten bewertet, welche Posts für die Nutzer*innen besonders relevant sind. Diese haben aber keine Chance auf diese Kategorisierung Einfluss zu nehmen, was höchst intransparent ist. Folglich werden Handlungsspielraum und Autonomie der Jugendlichen durch die Anwendungsspezifika in digitalen Medien eingeschränkt (Brüggen und Schemmerling 2014).

6.6 Beziehungen und Netzwerke im digitalen Raum

Bereits im Kapitel 2.3 wurde einiges dazu festgehalten, wie Jugendliche digitale Medien zur Beziehungspflege nutzen. Hier sollen nun einige ergänzende Hinweise angebracht werden, die darlegen, wie Beziehungen im digitalen Raum gestaltet werden. Beziehungen werden meistens hybrid gelebt, sind also ein Zusammenspiel aus digitalen und analogen Beziehungen (Tillmann 2020: 60). Beziehungen, die nur über digitale Medien geschlossen werden, können nur begrenzt Vertrauen produzieren. Dieses wird Personen meistens erst entgegengebracht, wenn Jugendliche sie persönlich erlebt haben. Die vielen Missbräuche in digitalen Medien tragen zu diesem misstrauischen Verhalten bei. Online Jugendarbeit, die nur über digitale Medien funktioniert, ist dadurch in ihrem Beziehungsgeschehen eingeschränkt (Wampfler 2019: 101–103). Eine Studie mit Fachkräften aus Wien zeigt, dass digitale Beziehungsarbeit vor allem genutzt wird, um Beziehungen anzubahnen oder zu vertiefen und aufrechtzuerhalten (Pöyskö 2020: 79). Dies wurde eindrücklich in der Corona-Pandemie, die einerseits zeigte, dass digitale Medien nicht zur Vereinsamung beitragen, sondern das Gegenteil bewirken können. Andererseits wurde festgestellt, dass das analoge Beziehungsgeschehen nicht vollständig ersetzt werden kann (Gravelmann 2022: 105–106).

Kutscher und Otto (2010: 81–83) schreiben, dass die meisten Gruppen im Internet sehr homogen seien. Jugendliche aus unterschiedlichen Verhältnissen, haben unterschiedliche Interessen und nehmen an unterschiedlichen Angeboten teil. So ist es sehr schwierig soziale Grenzüberschreitung in digitalen Gruppen zu erreichen. Viele digitale Räume werden von einer Nutzer*innengruppe dominiert, was dazu führt, dass eine andere ihr Interesse daran verliert. Dies hat eine Konsensillusion zur Folge und wird durch die Algorithmik von digitalen Medien zusätzlich verstärkt (Wampfler 2019: 113–115).

Im digitalen Raum besteht zudem eine gefühlte Anonymität. Buhr (2019: 243) nennt als Beispiel die Menschen, die Hasskommentare auf Social Media posten und danach überrascht sind, dass ihr reales Ich dafür verurteilt wird. Dies bietet einerseits Chancen für digitale Angebote, da die gefühlte Anonymität von Jugendlichen einen niederschwelligen Zugang ermöglicht. Andererseits fehlt die nötige Transparenz und Authentizität, die für eine gute OKJA nötig ist. Außerdem ist im Sinne einer guten Arbeitsbeziehung (siehe Kapitel 3.5) Rollenklarheit notwendig. Folglich sollten Fachkräfte im Sinne der Professionalität private Profile nicht zur Kommunikation mit Jugendlichen nutzen, da sonst Rollen vermischt und das Nähe-Distanz-Verhältnis verletzt werden (bOJA 2021: 18).

6.7 Kommunikation im digitalen Raum

Krotz (2017: 198) beschreibt, dass das Wort „Kommunikation“ seit Mitte des 20. Jahrhunderts das Austauschen von Informationen meint. Heutzutage existieren vielfältige Kommunikationsmodelle, deren Erarbeitung jedoch den Umfang dieser Arbeit übersteigen würden. Konsens dieser Modelle ist, dass Kommunikation immer kontextbezogen ist. Sprache und andere Ausdrucksformen können immer nur im richtigen Kontext verstanden werden und ergeben in unterschiedlichen Kontexten andere Informationen an das Gegenüber weiter. Um die sprechende Person richtig zu verstehen, muss der*die Hörer*in sich an der sprechenden Person orientieren und ihre Kommunikation richtig interpretieren (Krotz 2017: 200–201).

Die digitale Kommunikation unterscheidet sich von der analogen Kommunikation und kann durch verschiedene Faktoren kategorisiert werden. Dazu gehört die Zeitdimension (asynchron oder synchron), die soziale Dimension (an wen / wie viele ist die Kommunikation gerichtet) und der Zeichentyp (findet Kommunikation per geschriebener Sprache, Bilder, o. ä. statt) (Stix 2022: 72–73).

Bei digitaler Kommunikation findet meistens eine Kanalreduktion statt, so können bei geschriebener Kommunikation etwa Gestik und Mimik nicht interpretiert werden. Diese Kanalreduktion führt zu einer niedrigeren Hemmschwelle und vereinfacht die Kommunikation von intimen Inhalten (Stix 2022: 77). Auf der anderen Seite wird diese Kommunikation wie etwa über digitale Messengerdienste von Jugendlichen oft als unpersönlich und weniger echt bewertet und es entstehen aufgrund der Kanalreduktion leichter Missverständnisse (Liesem 2019: 340). Die fehlenden Kommunikationskanäle werden durch unterschiedliche neue beispielsweise Emojis und anderen textlichen Besonderheiten ersetzt. Um diese richtig zu verstehen, müssen bestimmte Kommunikationskonventionen eingehalten werden und einheitlich bekannt sein (Krotz 2017: 202–203). Fachkräfte stehen daher vor der Herausforderung, mit viel Transparenz und einem eigenen professionellem Schreibstil zu kommunizieren. Diese können nach Stix (2022: 84-86) zum Beispiel eine klare Abgrenzung durch Begrüßungs- und Verabschiedungsformel beinhalten.

Der digitale Raum ist gezeichnet durch seine Orts- und - je nach Anwendungsform - Zeitunabhängigkeit. Er kann zu jeder Zeit an jedem Ort wahrgenommen werden, wenn die technischen Voraussetzungen vorhanden sind. Kommunikation wird dann asynchron möglich, da die Subjekte, die miteinander interagieren nicht zeitgleich senden und empfangen müssen, sondern das Senden und Empfangen von Nachrichten zu unterschiedlichen Zeitpunkten erfolgen kann. Das bietet Chancen für Fachkräfte, da eine

Kommunikation auch bei unterschiedlichen Zeitkapazitäten und knappen Öffnungszeiten mit Jugendlichen möglich ist (Rathmann 2022: 22). Außerdem können Fachkräfte Ihre Kommunikation eher professionell reflektieren und begründen, da sie mehr Zeit haben Ihre Antworten zu formulieren und impulsives Handeln dadurch reduziert wird. Herausfordernd ist, dass von den Nutzer*innen häufig versucht wird, asynchrone Kommunikation mit synchronen Erwartungen zu verknüpfen. Zum Beispiel wenn Inhalte als „dringend" markiert werden, wodurch Fachkräfte Kommunikationsdruck spüren können. Damit die lange Antwortzeit nicht als fehlendes Interesse verstanden wird, muss in der Arbeitsbeziehung klar kommuniziert werden, dass die Arbeits- und somit auch die Kommunikationszeiten eingeschränkt sind (Stix 2022: 73–74).

Neben der größeren Flexibilität von Kommunikation geht durch diese neuen Möglichkeiten Diskretion verloren. Da beispielsweise private Gespräche nicht mehr am Festnetz, sondern in der Öffentlichkeit mit dem Handy geführt werden oder Kommunikation in Kommentaren auf Social Media öffentlich zugänglich ist (Ganguin 2017: 327).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Verwenden von digitaler Kommunikation für die Professionalität in der OKJA Hürden mit sich bringt: Die Veränderung der Arbeitsbeziehung und eine größere Herausforderung in der Abgrenzung und Vertraulichkeit. Allerdings zeichnet sich hier ein gesellschaftlicher Prozess ab, der nicht einfach rückgängig gemacht werden kann und den die OKJA wahrnehmen und auf professionelle Weise digitale Kommunikation nutzbar machen muss (Stix 2022: 71). Im Verhältnis zur analogen Kommunikation geht es „eben nicht darum, die beiden Kommunikationsweisen als sich einander ausschließend zu bewerten, sondern ihre Spezifik zu erkennen, sodass sie professionell und ergänzend zueinander genutzt werden können“ (Bromberg, Radau und Sturzenhecker 2022: 50).

6.8 Datenschutz, Anonymität und Privatheit im digitalen Raum

In Kapitel 2.2 wurde bereits festgestellt, dass WhatsApp als Messengerdienst von den meisten Jugendlichen genutzt wird. Daraus ergibt sich für die OKJA eine gute und niederschwellige Kommunikationsmöglichkeit. Allerdings sind bei dieser und anderen Apps dieser Art Datenschutzbedenken nicht zu vernachlässigen.

In digitalen Medien werden große Mengen an „big data“ gesammelt. Die Selbstbestimmung über die eigene Daten wird dabei größtenteils übergangen, da die Einwilligung in Datenschutzbedingungen für die Nutzung der meisten Dienste notwendig

ist und die Verwendung der Daten zu großen Teilen intransparent bleibt (Zöllner 2016: 10–11).

Einige wenige Messengerdienste funktionieren ohne die Verknüpfung zu einer Mobiltelefonnummer, was mehr Datensicherheit bietet. Die Anonymität in digitalen Diensten ist dabei aber gleichzeitig eine Gefahr für die Nutzer*innen, insbesondere für Jugendliche, da diese von Kriminellen (insbesondere Sexualstraftäter*innen) ausgenutzt werden kann (Stix 2022: 37–38). Daher ist es notwendig, dass bei der Nutzung von digitalen Diensten in der OKJA Mindeststandards beachtet werden, wie etwa, dass Kommunikation Ende-Zu-Ende[2] verschlüsselt ist (Stix 2022: 39–40).

Selbst wenn Nachrichten verschlüsselt sind, können Anbieter dennoch Metadaten erheben, die zum Beispiel Auskunft darüber geben, wann welche Telefonnummer mit welcher kommuniziert. Dadurch können Netzwerke erkannt und Daten beispielsweise zu Werbezwecken an Dritte weitergegeben werden. Teilweise ist diese Daten-Teilung für die Funktion der Dienste sogar essentiell (Stix 2022: 42).

Egal welcher Dienst genutzt wird: Wenn Datenschutzregelungen ernst genommen werden, dann muss für die digitale Kommunikation mit Jugendlichen immer eine Einwilligung eingeholt werden. Bei Jugendlichen unter 16 Jahren müssen die Eltern einwilligen. Da für die Nutzung personenbezogene Daten erfasst werden - insbesondere bei intimen Themen (z.B. in der Onlineberatung) - kann dieser Schutz nicht ignoriert werden (Stix 2022: 50–52).

Allgemein muss die OKJA reflektieren, inwiefern sie Anbieter mit fragwürdigen Datenschutzmethoden unterstützen möchte (Wampfler 2019: 103–105; Albert, Hurrelmann und Quenzel 2019: 40). Dies stellt ein Dilemma dar, da sie einerseits Jugendliche in ihrer Lebenswelt abholen will und bei ihren genutzten Diensten ansetzen und andererseits dadurch datenschutzrechtliche und ethische Bedenken in Kauf nehmen muss und Daten produziert, die im Zuge von Big Data Analytics automatisiert ausgewertet und weitergegeben werden (Tillmann und Weßel 2021: 849–850).

Mit Blick auf die Zielgruppe bedeuten diese Praktiken nach Grimm (2016: 23), dass Jugendliche eine Privatheitskompetenz ausbilden müssen, die beinhaltet, dass sie reflektieren können, warum Privatsphäre überhaupt schützenswert ist und wie ihre Daten

[2] Ende-zu-Ende Verschlüsselung meint, dass Kommunikation auf Servern immer nur verschlüsselt gespeichert wird. Entschlüsselt kann sie nur mithilfe eines privaten Keys werden, der nur dem*der Empfänger*in zugänglich ist (Stix 2022: 39–40).

von Unternehmen verwendet werden. Außerdem müssen sie Kenntnis über Präventionsmaßnahmen haben. Damit Jugendliche dies lernen können, benötigen sie aber transparente digitale Dienste. Es muss nicht nur Wert auf die Nutzbarkeit gelegt werden, sondern aus einer Bildungsperspektive auch hinterfragt werden, welche Signale an die Nutzenden gesendet werden und wie nachvollziehbar die digitalen Vorgänge für diese sind (Herzig u.a. 2017: 138).

Um dies vollständig zu erreichen, müsste die OKJA ihre eigenen digitalen Plattformen schaffen, um sie nach ihren Kriterien zu gestalten. Dies würde aber nicht nur eine Menge Ressourcen benötigen, sondern gleichzeitig weniger der Lebensweltorientierung gerecht werden. Weis (2016: 52–55) fordert stattdessen dazu auf, alternative Anbieter für herkömmliche Dienste zu nutzen. So können anstatt WhatsApp andere Messengerdienste genutzt werden wie Signal oder Threema, die einen höheren Schutz von Daten anbieten und Jugendliche dazu angeregt ihre Nutzungsweisen zu überdenken. Rösch (2018: 27–28) ist außerdem der Ansicht, dass Open-Source-Tools eine große Chance für die OKJA darstellen. Diese werden nicht von großen Anbietern bereitgestellt, sondern von einer breiten Masse bearbeitet und bieten mehr Möglichkeiten zur Mitgestaltung. Gleichzeitig betont er, dass dies nicht gegen die Lebensweltorientierung gesetzt werden sollte, da trotz der Ergänzung mit Open-Source-Tools die kommerziellen Anbieter die Jugendliche nutzen nur bedingt ersetzt werden können. Hier benötigt es klare erarbeitete Leitlinien zum Datenschutz für die OKJA (Voigts und Blohm 2022: 62). „Bei der Entscheidung für eine App [oder einen anderen digitalen Dienst] muss gründlich zwischen Beliebtheit und Sicherheit abgewogen und die Nutzung im Verhältnis zur beabsichtigten Wirkung erwogen werden" (Stix 2022: 29).

6.9 Zwischenfazit

Im Theorieteil wurde erarbeitet, dass die Charakteristik eines digitalen Angebots vor allem von dem verwendeten Medium abhängig ist. Dieses wird wiederrum durch seine Immersion, seine bereitgestellten Kommunikationskanäle, seine mögliche Zeitunabhängigkeit, seinen eröffneten Handlungsspielraum und ob es Anonymität ermöglicht charakterisiert.

Außerdem wurden einige vereinfachte Thesen in Bezug auf digitale Angebote aufgestellt:

- Durch digitale Angebote wird die OKJA ihrem eigenen Prinzip der Lebensweltorientierung besser gerecht.
- Durch digitale Angebote kann die OKJA ihre erreichte Zielgruppe vergrößern.
- Digitale Angebote sind niederschwellig zugänglich.

- Digitale Angebote fördern Teilhabe in der OKJA.
- Anonymität unterstützt den niederschwelligen Zugang zu digitalen Angeboten.
- Durch digitale Angebote werden benachteiligte Jugendliche ausgegrenzt.
- Digitale Angebote können Partizipationsmöglichkeiten für Jugendliche eröffnen.
- Digitale Angebot müssen gemeinsam mit Jugendlichen entwickelt werden.
- Digitale Angebote sind unpersönlich.
- Digitale Angebote eröffnen weniger Erprobungsräume.
- In digitalen Angeboten findet Beziehungsgeschehen verändert statt.
- In digitalen Angeboten ist es schwieriger Beziehungsarbeit zu machen.
- Digitale Angebote bedeuten für Fachkräfte einen höheren Aufwand.
- Medienbildung von Fachkräften ist eine wichtige Grundlage für digitale Angebote.
- Technische und personelle Ressourcen sind essenziell für digitale Angebote.
- Durch digitale Angebote können Medienkompetenzen vermittelt werden.
- Digitale Angebote sind als Ergänzung zu analogen Angeboten zu sehen.
- Datenschutz ist eine große Hürde für digitale Angebote.

Im folgenden Forschungsteil der Arbeit werden unter anderem diese Thesen differenziert überprüft.

7 Methodik

Im Folgenden wird die Methodik der quantitativen Erhebung dargestellt und begründet. Dazu werden zuerst das Forschungsdesign und dann der entwickelte standardisierte Fragebogen vorgestellt.

7.1 Forschungsdesign

Das Ziel der Forschung ist es, herauszufinden wie Fachkräfte in der OKJA digitale und analoge Angebote bewerten und welche Erfahrungen sie damit gemacht haben, um darauf aufbauend Aussagen zur Forschungsfrage dieser Arbeit treffen zu können und Chancen und Grenzen von digitalen Angeboten abzuleiten. Eine standardisierte Befragung von Fachkräften erschien sinnvoll, um Einstellungen, Perspektiven und Visionen dieser abzufragen (Borg 2022: 1193). Außerdem werden Hypothesen, die sich aus dem Theorieteil dieser Arbeit ergeben haben überprüft (Stein 2022: 144). Die Befragung wurde als Online-Erhebung durchgeführt. Diese Methode wurde gewählt, um einen niederschwelligen Zugang zu ermöglichen und so einen hohen Rücklauf zu erzielen. Außerdem bietet die Online-Erhebung eine gute interaktive Visualisierung von Zustimmungs-Skalen (Wagner-Schelewsky und Hering 2022: 1052). Für die Befragung wurde das Online-Tool „unipark“ genutzt, welches ermöglicht eine Online-Umfrage

durchzuführen und eine Export-Funktion der Daten für die Statistik Software IBM SPSS bereitstellt.

Das Sampling waren 56 Jugendhäuser in Baden-Württemberg, deren Fachkräfte kontaktiert wurden. Von diesen gehören 35 zur Stuttgarter Jugendhausgesellschaft (STJG) und 21 zum Stadtjugendausschuss in Karlsruhe (STJA). Da es in diesem Bereich keinen bereits existierenden Fragebogen gibt, der verwendet werden konnte oder Vergleiche mit bestehenden Ergebnissen ermöglicht, wurde ein neuer standardisierter Fragebogen entwickelt.

Im Fragebogen wurden Items mit einer Zustimmungsskala verwendet. Dabei ist zu beachten, dass nicht die genaue Meinung der Fachkräfte abgefragt wird, sondern nur die Zustimmung zu einer vorformulierten Aussage. Für die Erhebung wurde eine 7-er Skala verwendet, die von „stimme gar nicht zu“ bis „stimme voll zu“ eine Einordnung des eigenen Standpunktes ermöglicht (Reinecke 2022: 953). So sollen die Fachkräfte einerseits bei teilweise komplexen Items die Möglichkeit haben ihre Schwierigkeit in der Beantwortung in der mittleren Kategorie auszudrücken und andererseits genug Möglichkeiten, um sich selbst zu positionieren. Durch die Einheitlichkeit wird außerdem eine schnelle Beantwortung ermöglicht (Borg 2022: 1197; Franzen 2022: 1121). In der Auswertung werden dann die Skalenabschnitte 1-3 (keine Zustimmung) und 5-7 (Zustimmung) weitestgehend summiert. Außerdem wurden offene Fragen ergänzend eingesetzt, um ein genaueres Bild der Meinungen zu erhalten und blinde Punkte der Befragung, die durch die vorformulierten Items entstehen, aufzudecken. Des Weiteren sollte dadurch die Motivation der Befragten hoch gehalten werden (Züll und Menold 2022: 1128; Reinecke 2022: 953). Der Fragebogen wurde in einem Pretest getestet (Reinecke 2022: 951).

Die Auswertung der Ergebnisse wurde mit der Statistik Software IBM SPSS durchgeführt. Dabei wurden vor allem deskriptive Statistiken verwendet. Detailliertere Analysen, wie beispielsweise eine Korrelationsanalyse erschien aufgrund des geringen Stichprobenumfangs (N=45) als unangebracht (Richter, Paier und Reiger 2021: 171-173; 189-191). Für die Auswertung der offenen Fragen wurde teilweise eine Codierung der Antworten durchgeführt (Lück und Landrock 2022: 522).

7.2 Fragebogen

Der komplette Fragebogen ist in Anhang 1 zu sehen. Bei der Entwicklung des Fragebogens stand das Ziel im Mittelpunkt, dass dieser mit einem Zeitaufwand von zehn Minuten von Fachkräften ausgefüllt werden kann und verschiedene Perspektiven beleuchtet. Eingeleitet wird er mit einem Hinweis auf das Forschungsinteresse und auf die Verwendung der Daten, für die eine Zustimmung erbeten wird. Danach gliedert sich der Fragebogen in fünf Abschnitte, die die Befragung thematisch gliedern und ein breites Bild auf digitale Angebote ermöglichen sollen (Fietz und Friedrichs 2022: 1084). Der erste Teil des Fragebogens erhebt, in welchen Bereichen die Fachkräfte Erfahrungen mit digitalen Angeboten haben und wie sie ihre eigene Kompetenz in diesem Bereich einschätzen. Dadurch wird festgestellt, auf welcher Grundlage diese den Fragebogen ausfüllen. Der zweite Abschnitt beschäftigt sich mit der Meinung von Fachkräften zu digitalen Angeboten und Hinderungsgründen ihrerseits, digitale Angebote durchzuführen. Im dritten Abschnitt werden die Fachkräfte zu ihrer Einschätzung zum Verhältnis von digitalen und analogen Angeboten befragt. Im vierten Abschnitt geht es um die Erfahrungen der Jugendlichen die digitalen Angebote der Fachkräfte nutzen. Abschließend werden im fünften Abschnitt soziodemografische Rahmendaten erhoben (Alter, Geschlecht, Dienstjahr, Stellenumfang), den Befragten gedankt und sonstige Anmerkungen in einer offenen Frage erbeten, damit die Fachkräfte alles noch nicht Beschriebene loswerden können (Fietz und Friedrichs 2022: 1084).

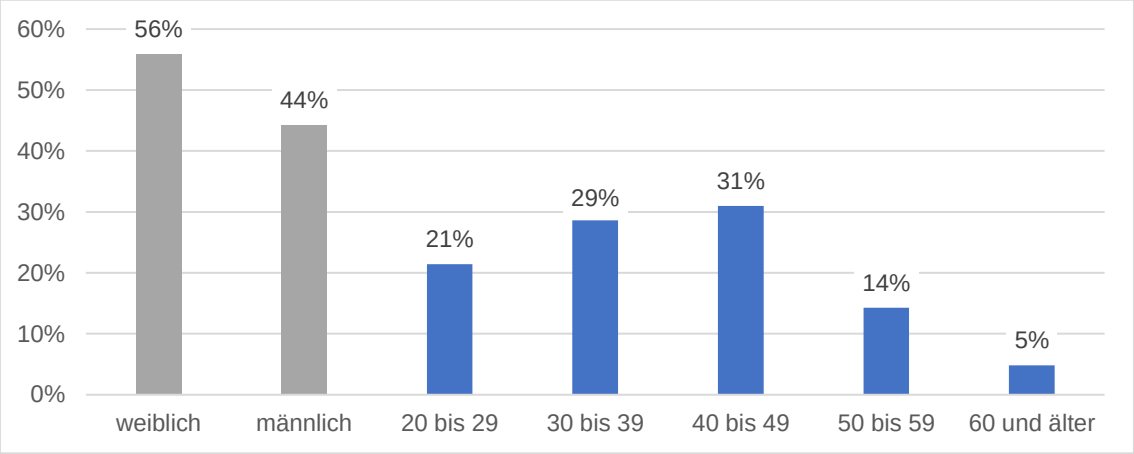
8 Auswertung und Interpretation

Insgesamt wurden in der Befragung 56 Jugendhäuser kontaktiert, die alle in einem städtischen Gebiet verortet sind. Die Umfrage wurde 100-mal angeklickt und von 45 Personen bis zum Ende durchgeführt. Diese 45 Teilnehmenden bieten die Grundlage für alle quantitativen Aussagen. Die Fallzahl zwischen Fragen kann variieren, wenn diese nicht von allen Befragten ausgefüllt wurden (Missing Values). Bei den jeweiligen Auswertungen wird die Fallzahl mit „N=“ angegeben. Genauere Auswertungsdaten sind im Anhang zu sehen, entweder wird im Folgenden auf diese direkt verwiesen oder sie sind anhand der Itemcodes zu finden. Ausgenommen sind aus Datenschutzgründen die demografischen Daten. Die Freitextantworten wurden anonymisiert.

8.1 Rahmendaten zu den befragten Fachkräften

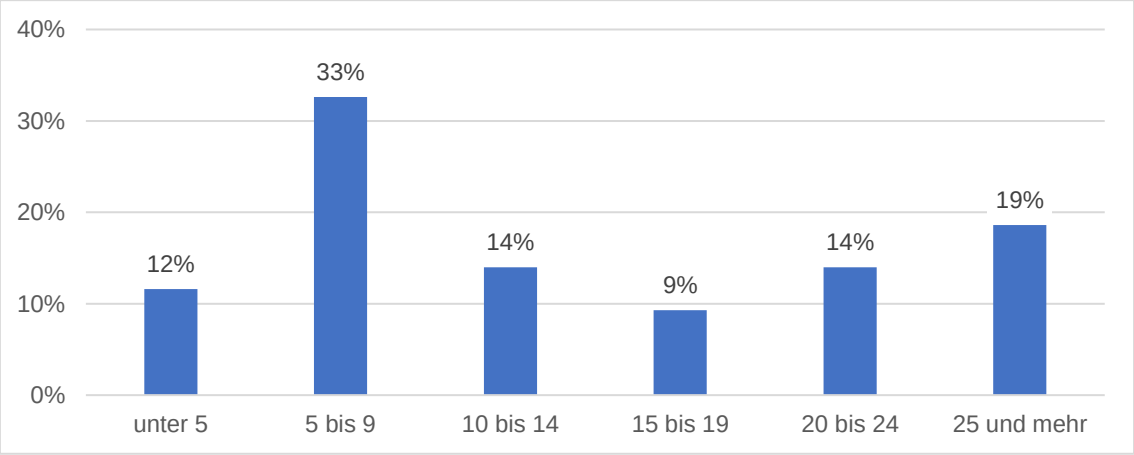
Zunächst werden einige Rahmendaten zu den befragten Fachkräften dargestellt, die bei der weiteren Auswertung berücksichtigt werden müssen. In Abbildung 4 sind das Alter und Geschlecht der befragten Fachkräfte zu sehen.

Abbildung 4: Geschlecht (N=43) und Alter (N=42) der befragten Fachkräfte



Das durchschnittliche Alter der Fachkräfte liegt bei etwa 40 Jahren. Weibliche Fachkräfte sind mit 56% vertreten. Die demografischen Daten entsprechen in etwa den in Kapitel 3.4 festgestellten Durchschnittswerten für Fachkräfte in der OKJA in Deutschland. Pothmann und Thole (2021: 114) geben einen weiblichen Anteil von 58% (hier 56%) und einen Anteil von 48% ab 40 Jahren (hier 50%) an. Außerdem wurden die Dienstjahre und der Stellenumfang der Fachkräfte erhoben.

Abbildung 5: Aktuelles Dienstjahr der befragten Fachkräfte (N=43)

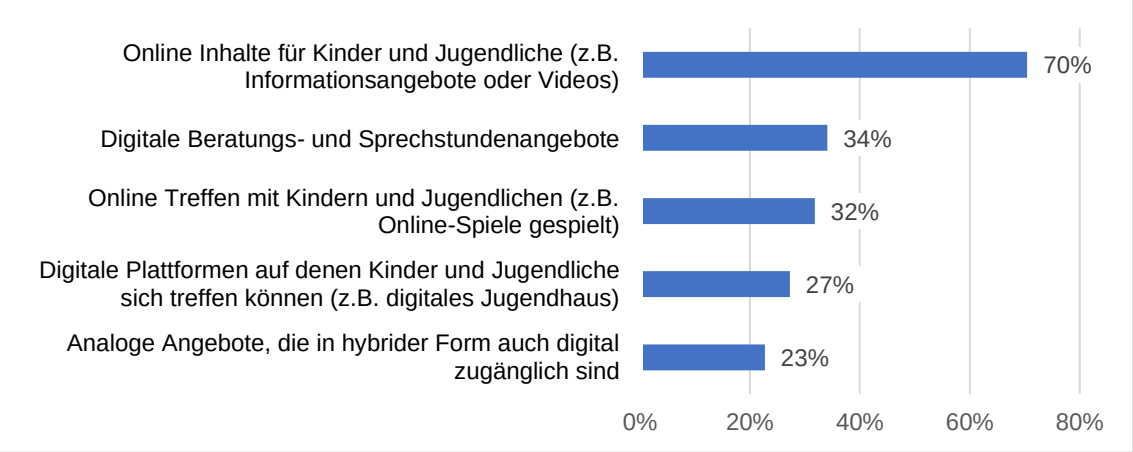


Die Fachkräfte wurden gebeten, alle begonnenen Dienstjahre in der OKJA mitzuzählen. Dabei ergab sich eine Spanne von 3 bis 42 Jahren, durchschnittlich ist eine befragte Fachkraft im 15. Dienstjahr. Dies zeigt ein hohes Maß an Erfahrung bei den Fachkräften, es waren keine Berufsanfänger*innen vertreten, die 2 Jahre oder weniger in der OKJA tätig sind. Der durchschnittliche Stellenumfang der Befragten beträgt 89% einer Vollzeitstelle, wobei die Fachkraft mit dem geringsten Umfang zu 65% arbeitet.

8.2 Erfahrungen der Fachkräfte und Angebotsvielfalt

Die Fachkräfte wurden in der Erhebung gebeten, ihre Erfahrung mit bestimmten Kategorien von digitalen Angeboten einzuschätzen (siehe auch Anhang 2). In Abbildung 6 ist ersichtlich, mit welchen Angebotstypen sich die Fachkräfte erfahren fühlen. Außerdem sollten sie die digitalen Angebote, mit denen sie Erfahrung haben, kurz beschreiben. In den Freitextantworten zeigt sich, dass viele Erfahrungen in der Corona-Pandemie gemacht wurden und an einigen Stellen weiterhin digitale Angebote durchgeführt werden.

Abbildung 6: Erfahrung mit digitalen Angeboten der Fachkräfte (N=44)



Die meisten Fachkräfte (70%) haben bereits online Inhalte für und mit Jugendlichen geteilt. Es wurde beschrieben, dass sie beispielsweise Instagram nutzen und während der Corona-Pandemie Videos produziert haben. Auffällig ist in den offenen Antworten, dass viele Fachkräfte Social Media vor allem zur Werbung für ihre Angebote nutzen. Dies wurde von einigen im Bereich digitales Angebot verortet. Die Öffentlichkeitsarbeit ist nach der Definition in dieser Arbeit jedoch kein digitales Angebot, da digitale Medien hier nur als Werkzeug und nicht als Aktivität eingesetzt werden (siehe Kapitel 5.1).

Circa ein Drittel der Fachkräfte ist erfahren mit digitalen Beratungs- und Sprechstundenangeboten. Hier wurde beschrieben, dass sie Beratung über Chat-Funktionen anbieten oder online Sprechzeiten eingerichtet haben. Ebenfalls ein Drittel der Fachkräfte ist erfahren mit online Treffen mit Kindern oder Jugendlichen. Es wurden verschiedene Angebote beschrieben: Gaming Angebote, „discord-spieltreff“, „Live Cooking“ oder „digitale Bastel[…]angebote“. Ein Viertel der Fachkräfte hat Erfahrung mit digitalen Plattformen, darunter Angebote wie „Discord-Jugendhaus“ oder die „Einrichtung und Pflege eines Minecraft-Server mit und durch die Jugendlichen“. Knapp ein weiteres Viertel der Fachkräfte hat Erfahrung mit hybriden Angeboten, also analogen

Angeboten, die auch digital zugänglich gemacht werden. Hier wird von einer Fachkraft beschrieben, dass Versuche mit hybriden Angeboten nicht angenommen wurden.

Die Fachkräfte wurden außerdem gebeten ihre eigene Kompetenz in Bezug auf digitale Angebote einzuschätzen. Durchschnittlich schätzen die Fachkräfte ihre Kompetenz auf einer Skala von 1 bis 10 bei 6,5 ein. Etwa die Hälfte schätzte ihre Kompetenz bei 7 oder 8 ein. Eine detailliertere Darstellung ist in Anhang 4 zu sehen.

8.3 Ziele von digitalen und analogen Angeboten

In der Theorie verfolgt die digitale Jugendarbeit die gleichen Ziele wie die OKJA allgemein. Welche Ziele in der Praxis tatsächlich mit digitalen und analogen Angeboten verfolgt werden, wurde mit den folgenden Items untersucht.

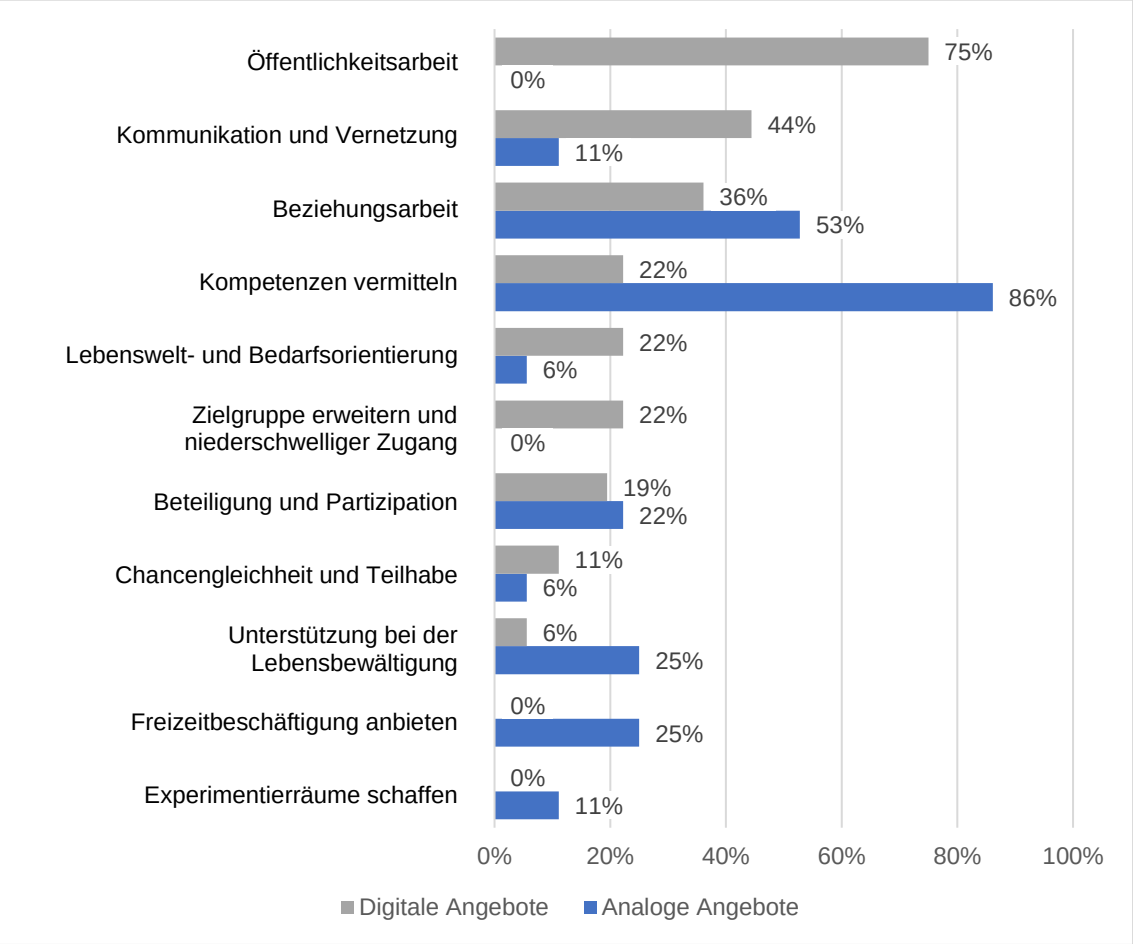
Tabelle 3: Item: Unterschiedliche Ziele in digitalen und analogen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C02: Die Ziele in meiner Arbeit mit digitalen Angeboten unterscheiden sich von denen mit analogen Angeboten. (N=44)	39%	14%	48%

Hinweis: Die Items werden jeweils mit dem Itemcode eingeleitet. Im Anhang lassen sich damit die genauen Ergebnisse finden. Z.B. befindet sich für das Item „C02“ die Ergebnisse in Anhang 9: „Auswahlantworten Items C01-C09“. Dies gilt entsprechend für die folgenden Grafiken dieser Art.

48% der Fachkräfte sind der Ansicht, dass sie mit digitalen und analogen Angeboten unterschiedliche Ziele verfolgen. Die Fachkräfte sollten für digitale und analoge Angebote jeweils drei Ziele benennen, die sie damit primär verfolgen. Nach einer Codierung der Nennungen ist das Ergebnis in Abbildung 7 zu sehen (siehe auch Anhang 10). Nicht alle Fachkräfte haben alle Ziele benannt. Insgesamt wurde von 36 Fachkräften mindestens ein Ziel angegeben, deshalb wurde zur Berechnung der Prozente ein Stichprobenumfang von N=36 zugrunde gelegt.

Abbildung 7: Ziele von digitalen und analogen Angeboten (N=36)



Wie bereits festgestellt, zeigt Abbildung 8, dass sich die primären Ziele von digitalen und analogen Angeboten durchaus unterscheiden. Digitale Angebote sind für den Großteil der Fachkräfte (75%) vor allem Teil der Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem verfolgen sie damit das Ziel der Kommunikation und Vernetzung (44%) sowie der Beziehungsarbeit (36%). Diese Ergebnisse verdeutlichen erneut, dass Fachkräfte Öffentlichkeitsarbeit als digitales Angebot eingeordnet haben. Demnach betrachten sie digitale Medien vor allem als Werkzeug und nicht als Aktivität, wie es für ein digitales Angebot erforderlich ist.

Der Stichprobenumfang bei dieser Frage lässt vermuten, dass es den Fachkräften schwerfiel, mehr als zwei Ziele ihrer digitalen Angebote zu formulieren. Während die ersten beiden Ziele von digitalen Angeboten von 36 bzw. 35 Personen angegeben wurden, wurde das dritte Ziel nur noch von 28 Personen genannt. Bei den analogen Angeboten wurden alle Ziele von 34-36 Personen angegeben, obwohl diese im Fragebogen weiter hinten angeordnet waren, was tendenziell mit einer schwindenden Motivation der Befragten einhergeht.

22% der Fachkräfte geben an, dass digitale Angebote der Zielgruppenerweiterung dienen. Dies wird auch durch ein Item im Fragebogen bestätigt, wonach 89% der Fachkräfte sagen, dass die digitalen Angebote dazu dienen sollen, Kinder und Jugendliche für ihre Einrichtung und Angebote zu interessieren. Jugendliche bilden meistens im digitalen Raum ihre alltäglichen Sozialräume ab und eine Erweiterung des Sozialraums findet nur begrenzt statt. Da Sozialräume, die in der realen Welt normalerweise getrennt sind, im digitalen Raum überlappen, kann die OKJA mit digitalen Angeboten die Sozialräume ihrer Besucher*innen ansprechen und so auf ihre Einrichtung aufmerksam machen. Digitale Angebote sind dann ein guter niederschwelliger Zugang zur OKJA.

Tabelle 4: Item: Digitale Angebote zur Erreichung der Zielgruppe

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
B04: Digitale Angebote sollten dazu dienen, Kinder und Jugendliche für unsere Einrichtung und unsere Angebote zu interessieren. (N=44)	0%	11%	89%

Bei analogen Angeboten stehen hingegen die Ziele im Vordergrund, Kompetenzen zu vermitteln (86%), Beziehungsarbeit zu leisten (53%) sowie Unterstützung bei der Lebensbewältigung (25%) und Freizeitbeschäftigung (25%) zu bieten. Von den Fachkräften wurden in analogen Angeboten eher Ziele genannt, die allgemein der OKJA zugeordnet werden. Den digitalen Angeboten werden dagegen hauptsächlich funktionale Ziele zugeordnet, die die allgemeine Arbeit unterstützen. Dass digitale Angebote einen Selbstzweck haben, rückt dabei in den Hintergrund.

Tabelle 5: Items zur Komeptenzvermittlung in analogen und digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C06: In analogen Angeboten können Kinder und Jugendliche mehr soziale Kompetenzen erlangen. (N=44)	23%	11%	66%
D08: Kinder und Jugendliche erwerben Medienkompetenzen durch unsere digitalen Angebote. (N=42)	12%	12%	76%

Die Kompetenzvermittlung wird in digitalen Angeboten nur von 22% der Fachkräfte als Ziel genannt. Allerdings bejahen 76% der Fachkräfte, dass ihre Angebote Medienkompetenzen an die Zielgruppe vermitteln. Dabei ist das Ziel Jugendliche im digitalen Raum nicht allein zu lassen. Eine Fachkraft schreibt dazu: *„Digitale Angebote der OKJA können Jugendliche im Reflektionsvermögen des Umgangs mit Medien fördern“* (Item B11). Genauso wie in analogen Angeboten werden durch digitale Angebote Kompetenzen vermittelt, dass sich diese zumindest teilweise von den in

analogen Angeboten vermittelten Kompetenzen unterscheiden oder einen anderen Fokus haben, ist sinnvoll. So tragen digitale Angebote dazu bei, dass Kinder und Jugendliche Medienkompetenzen erreichen und damit wichtige Kompetenzen für die Lebensbewältigung erlangen. Analogen Angeboten wird dagegen von 66% der Fachkräfte eine höhere Chance für die Vermittlung von sozialen Kompetenzen zugesprochen. Hier zeigt sich erneut, dass die verschiedenen Angebotsformen sich ergänzen und in Kombination Jugendliche besser bei der Erlangung von wichtigen Kompetenzen unterstützen, die für den „virealen“ Alltag relevant sind.

8.4 Rolle von digitalen Angeboten

Die Fachkräfte wurden zu ihrer allgemeinen Einschätzung zur Nutzung digitaler Angebote befragt. 73% von ihnen sind der Ansicht, dass digitale Angebote ein Standard in der OKJA sein sollten. Im Verhältnis zu analogen Angeboten, zeigt die Befragung aber ebenfalls, dass digitale Angebote ohne Kombination mit einem analogen Angebot nicht ihre Wirkung entfalten. So sind 80% der Fachkräfte der Ansicht, dass digitale Angebote als Ergänzung zu analogen Angeboten zu sehen sind und 68% meinen, dass analoge Angebote nicht durch digitale ersetzt werden können. Wie in dieser Arbeit bereits festgestellt wurde, können nicht alle Chancen von analogen auch in digitalen Angeboten erreicht werden, etwa dass Bieten von Schutzräumen ist digital schwer umsetzbar (siehe Kapitel 5.2). Eine Fachkraft schreibt: *„Die Öffnung des Hauses steht bei uns immer im Vordergrund, weil wir für viele Besucher das Wohnzimmer sind (zudem auch ein Flucht- und Erfahrungsraum) und das geht nur mit persönlicher Anwesenheit und Zuverlässigkeit der Hausöffnung“* (Item B11). Gleichzeitig haben digitale Angebote Chancen, die durch analoge nicht wahrgenommen werden können (z.B. Niederschwelligkeit, Beziehungspflege, einfache Kommunikation, usw.). Digitale Angebote können theoretisch überregional stattfinden durch ihre Ortsunabhängigkeit, allerdings verlieren sie dann Anschluss an die regionalen Einrichtungen.

Tabelle 6: Items zur Rolle von digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
B01: Digitale Angebote sollten ein Standard in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit sein. (N=44)	23%	5%	73%
B03: Analoge Angebote können nicht durch digitale ersetzt werden. (N=44)	14%	18%	68%
C01: Digitale Angebote sind als Ergänzung zu den analogen Angeboten zu sehen. (N=44)	9%	11%	80%
B02: Ich glaube, digitale Angebote sind eine Gefahr für die Offene Kinder- und Jugendarbeit. (N=44)	71%	23%	7%
D01: Digitale Angebote finden die meisten Kinder und Jugendlichen unnötig. (N=43)	56%	35%	9%

Da Jugendliche selbst nicht zwischen digitalem und analogem Raum unterscheiden, sollten diese beiden Angebotsformen nicht getrennt voneinander bedacht werden. Eine Fachkraft schreibt: *„Ich finde es schwierig, digitales von nichtdigitalem zu unterscheiden, auch in der Sozialen Arbeit. Wenn wir weiterhin diese Schere im Kopf haben, werden wir uns von unserer Zielgruppe entfernen“* (Item E06). Es gilt also, nicht nur Angebote im analogen und digitalen Raum durchzuführen, sondern den „virealen“ Raum wahrzunehmen, wie er ist und beide Formen zu verschmelzen.

Bei einer Minderheit der Fachkräfte werden digitale Angebote als gefährlich eingestuft (7%). 9% sagen außerdem, dass die Kinder und Jugendlichen in ihren Einrichtungen digitale Angebote unnötig finden. Diese Werte lassen darauf schließen, dass digitalen Angeboten in den meisten Fällen ein gewisser Wert zugemessen wird und sie eine Daseinsberechtigung haben.

8.5 Offenheit in und Rahmenbedingungen von digitalen Angeboten

Wie in Abbildung 7 zu sehen ist, berichten 22% der Fachkräfte, dass ein Ziel ihrer digitalen Angebote die Erweiterung der Zielgruppe und die Ermöglichung eines niederschwelligen Zugangs ist. Dazu wurden im Fragebogen drei Items aufgenommen:

Tabelle 7: Items zur Niederschwelligkeit und Reichweite digitaler Angebote

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C07: Durch digitale Angebote erreichen wir junge Menschen, die wir durch analoge Angebote nicht erreichen. (N=44)	18%	9%	73%
D02: Die Kinder und Jugendlichen schätzen den einfachen Zugang zu digitalen Angeboten. (N=42)	10%	21%	69%
B06: Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit Kinder und Jugendliche in der Breite erreicht. (N=44)	11%	11%	77%

73% der Fachkräfte stimmen der Aussage zu, dass sie durch digitale Angebote zusätzliche junge Menschen erreichen, die sie durch analoge Angebote nicht erreichen. Außerdem sind 69% der Ansicht, dass Kinder und Jugendliche den einfacheren Zugang zu digitalen Angeboten schätzen. Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die OKJA das Prinzip der Offenheit durchsetzt. Für eine gute Offenheit ist ein niederschwelliger Zugang essenziell. Außerdem ist die OKJA an alle Kinder und Jugendlichen gerichtet, durch digitale Angebote wird diese Aufgabe besser erreicht. 77% der Fachkräfte stimmen der Aussage zu, dass digitale Angebote dazu beitragen, dass die OKJA Kinder und Jugendliche in der Breite erreicht. Eine Fachkraft fordert für die Zukunft der OKJA: *„Eine gute Mischung von analog und digital, das […] die Kinder und Jugendliche erreicht*

werden können, die entweder digital unterwegs sind aber auch die die kein Geld haben für Smartphone Internet usw" (Item B11).

Niederschwelligkeit ist eine wichtige Grundlage, damit die OKJA ihre Zielgruppe erreicht. Allerdings ist sie keine Garantie dafür, dass Jugendliche die Angebote der OKJA wahrnehmen: *„Unsere Besucher haben nur spärlich an unseren digitalen Angeboten teilgenommen, obwohl wir den Zugang so leicht wie möglich gemacht haben"* (Item D10).

Der niederschwellige Zugang zu digitalen Angeboten lässt vermuten, dass digitale Angebote Inklusion fördern, da sie zumindest Barrieren in Bezug auf Räumlichkeiten abbauen. Die Antworten auf das Item „Digitale Angebote fördern die Teilhabe von benachteiligten Kindern und Jugendlichen an unseren Angeboten", zeigen eine breite Streuung auf.

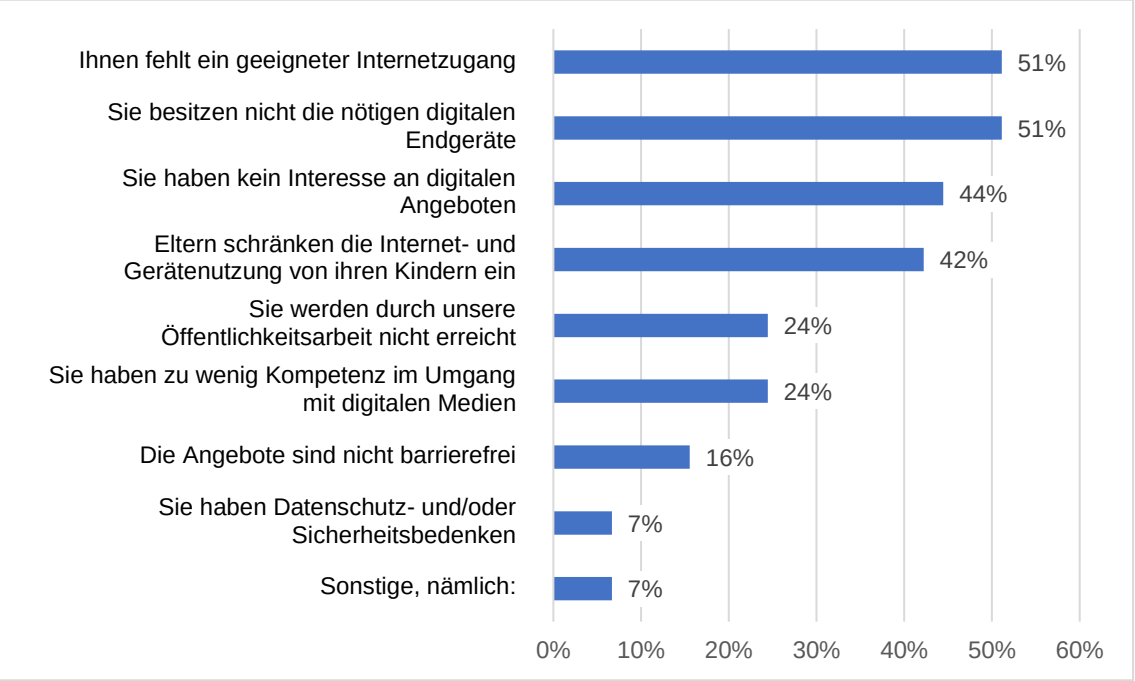
Tabelle 8: Item: Teilhabe in digitalen Angeboten

Item	**Nein (1,2,3)**	**Mitte (4)**	**Ja (5,6,7)**
B08: Digitale Angebote fördern die Teilhabe von benachteiligten Kindern und Jugendlichen an unseren Angeboten. (N=44)	34%	21%	46%

Diese Aussage pauschal mit Ja oder Nein zu beantworten, würde der Komplexität und der Vielfalt von digitalen Angeboten nicht gerecht werden. Eine Schwierigkeit ist außerdem, dass das Wort Teilhabe nicht nur auf Inklusion, sondern auch auf Partizipation bezogen werden kann, also nicht ganz trennscharf ist. Dennoch lässt sich festhalten, dass es Fachkräfte gibt, die die Erfahrung gemacht haben, dass digitale Angebote Teilhabe fördern können, dies aber nicht für alle digitalen Angeboten gilt. Eine Fachkraft berichtet, dass sie einen digitalen Bereich auf Discord eingerichtet hat, der vor allem von Menschen mit Behinderung genutzt wurde (Item A06). Eine weitere Fachkraft beschreibt, dass sie digitale Angebote nutzt, um Jugendlichen im Krankheitsfall einen Zugang zu den Angeboten des Jugendhauses zu ermöglichen (Item B11).

Ein weiterer Grund für die ambivalente Beantwortung des Items könnte sein, dass zwar physische Barrieren abgebaut werden, dafür aber neue Barrieren entstehen, insbesondere für Jugendliche mit niederem sozialem Status. In der Umfrage wurden die Fachkräfte außerdem aufgefordert die Hinderungsgründe auszuwählen, die in ihrer Einrichtung schon einmal dafür gesorgt haben, dass Jugendliche nicht an digitalen Angeboten teilnehmen. Diese sind in Abbildung 8 zu sehen (siehe auch Anhang 13).

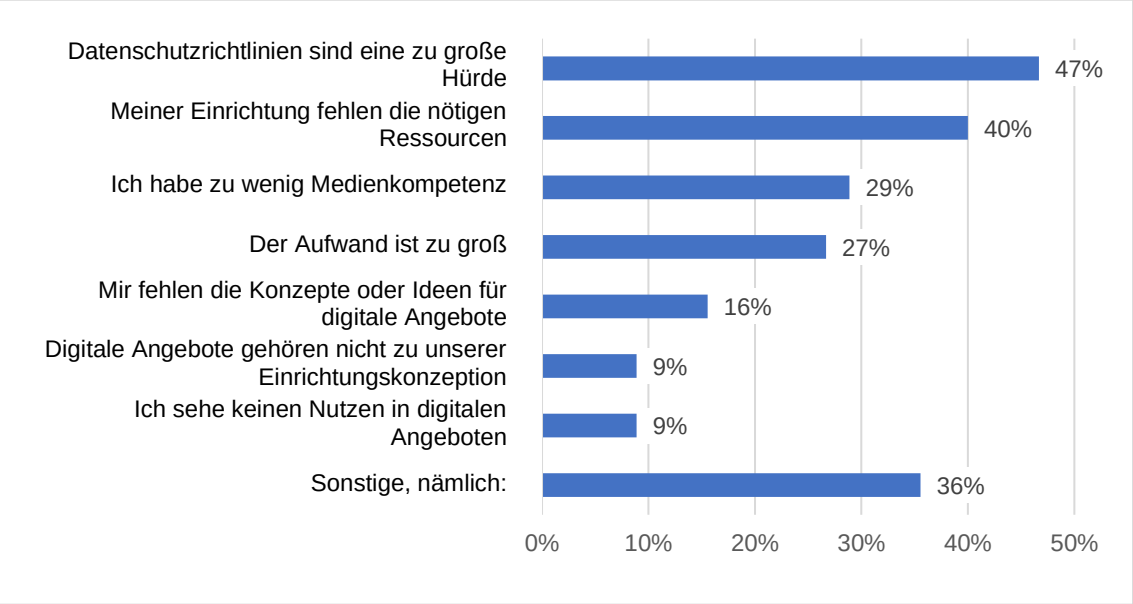
Abbildung 8: Hinderungsgründe für die Teilnahme an digitalen Angeboten (N=45)



Gut die Hälfte der Fachkräfte hat die Erfahrung gemacht, dass ein fehlender Internetzugang und fehlende Endgeräte den Zugang zu digitalen Angeboten eingeschränkt haben. Diese Abfrage ist kein genauer Indikator dafür, wie ausgeprägt die Hinderungsgründe sind, da eine Fachkraft diese auswählen konnte, sobald es in ihrer Einrichtung eine Person gab, auf die dieser Grund zutraf. Wie viele Jugendliche tatsächlich betroffen sind kann daraus nicht abgeleitet werden. Trotz der in Kapitel 2.2 festgestellten hohen Geräteverfügbarkeit und hohen Mediennutzung, scheint diese Barriere aufzutreten. In der Umfrage wurde nicht trennscharf zwischen den Altersgruppen unterschieden, weshalb es möglich ist, dass diese Hinderungsgründe vor allem bei jüngeren wahrgenommen wurden, die eine geringere Geräte- und Mediennutzung aufzeigen. Die Ungleichheit des „digital Divides“ bezieht sich vor allem auch auf Medienkompetenzen. Fehlende Medienkompetenzen wurden nur von ca. einem Viertel der Fachkräfte als Hinderungsgrund zur Teilnahme an ihren Angeboten wahrgenommen. 44% haben die Erfahrung gemacht, dass fehlendes Interesse an digitalen Angeboten besteht und 42%, dass Eltern die Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen einschränken. Nur 7% haben bemerkt, dass Datenschutzbedenken eine Rolle spielen. Dieser geringe Wert unterstützt die Feststellung, dass Jugendliche damit eher pragmatisch umgehen und macht es umso wichtiger, dass die OKJA reflektiert damit umgeht.

Die Hinderungsgründe auf Seiten der Fachkräfte zeigen eine andere Sichtweise auf. Sie sind in Abbildung 9 zu sehen (siehe auch Anhang 7).

Abbildung 9: Hinderungsgründe für die Durchführung digitaler Angebote (N=45)



Die Abfrage zeigt, dass Datenschutzrichtlinien bei den Fachkräften eine wichtigere Rolle spielen als bei den Jugendlichen. Sie sind mit 47% die höchste Hürde bei der Durchführung digitaler Angebote. Eine Fachkraft schreibt dazu:

„es ist schwierig, da ich als pädagogische Fachkraft auch Storys von vielen Jugendlichen oder Teenies sehe, die nicht sehr angebracht oder legal sind. Wie gehe ich damit um? Keiner sagt mir, wie ich da handeln soll. Bsp. Ein Jugendlicher postet in seiner Story Drogen. Am nächsten Tag kommt er zu uns ins KJH. Gehe ich auf ihn zu und spreche es an? […] wenn ich jetzt Polizei spiele, was die Jugendlichen posten, kommentieren etc. ist das ein großer Schritt in denen ihre Privatsphäre“ (Item B021).

Die Fachkraft spricht Problematiken im Bereich Datenschutz an, die teilweise bereits in Kapitel 6.8 diskutiert wurden. Bei dieser ethischen Diskussion fällt es schwer einheitliche Richtlinien festzulegen. Allerdings erscheint es notwendig, wie die Fachkraft selbst formuliert, dass einheitliche Regeln für die OKJA festgelegt werden und Einrichtungen einen Rahmen für ihre Angestellten schaffen. Gleichzeitig muss geklärt werden, inwiefern digitale Angebote dem §203 StGB zu Privatgeheimnissen unterliegen, der für alle Sozialarbeiter*innen gilt.

In Bezug auf die Rahmenbedingungen fehlen außerdem bei 40% der befragten Fachkräfte Ressourcen für digitale Angebote. Unter sonstigen Hinderungsgründen werden außerdem *„zeitliche und personelle Ressourcen“* und *„fehlende feste Zuständigkeiten“* angegeben. Genauer beschreibt eine Person: *„Kernproblem in der digitalen Arbeit sind nicht nur die Rahmenbedingungen, welcher stark eingeschränkt*

werden durch ortsbedingte Förderungen oder Geld- und Zeitressourcen, sondern die Weiterbildung der Fachkräfte und Aufgeschlossenheit von Sozialarbeitenden ist nicht immer gegeben" (Item D10). Eine andere Fachkraft schreibt: *„Es geht nicht darum, dass alle Angebote auf digital umgestellt werden. Sondern, dass ein Verständnis über und von dem Nutzen digitaler Angebote im Konzept der Einrichtungen verankert ist"* (Item B11).

Rahmenbedingungen, die ein entscheidendes Kriterium für die Qualität von digitalen Angeboten sind (siehe Kapitel 3.3), fehlen demnach an vielen Stellen. Es braucht erstens eine Einbindung digitaler Angebote in Einrichtungskonzeptionen, um so Platz im Arbeitsvertrag für digitale Angebote zu schaffen. Solange diese nicht konzeptionell festgehalten sind, haben Fachkräfte keine Grundlage und keine zeitlichen Ressourcen, um digitale Angebote durchzuführen. Zweitens benötigt es Leitlinien für Datenschutzregelungen. Drittens sind die nötigen technischen Ressourcen in Einrichtungen und viertens sind die Medienkompetenzen der Fachkräften eine Voraussetzung, 29% von ihnen sehen fehlende Medienkompetenz als Hinderungsgrund für digitale Angebote. Insbesondere bei älteren Mitarbeitenden ist dies eine Herausforderung: *„Gerade weil die älteren Mitarbeiter wenig Kontakt mit SocialMedia haben, können es nur überwiegend junge Mitarbeiter"* (Item B11). Hier sollten geeignete Schulungsformate geschaffen werden, wie das bereits im Digitalpakt der AGJF gefordert wird (siehe Kapitel 5.2). Fünftens müssen die Angebote politisch anerkannt und gefördert werden, wie von einer Fachkraft gefordert: *„Es fehlt die Anerkennung der Wichtigkeit dieser Angebote insbesondere durch politische Akteur:innen - Förderungen gibt es kaum und wenn dann nur zeitlich begrenzt"* (Item E06). Sechstens müssen die Angebote angemessen evaluiert werden, um ihre Qualität zu reflektieren und zu sichern: *„Digitale Angebote sollten eine dauerhafte Rolle in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit spielen. Wichtig ist aber auch die Überprüfung/Evaluation ob damit die gewünschten Zielgruppen erreicht werden"* (Item B11).

Tabelle 9: Item: Größerer Aufwand in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C03: Digitale Angebote sind für mich als Fachkraft mit mehr Aufwand verbunden als analoge Angebote. (N=44)	36%	32%	32%

Für das Nicht-Durchführen von digitalen Angeboten werden häufig Fachkräfte verantwortlich gemacht, da diese keine Lust hätten sie durchzuführen. Allerdings sind Fachkräfte an ihre Rahmenbedingungen gebunden. Nur circa ein Viertel der Fachkräfte beschreibt den hohen Aufwand als Hinderungsgrund für die Durchführung von digitalen

Angeboten und nur 9% sehen keinen Nutzen in digitalen Angeboten und führen sie deshalb nicht durch. Die Präferenzen von Fachkräften sind demnach keine Hauptursache für das Ausbleiben digitaler Angebote. Nur ein Drittel der Fachkräfte ist der Ansicht, dass digitale Angebote mit mehr Aufwand verbunden sind als analoge.

8.6 Partizipation in digitalen Angeboten

66% der Fachkräfte sind der Ansicht, dass digitale Angebote die Partizipation in der OKJA erhöhen. Nur 18% sind der Ansicht, dass digitale Angebote weniger Potenzial zur Mitgestaltung bieten als analoge Angebote. Das bedeutet, dass Partizipation grundsätzlich als Möglichkeit in digitalen Angeboten bewertet wird. Nur 52% geben an, dass ihre digitalen Angebote von Kindern und Jugendlichen tatsächlich mitgestaltet werden können. Ähnlich wie beim Thema Inklusion lässt sich hier sagen, dass digitale Angebote nicht pauschal als partizipativ oder nicht-partizipativ bezeichnet werden können und es von der jeweiligen Ausgestaltung des Angebots abhängt. Insofern ist festzuhalten, dass in digitalen Angeboten Partizipation möglich ist, genauso wie in analogen Angeboten, diese aber nicht von selbst entsteht.

Tabelle 10: Items zur Partizipation in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
B05: Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit von Kindern und Jugendlichen mitgestaltet wird. (N=44)	18%	16%	66%
C09: Digitale Angebote können von Kindern und Jugendlichen weniger mitgestaltet werden, als analoge Angebote. (N=44)	48%	34%	18%
D07: Kinder und Jugendliche haben die Chance unsere digitalen Angebote mitzugestalten. (N=42)	21%	26%	52%

8.7 Lebensweltorientierung in digitalen Angeboten

Die Lebensweltorientierung ist ein Kernargument für die Durchführung digitaler Angebote. Eine Fachkraft formuliert es so: *„Digitales ist Teil des Lebens und deshalb genauso Teil der OKJA“* (Item B11). Die Erhebung zeigt, dass 62% der Fachkräfte der Ansicht sind, dass Jugendliche durch digitale Angebote das Gefühl haben, dass die OKJA in ihrer alltäglichen Lebenswelt präsent ist. Digitale Angebote tragen somit dazu bei, die Lebensweltorientierung wahrzunehmen.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass analoge Angebote nicht genauso wichtig sind, um den Alltag der Jugendlichen zu erreichen. Nur 27% stimmen der These zu, dass sie durch digitale Angebote näher am Alltag von Jugendlichen sind als durch analoge Angebote. Genauso wie der Alltag im „virealen“ Raum stattfindet, muss die OKJA im „virealen“

Raum präsent sein. Digitale Angebote allein sorgen nicht für Lebensweltorientierung, sondern der analoge Alltag muss ebenso berücksichtigt werden.

Tabelle 11: Items zur Lebensweltorientierung in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
D03: Durch digitale Angebote haben Kinder und Jugendliche das Gefühl, dass unsere Einrichtung in ihrer alltäglichen Lebenswelt ist. (N=42)	19%	19%	62%
C05: Durch digitale Angebote schaffen wir es als Einrichtung näher im Alltag der Kinder und Jugendlichen zu sein als durch analoge Angebote. (N=44)	50%	23%	27%

8.8 Beziehung und Kommunikation in digitalen Angeboten

Im Theorieteil dieser Arbeit wurde bereits festgestellt, dass digitale Medien eine große Chance für Beziehung und Kommunikation bieten. Gleichzeitig bringen sie jedoch einen Wandel und veränderte Verhaltensmuster mit sich. 80% der Fachkräfte stimmen der allgemeinen Aussage zu, dass digitale Angebote es unterstützen Beziehungen mit Kindern und Jugendlichen zu pflegen. Die Niederschwelligkeit des Zugangs sowie die Orts- und Zeitunabhängigkeit sind vermutlich wesentliche Ursachen dafür. Eine Fachkraft schreibt dazu: *„Die Kinder und Jugendliche schaffen durch die digitale Vernetzung eine Basis, auch außerhalb unserer Einrichtung in Kontakt zu sein und zu bleiben“* (Item D10).

Tabelle 12: Item: Beziehungspflege in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
B07: Digitale Angebote unterstützen das Pflegen von Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen. (N=44)	11%	9%	80%

Neben diesem allgemeinen Votum besteht weniger Einigkeit darüber, wie die Qualität von Beziehungen im digitalen Raum ist. Einerseits bieten digitale Angebote oft Anonymität, die einen niederschwelligen Zugang zu schambesetzten Themen ermöglicht. Andererseits ist fragwürdig, inwiefern Anonymität eine gute Beziehungsarbeit einschränkt. 57% der Fachkräfte sind der Ansicht, dass sie von den Kindern und Jugendlichen geschätzt wird. 45% stimmen der Aussage zu, dass Kindern und Jugendlichen der persönliche Kontakt in digitalen Angeboten fehlt. Diese Items liefern keine eindeutigen Aussagen. Digitale Angebote, die immersiv sind und viele Kommunikationskanäle ermöglichen, können persönlicheren Kontakt herstellen als andere Angebote. Anonymität und andere Merkmale des digitalen Raums verändern die Interaktion und das Beziehungsgeschehen zwischen den Teilnehmenden sowie

zwischen Fachkräften und Teilnehmenden. Um den Bedürfnissen von Kindern und Jugendlichen gerecht zu werden, erscheint es sinnvoll verschieden Zugänge zu ermöglichen. Jugendliche, die Anonymität bevorzugen, sollten die Möglichkeit haben, anonym in Kontakt zu treten. Gleichzeitig muss in digitalen Angeboten reflektiert werden, wie Kommunikation gestaltet wird, Beziehungsarbeit möglich ist und authentische Begegnungen geschaffen werden können.

Tabelle 13: Items zur Anonymität in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
D04: Die Kinder und Jugendliche schätzen die größere Anonymität in digitalen Angeboten. (N=42)	14%	29%	57%
D05: Den Kindern und Jugendlichen fehlt der persönliche Kontakt in digitalen Angeboten. (N=42)	31%	24%	45%

66% der Fachkräfte stimmen der Aussage zu, dass es in digitalen Angeboten schwieriger ist Beziehungen aufzubauen. Obwohl digitale Angebote als Chance verstanden werden, Zielgruppen zu erweitern und neue Jugendliche zu erreichen, wird ihnen im Blick auf den Beziehungsaufbau ein geringerer Wert zugemessen. Dies stärkt die These, dass digitale Angebote allein nicht ihren vollen Wert entfalten. Ihre Stärke liegt vor allem in einem niederschwelligen Zugang, der es dann ermöglicht Jugendliche für die Einrichtung zu begeistern und dort Beziehungen zu vertiefen. Anschließend helfen sie, die Beziehung aufrechtzuerhalten. Wenn Fachkräfte das Gefühl haben, dass sie in digitalen Angeboten keine Beziehungen gestalten können und dies Kern ihrer Arbeit betrachten, werden digitale Angebote als anstrengend wahrgenommen.

Tabelle 14: Item: Beziehungsaufbau in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C04: In digitalen Angeboten ist es schwerer Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen aufzubauen. (N=44)	16%	18%	66%

Im Fokus der Erhebung standen ebenfalls die Beziehungen zwischen Jugendlichen, die als Ressource zur Lebensbewältigung gesehen werden können. Diese Beziehungen zu initiieren, scheint in digitalen Angeboten schwieriger als in analogen Angeboten zu sein. 52% der Fachkräfte sagen, dass in digitalen Angeboten weniger Interkation zwischen den Teilnehmer*innen stattfindet. Dadurch wird auch das Aufbauen von Beziehungen zwischen Jugendlichen erschwert. Die Frage danach, ob Kontakte zwischen Peers in digitalen Angeboten leichter geknüpft werden, wird breit gestreut beantwortet. Es ist zu vermuten, dass dieses Merkmal je nach digitalem Medium unterschiedlich ausgeprägt ist. Allgemein könnten die Charakteristika des digitalen Raums eine Ursache für

begrenzte Interaktion sein. In ihm können eigentliche alle Subjekte miteinander interagieren, aber in den meisten Fällen wird nur Gruppenkommunikation oder direkte Kommunikation zwischen zwei Subjekten ermöglicht. In digitalen Angeboten findet diese Interaktion vor allem in einer Gruppe statt oder direkt mit einer Fachkraft. Die direkte Interaktion zwischen Jugendlichen steht im Hintergrund beziehungsweise wird je nach Angebotsform und verwendetem Medium nur begrenzt ermöglicht.

Tabelle 15: Items zur Interaktion zwischen Jugendlichen in digitalen Angeboten

Item	Nein (1,2,3)	Mitte (4)	Ja (5,6,7)
C08: In digitalen Angeboten findet weniger Interaktion zwischen den Kindern und Jugendlichen statt. (N=44)	32%	16%	52%
D06: Kindern und Jugendlichen fällt es in digitalen Angeboten leichter Kontakte untereinander zu knüpfen. (N=42)	31%	36%	33%

Eine Fachkraft ist der Ansicht, dass gerade in der analogen Beziehungswelt die Chance der OKJA besteht: *„Da sich Kinder meistens in der digitalen Welt bewegen und austauschen, sollte das Kinder- Jugendhaus ein Ort sein, wo der soziale Austausch untereinander im Fokus steht“* (Item B021). Damit die OKJA zu einem Erprobungsraum im Sinne einer sozialpädagogischen Arena werden kann, muss diese Interaktion zwischen Jugendlichen ermöglicht werden. Wenn dies gelingt, dann können in digitalen Angeboten besser soziale Kompetenzen erlangt werden, die vor allem im Aushandeln mit anderen ausgebildet werden.

9 Fazit

In dieser Arbeit wurde die Forschungsfrage untersucht: „Welche Chancen und Grenzen haben digitale Angebote in der OKJA und wie können sie professionell eingesetzt werden?“ Die im theoretischen und empirischen Teil erarbeiteten Erkenntnisse sollen dazu im Folgenden kompakt dargestellt werden.

Zunächst wird dargestellt, wodurch digitale Angebote charakterisiert und kategorisiert werden können. Digitale Angebote sind immer durch ihre Ortsunabhängigkeit charakterisiert. Des Weiteren ist zu beachten, dass der digitale Raum als isolierter Raum von der analogen Welt nicht existiert, sondern digitale Angebote immer Wechselwirkungen mit der analogen Welt ausgesetzt sind. Digitale Angebote können durch ihre Synchronität oder Asynchronität kategorisiert werden. Das verwendete Medium entscheidet stark über den Charakter eines Angebots. Je nachdem, wie immersiv dieses ist und wie viele Kommunikationskanäle ermöglicht werden, findet Kommunikation und Beziehungsgeschehen digital verändert statt. Außerdem werden je

nach Medium Handlungsspielräume und Autonomie gefördert oder eingeschränkt. Weiter unterscheiden sich digitale Angebote dadurch, ob sie anonym sind oder nicht. Stark vereinfacht lässt sich formulieren: Wenn digitale Angebote immersiv sind, viele Kommunikationskanäle bereitstellen, Handlungsspielraum eröffnen und nicht anonym sind, kommt ihr Charakter näher an analoge Angebote.

Es gibt verschiedene Argumentationslinien, die digitale Angebote fordern. Ein Hauptargument ist die Lebensweltorientierung, da Jugendliche den digitalen Raum als Teil ihres Alltags ansehen. Im empirischen Teil wurde festgestellt, dass diese vor allem in Bezug auf das Erreichen der Zielgruppe und die Öffentlichkeitsarbeit der OKJA große Chancen eröffnet - auch wenn Öffentlichkeitsarbeit nicht als digitales Angebot zu verstehen ist. Digitale Angebote sind durch ihre Orts- und häufig ihre Zeitunabhängigkeit niederschwellig zugänglich, dazu kann die Anonymität in Angeboten weiter beitragen, insbesondere bei schambesetzten Themen. Dadurch kann die OKJA mit digitalen Angeboten niederschwellig neue Jugendliche erreichen.

Chancen bieten digitale Angebote zudem in Bezug auf die Vermittlung von Medienkompetenzen. Insbesondere wegen der Intransparenz von Datennutzung in digitalen Medien müssen Jugendliche eine Privatheitskompetenz ausbilden. Da digitale Medien zur Lebenswelt von Jugendlichen gehören benötigen sie diese, um ihre Entwicklungsaufgaben zu meistern. Besonders bei benachteiligten Jugendlichen sind diese Kompetenzen zu stärken. Durch digitale Angebote können diese Kompetenzen praktisch erlernt werden und die Subjektbildung als Konzept wahrgenommen werden. Damit trägt die OKJA dazu bei, den „digital divide“ zu verringern und Chancengleichheit in der Gesellschaft zu fördern.

Je nach Ausgestaltung des digitalen Angebots können digitale Angebote Partizipation in der OKJA verbessern und Inklusion ermöglichen. Insbesondere da digitale Angebote durch ihre Ortsunabhängigkeit keine physischen Zugangsbeschränkungen haben. Wie in analogen Angeboten, wird Partizipation aber nicht von selbst ermöglicht, sondern muss aktiv gefördert werden.

In Bezug auf Beziehungsarbeit unterstützen digitale Angebote vor allem das Pflegen von Beziehungen, während das Aufbauen von neuen vertrauensvollen Beziehungen nur begrenzt stattfinden kann. Durch sie kann asynchrone Kommunikation ermöglicht werden, die ein niederschwelliges In-Kontakt-Bleiben ermöglicht. Je mehr Kommunikationskanäle bereitgestellt werden, desto besser lässt sich digitale Kommunikation und Beziehungsarbeit ermöglichen.

Damit diese Chancen von digitalen Angeboten tatsächlich entfaltet werden, müssen auch Herausforderungen und Grenzen von ihnen bedacht und reflektiert werden. Während digitale Angebote niederschwelligen Zugang und eine große Reichweite ermöglichen, können sie gleichzeitig zu einem Ausschluss von Jugendlichen ohne digitale Endgeräte führen. Dadurch wirken sie teilweise dem eigentlichen Ziel der OKJA entgegen und verstärken die Chancenungleichheit. Ebenfalls ist zu beachten, dass Angebote in der OKJA sich immer an eine bestimmte Interessensgruppe richten und nicht alle Jugendlichen zu gleichem Maße erreichen können. Im Sinne der Offenheit erfüllen digitale Angebote dann nur ihren Zweck in der Kombination mit analogen Angeboten, da dadurch Angebote für unterschiedliche Interessensgruppen bereitgestellt werden.

Eine für die OKJA aktuell größte Herausforderung sind die nötigen Ressourcen für digitale Angebote, welche an vielen Stellen fehlen. Dazu gehören technische Ressourcen und Medienkompetenzen. Für einen professionellen Einsatz müssen Schulungsangebote in der OKJA geschaffen werden. Neben den Ressourcen sind auch andere Rahmenbedingungen wichtig, die einen professionellen Einsatz erst ermöglichen. Einrichtungen brauchen Leitlinien und Regeln in Bezug auf Datenschutz. Es muss abgewogen werden zwischen Lebensweltorientierung und Datenschutzbedenken - je nach verwendeter Anwendung. Z.B. könnte die Regel formuliert werden, dass sensible Beratungsgespräche nicht über Messengerdienste durchgeführt werden, um einerseits sensible Daten zu schützen und andererseits herausfordernde Gespräche mit möglichst vielen Kommunikationskanälen durchzuführen (z.B. per Videochat).

Im Optimalfall sollten Anwendungen transparent mit Datenschutz umgehen und Autonomie und Handlungsspielraum für Jugendliche eröffnen, wodurch digitale Angebote Interaktion zwischen Jugendlichen ermöglichen und zu einer „sozialpädagogischen Arena“ werden. Dies ist in bestehenden Anwendungen schwierig, da diese keinen geschützten Raum darstellen. Um der Lebensweltorientierung gerecht zu werden, müssen aber ebenfalls diejenigen Anwendungen, die Jugendliche nutzen, eingesetzt werden. Datenschutzeinwilligungen und gute Verschlüsselung ist dabei so gut wie möglich sicherzustellen. Außerdem ist zu reflektieren welche Signale durch das Nutzen bestimmter Anwendungen an Jugendliche gesendet werden.

Um digitale Angebote zu ermöglichen, müssen sie in die Einrichtungskonzeption mit einbezogen werden, sodass Zeitressourcen dafür im Arbeitsvertrag von Fachkräften festgeschrieben sind. In dieser Einrichtungskonzeption muss ein professioneller

Standard für digitale Angebote definiert werden und festgehalten, welche Ziele damit verfolgt werden und welche Formate in welchem Umfang eingesetzt werden sollen. Digitale Angebote dürfen nicht einem Selbstzweck dienen, sondern ihre Qualität wird erst deutlich in dem, was nach ihnen bleibt. Außerdem sollten digitale Medien in dieser Konzeption nicht nur als Werkzeug (z.B. Öffentlichkeitsarbeit) festgehalten werden, sondern als Aktivität, um die festgehaltenen Potenziale zu entfalten. Eine regelmäßige Evaluation hilft, die Angebote an die regionalen Besonderheiten anzupassen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass digitale Angebote vor allem in Kombination mit analogen Angeboten ihre Potenziale entfalten. Außerdem ist die Beziehungsarbeit je nach Angebotsform herausgefordert durch „Authentizität“ Vertrauen zu erzeugen. Die Kombination von digitalen und analogen Angeboten darf nicht willkürlich geschehen, sondern unterliegt einem professionellen Erklärungszwang. Dabei müssen die Spezifika von unterschiedlichen digitalen Angeboten reflektiert und diese an der regionalen Zielgruppe ausgerichtet werden. So können unterschiedliche Zugänge zur OKJA für unterschiedliche Zielgruppen ermöglicht werden. Außerdem dürfen die Angebote nicht dualistisch gesehen werden, sondern müssen im Sinne des „virealen“ Raums als selbstverständlich zusammengehörend in die Haltung der Fachkräfte übergehen.

Die quantitative Erhebung in dieser Arbeit konnte zum Erkenntnisgewinn über digitale Angebote beitragen. Die Items ermöglichten einen breiten Einblick in die Wahrnehmung von Fachkräften, allerdings hätten sie spezifischer formuliert werden können und verlangten von den Fachkräften eine hohe Abstraktionsfähigkeit. Die Antworten sind außerdem in hohem Maße davon abhängig, mit welcher Form von digitalen Angeboten die Fachkräfte Erfahrung haben und wie sie digitale Angebote verstehen. Aufgrund der geringen Stichprobe konnte hier nicht differenziert ausgewertet werden und die Aussagekraft der Erhebung ist begrenzt.

Um digitale Angebote weiter zu professionalisieren, sollten verschiedene Formen von digitalen Angeboten weiter Forschungsgegenstand von Studien sein, um ihre Potenziale spezifischer einzuordnen und der Praxis zu ermöglichen, fundierte Entscheidungen mit Rückbezug auf die Forschung zu treffen. Hier könnten insbesondere die Ansichten der Teilnehmenden und qualitative Forschungsmethoden im Fokus stehen.

Literaturverzeichnis

AKTION JUGENDSCHUTZ, Hrsg., 2016. Grundrechte im digitalen Raum: Ein Thema für den Jugendschutz. 1. Auflage. Stuttgart (Degerloch): Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg.

ALBERT, Mathias, Klaus HURRELMANN und Gudrun QUENZEL, 2019. Jugend 2019: Zwischen Politisierung und Polarisierung. In: SHELL DEUTSCHLAND, Hrsg. 18. Shell Jugendstudie: Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. 1. Auflage. Weinheim: Beltz, 35-46.

ALFERT, Nicole, 2015. Facebook in der Sozialen Arbeit: Aktuelle Herausforderungen und Unterstützungsbedarfe für eine professionelle Nutzung. 1. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.

BAUR, Nina und Jörg BLASIUS, Hrsg., 2022. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

BMFSFJ, 2017. 15. Kinder- und Jugendbericht: Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistung der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

BMFSFJ, 2020. 16. Kinder- und Jugendbericht: Förderung demokratischer Bildung im Kindes- und Jugendalter. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

BOJA, Hrsg., 2018. #digitale Jugendarbeit: Offene Jugendarbeit in der digitalen Gesellschaft. Wien: Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit.

BOJA, 2021. bOJA-Leitfaden: Digitale Jugendarbeit. Wien: Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit.

BORG, Ingwer, 2022. Mitarbeiterbefragungen. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1193-1199.

BRAUNER, Christian, 2012. CYBERJUZ.AT - Österreichs erstes virtuelles Jugendzentrum. Explizit - Fachmagazin Offene Jugendarbeit [Online-Quelle]. Wien. (4), 20-21 [Zugriff am 05.09.2023]. Verfügbar unter: https://www.boja.at/sites/default/files/inline-files/Explizit_4_E_Youthwork-1.pdf

BROMBERG, Anton, Hannah RADAU und Benedikt STURZENHECKER, 2022. Digitale Kommunikation, Partizipation und Selbstorganisation als Arbeitsprinzipien Offener Kinder- und Jugendarbeit in Corona-Zeiten: Eine Interpretation von zehn quantitativen Interviews mit Fachkräften. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER und Maria ICKING, Hrsg. Neustart – Offene Kinder- und Jugendarbeit über Corona hinaus gestalten: Empirische Erkenntnisse und neue Konzepte. 1. Auflage. Weinheim: Juventa Verlag, 19-93.

BRÜGGEN, Niels und Mareike SCHEMMERLING, 2014. Das Social Web und die Aneignung von Sozialräumen. sozialraum.de [Online-Quelle]. Bonn. 6(1) [Zugriff am 05.09.2023]. Verfügbar unter: https://www.sozialraum.de/das-social-web-und-die-aneignung-von-sozialraeumen.php

BUHR, Elke, 2019. Der digitale Raum als "öffentliche Wir-Welt": Herausforderungen der Identitätsbildung Heranwachsender im digitalen Raum. In: Ingrid STAPF, Marlis PRINZING und Nina KÖBERER, Hrsg. Aufwachsen mit Medien: Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 237-252.

CLOOS, Peter, 2009. Die Pädagogik der Kinder- und Jugendarbeit [Online-Quelle]. 2., durchgesehene Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien. Verfügbar unter: DOI: 10.1007/978-3-531-91557-9

DBJR, ADB, BAG OKJE, BKJ, DSJ, IJAB und KOOPERATIONSVERBUND JUGENSOZIALARBEIT, 2021. Forderungen für einen Digitalpakt Kinder- und Jugendarbeit. Deutscher Bundesjugendring: Berlin.

DEINET, Ulrich, Hrsg., 2013. Innovative Offene Jugendarbeit: Bausteine und Perspektiven einer sozialräumlichen Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Opladen: Verlag Barbara Budrich.

DEINET, Ulrich, Benedikt STURZENHECKER und Maria ICKING, Hrsg., 2022. Neustart – Offene Kinder- und Jugendarbeit über Corona hinaus gestalten: Empirische Erkenntnisse und neue Konzepte. 1. Auflage. Weinheim: Juventa Verlag.

DEINET, Ulrich, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg., 2021. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit [Online-Quelle]. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS. Verfügbar unter: DOI: 10.1007/978-3-658-22563-6

DEWE, Bernd und Hans-Uwe OTTO, 2018. Professionalität. In: Hans-Uwe OTTO, Hans THIERSCH, Rainer TREPTOW und Holger ZIEGLER, Hrsg. Handbuch Soziale Arbeit: Grundlagen der Sozialarbeit und Sozialpädagogik. 6., überarbeitete Auflage. München: Reinhardt, 1203-1213.

DREBER, Marie-Luise und Daniel POLI, 2022. Jugendarbeit im digitalen Raum: Virtuelle Cafés, mobile Apps, Online-Events: Die Pandemie beflügelte die Digitalisierung. Beispiele aus anderen Ländern zeigen, wie digitale Angebote der Jugendarbeit gelingen können. DIJ Impulse. München. 17(2), 64-67.

EUROPEAN COMMISSION, 2017. Policy recommendations on the development of digital youth work. Brüssel: European Commission.

FIETZ, Jennifer und Jürgen FRIEDRICHS, 2022. Gesamtgestaltung des Fragebogens. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1081-1097.

FIMPLER, Tobias und Philipp HANNEN, 2016. Kernaufgaben der Offenen Jugendarbeit: Auseinandersetzung mit Selbstverständnis und eigenständiger Legitimation. Wiesbaden: Springer VS.

FRANZEN, Axel, 2022. Antwortskalen in standardisierten Befragungen. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1115-1126.

FRIEDRICHS, Henrike und Uwe SANDER, 2010. Die Verschränkung von Jugendkulturen und digitalen Medienwelten. In: Kai-Uwe HUGGER, Hrsg. Digitale Jugendkulturen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 23-36.

FUNIOK, Rüdiger, 2019. Verantwortung für einen (zunehmend) aufgeklärten und selbstbestimmten Mediengebrauch von Heranwachsenden: Moralisch-ethische Anfragen zur Medienbildung in digitalen Gesellschaften. In: Ingrid STAPF, Marlis PRINZING und Nina KÖBERER, Hrsg. Aufwachsen mit Medien: Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 27-38.

GANGUIN, Sonja, 2017. Mobile Kommunikation. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. Grundbegriffe Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München: Kopaed, 324-328.

GRAVELMANN, Reinhold, 2022. Jugend in der Krise: Die Pandemie und ihre Auswirkungen. 1. Auflage. Weinheim: Juventa Verlag.

GUMZ, Heike, 2022. Ergebnisse von zwei Gruppendiskussionen mit Expert:innen zur kommunikativen Validierung der Ergebnisse der Neustart-Studie. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER und Maria ICKING, Hrsg. Neustart – Offene Kinder- und Jugendarbeit über Corona hinaus gestalten: Empirische Erkenntnisse und neue Konzepte. 1. Auflage. Weinheim: Juventa Verlag, 157-180.

HAGENDORFF, Thilo, 2020. Virtualität und die Veränderung von Wahrnehmungs- und Handlungskontexten. In: Nadia KUTSCHER, Thomas LEY, Udo SEELMEYER, Friederike SILLER, Angela TILLMANN und Isabel ZORN, Hrsg. Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim: Beltz Juventa, 201-214.

HERZIG, Bardo, Heidi SCHELHOWE, Bernard ROBBEN, Tilman-Mathies KLAR und Sandra AßMANN, 2017. Design von Interaktionsräumen für reflexive Erfahrung: Wie werden im Digitalen Medium implementierte Modelle erfahr- und verstehbar. In: Manuela PIETRAß, Johannes FROMME, Petra GRELL und Theo HUG, Hrsg. Jahrbuch Medienpädagogik 14: Der digitale Raum - Medienpädagogische Untersuchungen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS, 135-156.

HUGGER, Kai-Uwe, Hrsg., 2010. Digitale Jugendkulturen [Online-Quelle]. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Verfügbar unter: DOI: 10.1007/978-3-531-91908-9

KETTER, Verena, 2015. Jugendarbeit im Kontext von Web 2.0: eine medienpädagogische Praxisforschungsstudie. Ludwigsburg: Pädagogische Hochschule.

KIRSCH, Patrik, 2021. So sehen Kinder und Jugendliche Offene Kinder- und Jugendarbeit: Fotoessays von Nutzer*innen. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 3-44.

KOSS, Thea und Burkhard FEHRLEN, 2003. Qualitätsentwicklung in der offenen und verbandlichen Kinder- und Jugendarbeit: Eine Arbeitshilfe. Leinfelden-Echterdingen: Fehrlen.

KRISCH, Richard und Wolfgang SCHRÖER, Hrsg., 2020. Entgrenzte Jugend – Offene Jugendarbeit: 'Jugend ermöglichen' im 21. Jahrhundert. Weinheim: Beltz Juventa.

KROTZ, Friedrich, 2017. Kommunikation. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. Grundbegriffe Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München: Kopaed, 198-204.

KUTSCHER, Nadia, Thomas LEY, Udo SEELMEYER, Friederike SILLER, Angela TILLMANN und Isabel ZORN, Hrsg., 2020. Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim: Beltz Juventa.

KUTSCHER, Nadia und Hans-Uwe OTTO, 2010. Digitale Ungleichheit - Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen. In: Kai-Uwe HUGGER, Hrsg. Digitale Jugendkulturen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 73-88.

LEVEN, Ingo und Hilde UTZMANN, 2019. Die Vielfalt der Digital Natives. In: SHELL DEUTSCHLAND, Hrsg. 18. Shell Jugendstudie: Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. 1. Auflage. Weinheim: Beltz, 247-312.

LIESEM, Kerstin, 2019. Auswirkungen der Vernetzung auf die Kommunikation von Jugendlichen: Ethische Herausforderungen für Institutionen der Bildung und Ausbildung. In: Ingrid STAPF, Marlis PRINZING und Nina KÖBERER, Hrsg. Aufwachsen mit Medien: Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 335-346.

LÜCK, Detlev und Uta LANDROCK, 2022. Datenaufbereitung und Datenbereinigung in der quantitativen Sozialforschung. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 517-532.

MEYER, Thomas und Rainer PATJENS, Hrsg., 2020. Studienbuch Kinder- und Jugendarbeit [Online-Quelle]. Wiesbaden: Springer VS. Verfügbar unter: DOI: 10.1007/978-3-658-24203-9

MEYER, Thomas und Sebastian RAHN, 2020. Jugendzentren, Jugendhäuser, Jugendtreffs und Co - Jugendfreizeit- und Jugendbildungseinrichtungen. In: Thomas MEYER und Rainer PATJENS, Hrsg. Studienbuch Kinder- und Jugendarbeit. Wiesbaden: Springer VS, 65-114.

MPFS, 2022. JIM-Studie 2022: Jugend, Information, Medien: Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest.

MUSCUTT, Christina, 2013. Virtuelle Räume - Befragung und "Begehungen" mit Jugendlichen. In: Ulrich DEINET, Hrsg. Innovative Offene Jugendarbeit: Bausteine und Perspektiven einer sozialräumlichen Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Opladen: Verlag Barbara Budrich, 83-96.

NIELS BRÜGGEN, STEPHAN DREYER, CHRISTA GEBEL, ACHIM LAUBER, RAPHAELA MÜLLER und SINA STECHER, 2019. Gefährdungsatlas.: Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln. 1. Auflage. Bonn: Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien.

OTTO, Hans-Uwe, Hans THIERSCH, Rainer TREPTOW und Holger ZIEGLER, Hrsg., 2018. Handbuch Soziale Arbeit: Grundlagen der Sozialarbeit und Sozialpädagogik. 6., überarbeitete Auflage. München: Reinhardt.

PEUCKER, Christian, Liane PLUTO und Eric VAN SANTEN, 2021. Empirisches Wissen zu Typen und Merkmalen von Einrichtungen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 479-493.

PIETRAß, Manuela, 2017. Die Ermöglichung von Lernen und Bildung im digitalen Raum: Medienpädagogische Perspektiven. In: Manuela PIETRAß, Johannes FROMME, Petra GRELL und Theo HUG, Hrsg. Jahrbuch Medienpädagogik 14: Der digitale Raum - Medienpädagogische Untersuchungen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS, 11-34.

PIETRAß, Manuela, Johannes FROMME, Petra GRELL und Theo HUG, 2017. Der digitale Raum.: Medienpädagogische Konzeptionen und Perspektiven. In: Manuela PIETRAß, Johannes FROMME, Petra GRELL und Theo HUG, Hrsg. Jahrbuch Medienpädagogik 14: Der digitale Raum - Medienpädagogische Untersuchungen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS, 7-10.

PIETRAß, Manuela, Johannes FROMME, Petra GRELL und Theo HUG, Hrsg., 2017. Jahrbuch Medienpädagogik 14: Der digitale Raum - Medienpädagogische

Untersuchungen und Perspektiven [Online-Quelle]. Wiesbaden: Springer VS. Verfügbar unter: DOI: 10.1007/978-3-658-19839-8

POTHMANN, Jens und Werner THOLE, 2021. Die Mitarbeiter*innen in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 111-123.

PÖYSKÖ, Anu, 2020. Mit digitaler Jugendarbeit Jugend ermöglichen?: Konzeptansätze, Beobachtungen und Lernerfahrungen aus der Praxis. In: Richard KRISCH und Wolfgang SCHRÖER, Hrsg. Entgrenzte Jugend – Offene Jugendarbeit: 'Jugend ermöglichen' im 21. Jahrhundert. Weinheim: Beltz Juventa, 76-91.

RAHN, Sebastian, 2020. Theorien und Theoriekonzepte der Kinder- und Jugendarbeit. In: Thomas MEYER und Rainer PATJENS, Hrsg. Studienbuch Kinder- und Jugendarbeit. Wiesbaden: Springer VS, 15-42.

RATHMANN, Marie, 2022. Das Subjekt im digitalen Raum: Eine praxistheoretische Perspektive. Hessische Blätter für Volksbildung. Frankfurt am Main. (3), 19-28.

REINECKE, Jost, 2022. Grundlagen der standardisierten Befragung. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 949-967.

RICHTER, Lukas, Dietmar PAIER und Horst REIGER, 2021. Quantitative Sozialforschung: Eine Einführung. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wien: facultas.

RÖSCH, Eike, 2018. OpenSource-Tools als pädagogische Chance. In: BOJA, Hrsg. #digitale Jugendarbeit: Offene Jugendarbeit in der digitalen Gesellschaft. Wien: Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit, 27-28.

RÖSCH, Eike, 2019. Jugendarbeit in einem mediatisierten Umfeld: Impulse für ein theoretisches Konzept. Weinheim: Beltz.

SCHERR, Albert und Benedikt STURZENHECKER, 2021. Kritiken an Professionellen und ihrem Handeln in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM,

Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 187-197.

SCHMIDT, Holger, 2021. Empirisches Wissen zu den Besucher*innen. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 295-306.

SCHORB, Bernd, 2017. Medienaneignung. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. Grundbegriffe Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München: Kopaed, 215-221.

SCHORB, Bernd, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg., 2017. Grundbegriffe Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München: Kopaed.

SCHRÖDER, Achim, 2021. Beziehungsarbeit. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1155-1160.

SCHUEGRAF, Martina, 2010. Medienkonvergente Interaktionen - Jugendliche im medialen Netz. In: Kai-Uwe HUGGER, Hrsg. Digitale Jugendkulturen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 225-236.

SECKINGER, Mike, Liane PLUTO, Christian PEUCKER und Eric VAN SANTEN, 2014. Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit: Eine empirische Bestandsaufnahme. Weinheim: Beltz.

SHELL DEUTSCHLAND, Hrsg., 2019. 18. Shell Jugendstudie: Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. 1. Auflage. Weinheim: Beltz.

STAPF, Ingrid, Marlis PRINZING und Nina KÖBERER, Hrsg., 2019. Aufwachsen mit Medien: Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

STEIN, Petra, 2022. Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 143-162.

STIX, Daniela Cornelia, 2022. Praxishandbuch Beraten mit Social Media: Digitale Soziale Arbeit mit Jugendlichen. 1. Auflage. Weinheim: Beltz Juventa.

THOLE, Werner und Jens POTHMANN, 2021. Fachlichkeit und Professionalität der Mitarbeiter*innen in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 125-137.

TILLMANN, Angela, 2020. Entgrenzte (Medien-)Welten: Veränderte sozial-räumliche Arrangements Jugendlicher und ihre Bedeutung für die Offene Kinder- und Jugendarbeit. In: Richard KRISCH und Wolfgang SCHRÖER, Hrsg. Entgrenzte Jugend – Offene Jugendarbeit: 'Jugend ermöglichen' im 21. Jahrhundert. Weinheim: Beltz Juventa, 57-75.

TILLMANN, Angela und André WEßEL, 2021. Offene Kinder- und Jugendarbeit in mediatisierten Alltags- und Lebenswelten. In: Ulrich DEINET, Benedikt STURZENHECKER, Larissa von SCHWANENFLÜGEL und Moritz SCHWERTHELM, Hrsg. Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5., vollständig neugestaltete Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 841-855.

VOGELGESANG, Waldemar und Heiderose MINAS, 2010. Digitale Medien - Jugendkulturen - Identität. In: Kai-Uwe HUGGER, Hrsg. Digitale Jugendkulturen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 37-54.

VOIGTS, Gunda und Thurid BLOHM, 2022. Offene Kinder- und Jugendarbeit in Corona-Zeiten aus Sicht von Fachkräften: Eine empirische Studie zur Situation von Einrichtungen in Hamburg. Opladen: Verlag Barbara Budrich.

WAGNER, Ulrike, 2017. Medienkonvergenz. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. Grundbegriffe Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München: Kopaed, 262-266.

WAGNER-SCHELEWSKY, Pia und Linda HERING, 2022. Online-Befragung. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1051-1065.

WAMPFLER, Philippe, 2019. Generation »Social Media«: Wie digitale Kommunikation Leben, Beziehungen und Lernen Jugendlicher verändert. 2., durchgesehene Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht; Ciando.

WEIS, Michael, 2016. Alternativen zu … - Geht es auch ohne die großen Anbieter?: Suchmaschinen, Apps und andere Dienste. In: AKTION JUGENDSCHUTZ, Hrsg. Grundrechte im digitalen Raum: Ein Thema für den Jugendschutz. 1. Auflage. Stuttgart (Degerloch): Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg, 52-55.

WOLFERT, Sabine und Ingo LEVEN, 2019. Freizeitgestaltung und Internetnutzung: Wie Online und Offline ineinandergreifen. In: SHELL DEUTSCHLAND, Hrsg. 18. Shell Jugendstudie: Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. 1. Auflage. Weinheim: Beltz, 213-246.

ZÖLLNER, Oliver, 2016. Autonomie im digitalen Zeitalter: Digitale Ethik und das "Onlife". In: AKTION JUGENDSCHUTZ, Hrsg. Grundrechte im digitalen Raum: Ein Thema für den Jugendschutz. 1. Auflage. Stuttgart (Degerloch): Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg, 6-15.

ZÜLL, Cornelia und Natalja MENOLD, 2022. Offene Fragen. In: Nina BAUR und Jörg BLASIUS, Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS, 1127-1134.

Anhang

Anhang 1: Erhebungsbogen

Startseite

Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

im Rahmen meiner Bachelorarbeit führe ich eine Online-Umfrage zum Thema digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit durch. Wenn Sie sich 10min Zeit nehmen um diese Umfrage zu beantworten, dann hilft mir das ein tieferes Verständnis von digitalen Angeboten zu bekommen, vielen Dank!

Dabei ist der Schutz Ihrer persönlichen Daten von höchster Bedeutung. Bevor Sie an der Umfrage teilnehmen, möchten wir Sie um Ihre Einwilligung bitten, um sicherzustellen, dass Ihre Daten angemessen geschützt werden und den geltenden Datenschutzbestimmungen entsprechen.

1. Verantwortliche Stelle
Die verantwortliche Stelle für die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung Ihrer personenbezogenen Daten im Rahmen dieser Umfrage bin ich, Luca Sigle, in meiner Funktion als Studierender der Evangelischen Hochschule in Ludwigsburg. Sie erreichen mich unter l.sigle@eh-ludwigsburg.de, falls Sie Fragen bezüglich der Umfrage oder Ihrer Daten haben.

2. Zweck der Datenerhebung
Die Erhebung Ihrer personenbezogenen Daten erfolgt ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken im Rahmen meiner Bachelorarbeit zum Thema digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Die Daten werden anonymisiert und ausschließlich für die Auswertung und Analyse der Umfrageergebnisse verwendet.

3. Art der erhobenen Daten
Im Rahmen dieser Umfrage werden folgende personenbezogene Daten erhoben: Alter, Geschlecht, Dienstjahr, Arbeitsumfang.

4. Datenspeicherung und -schutz
Alle erhobenen Daten werden anonymisiert und vertraulich behandelt. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Aus den Ergebnissen können keine Rückschlüsse auf Ihre Person getroffen werden.

5. Freiwillige Teilnahme und Widerruf
Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig, und Sie können Ihre Einwilligung jederzeit ohne Angabe von Gründen widerrufen.

6. Dauer der Datenspeicherung
Die erhobenen Daten werden für einen Zeitraum von drei Jahren ab dem Abschluss der Umfrage gespeichert und anschließend vollständig gelöscht.

7. Rechte der Betroffenen
Gemäß den geltenden Datenschutzbestimmungen haben Sie das Recht, Auskunft über die von Ihnen erhobenen Daten zu erhalten, sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung Ihrer Daten. Bei Bedarf wenden Sie sich bitte an mich (Kontaktdaten siehe oben).

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen,

Luca Sigle

Datenschutzeinwilligung

☐ Ich stimme zu, dass meine Daten im oben beschriebenen Rahmen verwendet werden.

13% WEITER

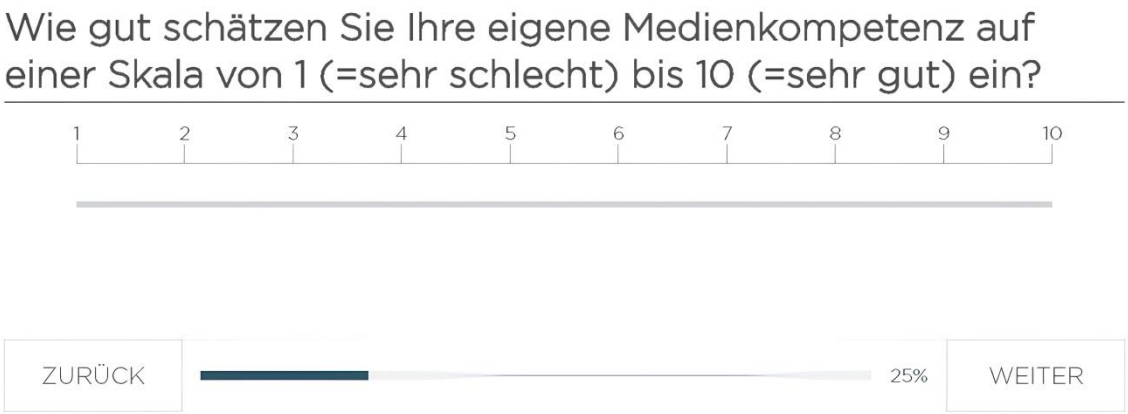
Seite A

Einleitend ein paar Fragen zu Ihren Erfahrungen mit digitalen Angeboten. Mit digitalen Angeboten sind in dieser Erhebung Angebote gemeint, bei denen kein Treffen in Präsenz mit jungen Menschen im Mittelpunkt stehen, sondern an denen junge Menschen von überall mithilfe eines digitalen Endgeräts teilnehmen können. Alle anderen Angebote werden als analoge Angebote bezeichnet.

Wie erfahren sind Sie mit den folgenden digitalen Angebotsformen?

	Keine Erfahrung	Wenig erfahren	Erfahren	Sehr erfahren
Digitale Beratungs- oder Sprechstundenangebote	○	○	○	○
Online Inhalte für Kinder und Jugendliche (z.B. Informationsangebote die jederzeit online verfügbar sind oder Videos auf Social Media)	○	○	○	○
Online Treffen mit Kindern und Jugendlichen (z.B. Online-Spiele gespielt oder gemeinsam online Sport gemacht)	○	○	○	○
Digitale Plattformen auf denen Kinder und Jugendliche sich treffen können (z.B. digitales Jugendhaus oder Discord-Server)	○	○	○	○
Analoge Angebote, die in hybrider Form auch digital zugänglich sind	○	○	○	○

Bitte beschreiben Sie kurz die digitalen Angebote, mit denen Sie Erfahrung haben:


Wie gut schätzen Sie Ihre eigene Medienkompetenz auf einer Skala von 1 (=sehr schlecht) bis 10 (=sehr gut) ein?
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
ZURÜCK
25%
WEITER

Seite B

Wie ist Ihre Meinung zu digitalen Angeboten in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit?

Bitte wählen Sie aus, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen von "stimme gar nicht zu" bis "stimme voll zu".

	stimme gar nicht zu			weder noch			stimme voll zu
Digitale Angebote sollten ein Standard in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit sein.	○	○	○	○	○	○	○
Ich glaube, digitale Angebote sind eine Gefahr für die Offene Kinder- und Jugendarbeit.	○	○	○	○	○	○	○
Analoge Angebote können nicht durch digitale ersetzt werden.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote sollen dazu dienen, Kinder und Jugendliche für unsere Einrichtung und unsere Angebote zu interessieren.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit von Kindern und Jugendlichen mitgestaltet wird.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit Kinder und Jugendliche in der Breite erreicht.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote unterstützen das Pflegen von Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote fördern die Teilhabe von benachteiligten Kindern und Jugendlichen an unseren Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○

Was hindert Sie als Fachkraft bzw. Ihre Einrichtung daran digitale Angebote durchzuführen?

Bitte wählen Sie alle Hinderungsgründe aus, die bei Ihnen bereits aufgetreten sind. Eine Mehrfachauswahl ist möglich.

- [ ] Ich habe zu wenig Medienkompetenz
- [ ] Meiner Einrichtung fehlen die nötigen Ressourcen
- [ ] Der Aufwand ist zu groß
- [ ] Ich sehe keinen Nutzen in digitalen Angeboten
- [ ] Datenschutzrichtlinien sind eine zu große Hürde
- [ ] Mir fehlen die Konzepte oder Ideen für digitale Angebote
- [ ] Digitale Angebote gehören nicht zu unserer Einrichtungskonzeption
- [ ] Sonstige, nämlich:

Welche Rolle sollten digitale Angebote Ihrer Meinung nach in Zukunft in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit spielen?

ZURÜCK 38% WEITER

Seite C

Wie schätzen Sie digitale und analoge Angebote im Vergleich ein?

Bitte wählen Sie aus, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen von "stimme gar nicht zu" bis "stimme voll zu".

	stimme gar nicht zu			weder noch			stimme voll zu
Digitale Angebote sind als Ergänzung zu den analogen Angeboten zu sehen.	○	○	○	○	○	○	○
Die Ziele in meiner Arbeit mit digitalen Angeboten unterscheiden sich von denen in analogen Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote sind für mich als Fachkraft mit mehr Aufwand verbunden als analoge Angebote.	○	○	○	○	○	○	○
In digitalen Angeboten ist es schwerer Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen aufzubauen.	○	○	○	○	○	○	○
Durch digitale Angebote schaffen wir es als Einrichtung näher im Alltag der Kinder und Jugendlichen zu sein als durch analoge Angebote.	○	○	○	○	○	○	○
In analogen Angeboten können Kinder und Jugendliche mehr soziale Kompetenzen erlangen.	○	○	○	○	○	○	○
Durch digitale Angebote erreichen wir junge Menschen, die wir durch analoge Angebote nicht erreichen.	○	○	○	○	○	○	○
In digitalen Angeboten findet weniger Interaktion zwischen den Kindern und Jugendlichen statt als in analogen Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○
Digitale Angebote können von Kindern und Jugendlichen weniger mitgestaltet werden als analoge Angebote.	○	○	○	○	○	○	○

Welche Ziele verfolgen Sie typischerweise mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung?

Bitte notieren Sie die drei wichtigsten Ziele.

1. Ziel:	
2. Ziel:	
3. Ziel:	

Welche Ziele verfolgen Sie typischerweise mit analogen Angeboten in Ihrer Einrichtung?

Bitte notieren Sie die drei wichtigsten Ziele.

1. Ziel:	
2. Ziel:	
3. Ziel:	

ZURÜCK 53% WEITER

Seite D

Wie nehmen Sie die Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung wahr?

Bitte wählen Sie aus, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen von "stimme gar nicht zu" bis "stimme voll zu".

	stimme gar nicht zu			weder noch			stimme voll zu
Digitale Angebote finden die meisten Kinder und Jugendliche unnötig.	○	○	○	○	○	○	○
Die Kinder und Jugendliche schätzen den einfachen Zugang zu digitalen Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○
Durch digitale Angebote haben Kinder und Jugendliche das Gefühl, dass unsere Einrichtung in ihrer alltäglichen Lebenswelt ist.	○	○	○	○	○	○	○
Die Kinder und Jugendliche schätzen die größere Anonymität in digitalen Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○
Den Kindern und Jugendlichen fehlt der persönliche Kontakt in digitalen Angeboten.	○	○	○	○	○	○	○
Kindern und Jugendlichen fällt es in digitalen Angeboten leichter Kontakte untereinander zu knüpfen.	○	○	○	○	○	○	○
Kinder und Jugendliche haben die Chance unsere digitalen Angebote mitzugestalten.	○	○	○	○	○	○	○
Kinder und Jugendliche erwerben Medienkompetenzen durch unsere digitalen Angebote.	○	○	○	○	○	○	○

Falls Sie noch etwas zu den Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung loswerden wollen, ist hier Platz dafür:

Was hindert Kinder und Jugendliche daran an Ihren digitalen Angeboten teilzunehmen?

Bitte wählen Sie alle Hinderungsgründe aus, die bei Ihnen in der Einrichtung bereits aufgetreten sind. Eine Mehrfachauswahl ist möglich.

- ☐ Sie besitzen nicht die nötigen digitalen Endgeräte
- ☐ Ihnen fehlt ein geeigneter Internetzugang
- ☐ Sie haben zu wenig Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien
- ☐ Eltern schränken die Internet und Gerätenutzung von ihren Kindern ein
- ☐ Sie werden durch unsere Öffentlichkeitsarbeit nicht erreicht
- ☐ Sie haben kein Interesse an digitalen Angeboten
- ☐ Die Angebote sind nicht barrierefrei
- ☐ Sie haben Datenschutz- und/oder Sicherheitsbedenken
- ☐ Sonstige, nämlich:

ZURÜCK 69% WEITER

Seite E

Zum Abschluss der Befragung noch ein paar Daten zu Ihrer Person:

Wie alt sind Sie? (in Jahren)

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

weiblich ○ männlich ○ divers ○ keine Angabe ○

Seit wie viele Jahren arbeiten Sie schon in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit.

Bitte zählen Sie alle angefangenen Jahre.

Wie viel Prozent einer Vollzeitstelle umfasst Ihr Arbeitsvertrag?

z. B. "50%"

Wo befindet sich Ihre Einrichtung?

In Baden ○ In Württemberg ○ Weder noch ○

Was Sie sonst noch zum Thema digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit loswerden wollen:

ZURÜCK 84% WEITER

Anhang 2: Auswahlantworten Items A01-A05

Einleitungstext: „Wie erfahren sind Sie mit den folgenden digitalen Angebotsformen?“

Skala: 1=Keine Erfahrung; 2=Wenig erfahren; 3=Erfahren; 4=Sehr erfahren

Item	Angebotsformen	N*	M**	1	2	3	4
A01	Digitale Beratungs- oder Sprechstundenangebote	44	2,14	30%	36%	25%	9%
A02	Online Inhalte für Kinder und Jugendliche (z.B. Informationsangebote die jederzeit online verfügbar sind oder Videos auf Social Media)	44	2,8	5%	25%	57%	14%
A03	Online Treffen mit Kindern und Jugendlichen (z.B. Online-Spiele gespielt oder gemeinsam online Sport gemacht)	44	2,11	32%	36%	20%	11%
A04	Digitale Plattformen auf denen Kinder und Jugendliche sich treffen können (z.B. digitales Jugendhaus oder Discord-Server)	44	1,98	34%	39%	23%	5%
A05	Analoge Angebote, die in hybrider Form auch digital zugänglich sind	44	1,91	39%	39%	16%	7%

*N=Stichprobengröße

**M=Mittelwert

Anhang 3: Freitextantworten Item A06

Einleitungstext: „Bitte beschreiben Sie kurz die digitalen Angebote, mit denen Sie Erfahrung haben:“

- Online-Besprechungen oder Online-Beratungen z.B. bei Hausaufgabenproblemen, familiären oder schulische Probleme,
-Betreuung von Social-Media-Kanälen (Instagram, Facebook) -Kontakt mit Jugendlichen über Diensthandy und WhatsApp -Medial aufbereitete Online-Angebote während der Corona-Pandemie (Online Bastel- Spiele-, Koch- oder Backanleitungen) -Verwaltung von Inhalten der Einrichtungs-Website -Discord
-Bewerben von unseren Angeboten auf Instagram, z.B. Spielefest, Festivals, Kochkurs, Spielanleitung
Aus Billardliga wurde im Lock-Down eine Online Version, ebenso Koch-Anleitungen / Live Cooking
Beratungssettings, discord-spieltreff, Online-nachhilfe, etc
Chat-Beratungen als Ankommens- und Verweisberatung; Digital Streetwork
die Angebote sind vorallem im Spielebereich, Spielekonsolen.
Digitale Angebote für Jugendliche hauptsächlich während der Coronazeit Instagram Discord
Digitale Sozialarbeit im Schwerpunkt Digital Streetwork, Homeschoolingangebote im Ganztagesschulbereich, Ausgestaltung von Lehrgängen zu digitaler Beziehungsarbeit
digitale Sprechstunde, digitale Spiele, Instagram Show,
Discord-Jugendhaus Instagram
Discord, Teams, Social Media (Facebook, WhatsApp, Snapchat, Instagram, TicToc), Zoom, Online über Konsolen (PS 5)
Facebook; Instagram; Teams; Video online; Streaming; PC-Grundkenntnisse; Handy; Konsolen;
Fragerunde/Quiz in der Story
Für die Informationsbereitstellung nutzen wir Instagram. Da nutzen wir viel Story und Reals.
Gemacht haben wir alle oben benannten Formen während der Corona - Zeit. In der nach Coronazeit haben sich das Digitale Jugendhaus als Treffpunkt für Queere Jugendliche einmal im Monat auf Discord gehalten und der kürzeste Bereich als zusätzlicher Bereich ausschließlich online, den vorwiegend Menschen mit Behinderung nutzen. Im Offenen Bereich spielen wir gemeinsam mit anderen Jugendhäusern online, hier werden verschieden Formate genutzt. Beratungsgespräche für Besuchende im Queeren Jugendzentrum finden in Ausnahmefällen auch online statt. Dafür nutzen wir ein spezielles Tool, des LSBTTIQ- Netzwerkes BW, das den Datenschutzrichtlinien entspricht.
Hauptsächlich nutzen wir im Jugendhaus Instagram als digitale Platform für Informationsaustausch,Werbung, Kontakt zu den Jugendlichen und in der Coronazeit für Bastelangebote, Quiz, Rätsel oder Ansprechpartner
Informationsveranstaltungen, um Zielgruppe und Eltern mit Informationen zu versorgen. Dies auf der Plattform Zoom
Inhalte auf dem Kinder- und Jugendhaus instagram Account, z.B. Videos, Fotos, Stories zu verschiedenen Themen (jedoch fehlt oft die Zeit, sich einzuarbeiten oder zu überlegen, welche Inhalte geteilt werden sollen und wollen). Informationen auf der Homepage.
Instagram - Coronalockdown. Wir waren in der Lockdown online über unseren Insataccount verfügbar. Mache Kids haben und angeschrieben und wir haben uns unterhalten.
Instagram, Whatsapp
Online Plattform für Ideen zur Freizeitgestaltung. Online Beratungsangebote zur beruflichen Weiterentwicklung.
Online Präsentation unserer Führung, Kurzvideos, Web-App
Online Sprechzeiten, Gaming, Streaming, P&P
Onlineworkshops Beratung Online Spiele
Vor allem in den Corona-Lockdown-Zeiten aber punktuell auch in der Zeit danach digitale Aktivitäten v.a. via Discord, z.B. Gaming, aber auch kreative Aktivitäten oder Koch-Aktionen. Teilweise auch in Kooperation mit anderen Einrichtungen, die dann digital zugeschlatet waren. Aktuelles Projekt ist die Einrichtung und Pflege eines Minecraft-Servers mit und durch die Jugendlichen.
Während des Lockdowns haben wir digitale Bastel-, Spiel- und Konraktmöglichkeiten angeboten.

Wir haben in der Corona-Zeit sehr viele Angebote gemacht: Online-Spiele treffen, jederzeit-Abrufbare Rallyes, Labber -Treffen, Beratungsformate, etc... Nach Corona haben wir versucht dies weiterzuführen, auch haben wir einige Versuche mit hybriden Angebote gamcht. Doch diese Angebote wurden nicht angenommen...
Wir haben in des Lockdowns Videos für die Kinder produziert, die sie dann per persönlicher Einladung auf einer Plattform anschauen konnten.
Wir informieren und bewerben Angebote und stellen unsere Arbeit über Social Media-Plattformen (Instagram) dar. Über diese Plattform kommt es auch zu persönlichen Nachrichten von Teenies und Jugendlichen. Eine Beratung machen wir auf dieser Platt form aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht, sondern verweisen hier auf ein mögliches analoges Treffen
Wir nutzen hauptsächlich Instagram, um unsere Jugendliche über Angebote, über den jeweiligen heutigen Tag, über wichtige Themen zu informieren. Wir schreiben manchmal mit Jugendlichen, wenn es um etwas bestimmtes geht. Wie zum Beispiel, wann die Jugendlichen zum Kochangebot da sein sollen, oder auch einfach um ihnen zum Geburtstag zu gratulieren. Des Weitere haben wir auch eine Website, wo unsere Angebote und alle wichtigen Informationen stehen. Manchmal führen wir auch kleine Umfragen auf Instagram durch.

Anhang 4: Auswahlantwort Item A07

Einleitungstext: „Wie gut schätzen Sie Ihre eigene Medienkompetenz auf einer Skala von 1 (=sehr schlecht) bis 10 (=sehr gut) ein?“

Auswahlmöglichkeit (N=44)	**Prozente**
1	0%
2	0%
3	7%
4	16%
5	9%
6	9%
7	25%
8	23%
9	7%
10	5%

Anhang 5: Auswahlantworten Items B01-B08

Einleitungstext: „Was ist Ihre Meinung zu digitalen Angeboten in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit?“

Skala: 1=stimme gar nicht zu; 4=weder noch; 7=stimme voll zu;

Item	Aussagen	N*	M**	1	2	3	4	5	6	7
B01	Digitale Angebote sollten ein Standard in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit sein.	44	5,11	0%	14%	9%	5%	23%	25%	25%
B02	Ich glaube, digitale Angebote sind eine Gefahr für die Offene Kinder- und Jugendarbeit.	44	2,41	39%	20%	11%	23%	5%	2%	0%
B03	Analoge Angebote können nicht durch digitale ersetzt werden.	44	5,36	5%	2%	7%	18%	14%	16%	39%
B04	Digitale Angebote sollen dazu dienen, Kinder und Jugendliche für unsere Einrichtung und unsere Angebote zu interessieren.	44	5,68	0%	0%	0%	11%	34%	30%	25%
B05	Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit von Kindern und Jugendlichen mitgestaltet wird.	44	4,8	5%	11%	2%	16%	27%	25%	14%
B06	Digitale Angebote tragen dazu bei, dass die Offene Kinder- und Jugendarbeit Kinder und Jugendliche in der Breite erreicht.	44	5,36	5%	0%	7%	11%	18%	39%	20%
B07	Digitale Angebote unterstützen das Pflegen von Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen.	44	5,36	0%	7%	5%	9%	27%	30%	23%
B08	Digitale Angebote fördern die Teilhabe von benachteiligten Kindern und Jugendlichen an unseren Angeboten.	44	4,23	9%	20%	5%	20%	9%	23%	14%

*N=Stichprobengröße

**M=Mittelwert

Anhang 6: Freitextantwort Item B021

Einleitungstext: „Warum denken Sie, dass digitale Angebote eine Gefahr für die Offene Kinder- und Jugendarbeit sind?“

Hinweis: Diese Frage war eine Filterfrage, die nur abgefragt wurde, wenn das Item B02 mit Zustimmung (5-7) beantwortet wurde.

- Da sich Kinder meistens in der digitalen Welt bewegen und austauschen, sollte das Kinder- Jugendhaus ein Ort sein, wo der soziale Austausch untereinander im Fokus steht.
siehe letzte Seite und es ist schwierig, da ich als pädagogische Fachkraft auch Storys von vielen Jugendlichen oder Teenies sehe, die nicht sehr angebracht oder legal sind. Wie gehe ich damit um? Keiner sagt mir, wie ich da handeln soll. Bsp. Ein Jugendlicher postet in seiner Story Drogen. Am nächsten Tag kommt er zu uns ins KJH. Gehe ich auf ihn zu und spreche es an? Eigentlich wäre das meine Aufgabe mich mit ihm über das Thema auseinanderzusetzen vor allem welche Gefahren das bringt wenn man so etwas postet. Aber widerrum denke ich mir, wenn ich jetzt Polizei spiele, was die Jugendlichen posten, kommentieren etc. ist das ein großer Schritt in denen ihre Privatsphäre, sie fühlen sich genervt wieso ich mich da einmische etc. Ist das meine Aufgabe alles zu kontrollieren, reflektieren bei jeder einzelnen Person? Das würde nochmals den Rahmen sprengen für unsere Arbeit. Auch die Gefahr bzgl Datenschutz ist sehr schwierig. Wie verhalte ich mich als pädagogische Fachkraft, wenn Teenies unter 14 schon Instagram haben. Eigentlich ist das nicht erlaubt aber es ein guter Kommunikationsweg für uns Mitarbeiter. Nehme ich trotzdem den Kontakt darüber auf oder nicht? Es gibt noch sehr viele offene Fragen und zu wenig Schulungen, einheitliche Regeln bezüglich Social Media.

Anhang 7: Mehrfachauswahlantworten Item B10

Einleitungstext: „Was hindert Sie als Fachkraft bzw. Ihre Einrichtung daran digitale Angebote durchzuführen?“

Auswahlmöglichkeit, sortiert nach Zustimmung	N	Ausgewählt von:
Ich sehe keinen Nutzen in digitalen Angeboten	45	9%
Digitale Angebote gehören nicht zu unserer Einrichtungskonzeption	45	9%
Mir fehlen die Konzepte oder Ideen für digitale Angebote	45	16%
Der Aufwand ist zu groß	45	27%
Ich habe zu wenig Medienkompetenz	45	29%
Meiner Einrichtung fehlen die nötigen Ressourcen	45	40%
Datenschutzrichtlinien sind eine zu große Hürde	45	47%
Sonstige, nämlich:	45	36%

Freitextantworten unter „Sonstige, nämlich:“

Anderer Kollege zuständig; ich mach mehr analog;
bei meinem Arbeitsschwerpunkt sehe ich selten einen Nutzen in digitalen Angeboten
das interesse von jugendlichen ist (außerhalb von Instagram und Kontaktaufnahme via Messenger) nicht da
Die Kapazität der Arbeitsstunden wird durch die Analoge Arbeit fast aufgebraucht.
Eltern wollen bei Kindern kein bis nur ein wenig Angebote im Medienbereich
Es hindert mich nichts daran. Wieso ist die Frage negativ formuliert?
Feedback und Kommunikation ist nicht transparent und authentisch. Digiale Beziehungen gehen nicht in die Tiefe
Geld
Kein persönliches Interesse an dieser Angebotsform
mich hindert nichts daran
Nichts wir führen digitale Angebote durch
Projekte im Medienbereich werden manchmal nicht weitergefördert
Tagesgeschäft; Personal- und Zeitaufwand gekoppelt mit teilweise fehlende feste Zuständigkeiten
Verschiedene Ansichten im Team, wie wichtig und sinnvoll digitale Inhalte sind und wie viele Besucher*innen erreicht werden...
Zeitliche Ressourcen, wenn die Einrichtung gut besucht ist, gibt es zu wenig Fachkräfte, die dann auch noch online Angebote anbieten können. Während des Lockdowns in der Pandemie war das natürlich anders. Da gab es die zeitlichen Ressourcen u. das Fachper
Zeitlichen und personelle Ressourcen fehlen

Anhang 8: Freitextantworten Item B11

Einleitungstext: „Welche Rolle sollten digitale Angebote Ihrer Meinung nach in Zukunft in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit spielen?“

- Informationen und Aufklärung über den Umgang auf Sozialen Plattformen - Hilftestellung bei Problemen im Netz (Mobbing/Kostenfallen/Wie kann ich mich schützen bei Instagram,Snapchat und co./... usw)
Unterstützung bei der Kontaktpflege - Bewerbung unserer Einrichtung und Angebote - Kinder und Jugendliche z.B. im Krankheitsfall am Geschehen im KJH zu beteiligen
Als Zusatz zu analogen Angeboten ggf. sinnvoll, ebenso Ergänzung (z.B. politische Jugendbildung, Nachhaltigkeitsthemen), da digital/interaktiv häufig interessanter und höherer Lerneffekt
Die Digitale Jugendarbeit ist ein eigenständiger Bereich in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Neben den reinen Freizeitangeboten, vermitteln wir wie immer in der offenen Kinder- und Jugendarbeit Kompetenzen, die die Kinder- und Jugendlichen spielerisch erwerben.
Die OKJA muss sich immer an der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen orientieren. Und da in der heutigen Zeit es gar nicht mehr OHNE Digitalität geht, MUSS die OKJA da mitmachen! Es geht nicht darum, dass alle Angebote auf digital umgestellt werden. Sondern, dass ein Verständnis über und von dem Nutzen digitaler Angebote im Konzept der Einrichtungen verankert ist.
Digitale Angebote können immer mal wieder angeboten werden, wenn es auch zum Thema paßt. Aber ich finde persönliche Gespräche, Angebote und hinausreichende Arbeit im Moment wichtiger und auch bei den Kindern und Jugendlichen beliebter.
digitale Angebote sollen zukünftig in der alltäglichen Arbeit der OKJA vertreten sein. Dies fehlt sowohl im Schulsetting als auch im Alltag der Kinder und Jugendlichen. Medienkompetenz soll auch in der Freizeit von jungen Menschen gefördert werden. Durch die Digitalisierung und den dadurch entstandenen freien Zugang zu aller Art von Medien erhalten junge Menschen unbegrenzt Zugang zu Inhalten, die jedoch auch falsch oder gefährlich sein können. Digitale Angebote der OKJA können Jugendliche im Reflektionsvermögen des Umgangs mit Medien fördern. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung sind Medien nicht mehr aus der Lebenswelt der jungen Menschen wegzudenken, was die Notwendigkeit der digitalen Angebote der OKJA unterstreicht.
Digitale Angebote sollten ein fester Bestandteil in der offenen Kinder- und Jugendarbeit sein. Es ist wichtig die benötigten Geräte zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig ist es unerlässlich die Kinder und Jugendlichen im Umgang mit Medien aller Art zu schulen und zu begleiten. Sicherheit, Datenschutz und Kenntnis über die aktuellen gesetzlichen Grundlagen sind für Mitarbeitende obligatorisch.
Digitale Angebote sollten eine dauerhafte Rolle in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit spielen. Wichtig ist aber auch die Überprüfung/Evaluation ob damit die gewünschten Zielgruppen erreicht werden.
Digitale Angebote sollten weiterhin ein fester Bestandteil der Offenen Kinder- und Jugendarbeit sein - sowohl für die Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Einrichten, als auch für aktive Mitgestaltung von Offener Jugendarbeit. Da mediale Inhalte ein wichtiger Bestandteil in der Lebenswelt von Jugendlichen sind, sollten wir diese auch in Zukunft dazu nutzen, um Kindern und Jugendlichen zu begegnen und dabei auch medienpädagogisch und präventiv wirksam zu werden.
Digitales ist Teil des Lebens und deshalb genauso Teil der OKJA
Ein Standardangebot vergleichbar mit analogen Programmen
Eine deutlich größere und wichtigere. Nicht nur als Gaming vor Ort oder ab und zu ein Insta-Post. Wir müssen dort sein, wo Jugendliche sind. Nur dann erreichen wir sie auch wieder!
Eine Große, wenn wir die Zukunft nicht verschlafen wollen;
Eine gute Mischung von analog und digital, das die Bindung bestehen bleibt, die Schnelllebigkeit weniger wird und aber auch die Kinder und Jugendliche erreicht werden können, die entweder digital unterwegs sind aber auch die die kein Geld haben für Smartphone Internet usw.
Eine nicht allzugroße eher Angebote die in die andere Zielrichtung gehen
Eine sehr starke, da sich die Lebenswelt der Persönlichkeiten unserer Gesellschaft sehr stark verändert haben. Die digitalen Medien sind in vielen Lebenssituationen vertreten und für manche Personen ist es einfach in der digitalen Welt in den Austausch zu treten. Zudem ist die Präventionsarbeit in den digitalen Medien essentiell für ein selbstbestimmtes Arbeiten in den digitalen Medien. Durch social media scheint es einfacher Kontakte im digitalen Bereich zu pflegen, jedoch ist dies erschwerend auf Grund von Datenschutz etc.
Es kann ein zusätzliches Angebot sein, sollte allerdings nicht die Analogen Angebote verdrängen. Vermutlich ist es eine Entscheidung, wie viel Arbeitszeit man für was realistisch hat.

Gerne dürfen digital Angebote in Zukunft mehr vorkommen. Jedoch sehe ich die Beziehungsarbeit primär im persönlichen Kontakt. Es kommt meiner Meinung auf die Einrichtung, die Kompetenzen und Möglichkeiten der Fachkräfte und auf die Kompetenzen der Schüler an. Bei uns ist ein großes Hindernis für neue Angebote primär der Fachkräftemangel, bzw. die Personalanzahl. Die Öffnung des Hauses steht bei uns immer im Vordergrund, weil wir für viele Besucher das Wohnzimmer sind (zudem auch ein Flucht- und Erfahrungsraum) und das geht nur mit persönlicher Anwesenheit und Zuverlässigkeit der Hausöffnung. Daher sehe ich auch in Zukunft nur dann zeit und Raum für vermehrt digitale Angebote, wenn eine Fachkraft eine persönliche Expertise dazu hat und diese ohne großen Aufwand in die Einrichtung mitbringen kann.
Ich finde die digitale Jugendarbeit sehr wichtig aber es nimmt sehr viel Zeit in Anspruch und es sprengt die Aufgaben, die Erzieher/Innen täglich leisten. Überwiegend gibt es in jeder Einrichtung Personalmangel und dazu noch die digitale Jugendarbeit gut und profesionell zu pflegen ist sehr schwer da man Abstriche machen muss, was wichtiger ist. Der offene Bereich, Kooperationen etc oder die digitale Jugendarbeit. Auch von vielen Mitarbeitern fehlt die Erfahrung oder das Interesse. Gerade weil die älteren Mitarbeiter wenig Kontakt mit SocialMedia haben, können es nur überwiegend junge Mitarbeiter und wenn diese Person Krank ist oder im Urlaub, fällt dies dann weg weil keiner sich sonst damit auskennt. Viele weigern oder möchten sich auch nicht mit SocialMedia auseinandersetzen.
Ich persl. denke das die Rolle der digitalen Angebote zunehmen wird. Da es für die meisten Besucher schon jetzt keinen Unterschied mehr gibt zwischen dem Digitalen Raum und dem realen Raum. Zumindest ist dies meine Wahrnehmung zu diesem Thema.
Sie sollten in der Konzeption verankert sein und an jede Einrichtung individuell angepasst. Sie ersetzen nicht die analoge Arbeit, ergänzen aber und erweitern die Arbeit. Die Frage ist, was davon informativ gestaltet werden soll und inwieweit interaktiv gemacht werden kann/soll
Sie sollten zukünftig Konzeptionell immer bereits mitgedacht werden.
Sie sollten zum alltäglichen arbeiten dazugehören. Hypride Einrichtungen sind die Zukunft
Social Media ist ein wichtiger Bestandteil in der Lebenswelt unserer Besucher und werden daher immer mehr eine wichtige Rolle spielen.
Sollten Appettit auf einen Besuch in der Einrichtung oder den Programm machen und ergänzend zur Angebotspalette betrachtet werden.
Werbung- und Informationsplattform, Kommunikation mit einzelnen Besucher*innen
Zugang zu Kindern und Jugendlichen, die über das analoge Angebot der OKJA nicht erreicht werden; Intensivierung von bestehenden Beziehungen durch niedrigschwellige und schnelle Erreichbarkeit
zur Kontaktaufnahme und Kommunikation (Chat,Instagram) zur Öffentlichkeitsarbeit (in Beteiligung der K&J) Medienpädagogische Angebote als Sonderangebote (Zocker-Abend etc.)

Anhang 9: Auswahlantworten Items C01-C09

Einleitungstext: „Wie schätzen Sie digitale und analoge Angebote im Vergleich ein?“

Skala: 1=stimme gar nicht zu; 4=weder noch; 7=stimme voll zu;

Item	Aussage	N*	M**	1	2	3	4	5	6	7
C01	Digitale Angebote sind als Ergänzung zu den analogen Angeboten zu sehen.	44	5,7	2%	7%	0%	11%	11%	25%	43%
C02	Die Ziele in meiner Arbeit mit digitalen Angeboten unterscheiden sich von denen in analogen Angeboten.	44	4,16	16%	16%	7%	14%	11%	18%	18%
C03	Digitale Angebote sind für mich als Fachkraft mit mehr Aufwand verbunden als analoge Angebote.	44	3,89	9%	16%	11%	32%	14%	9%	9%
C04	In digitalen Angeboten ist es schwerer Beziehungen zu Kindern und Jugendlichen aufzubauen.	44	5	5%	2%	9%	18%	23%	25%	18%
C05	Durch digitale Angebote schaffen wir es als Einrichtung näher im Alltag der Kinder und Jugendlichen zu sein als durch analoge Angebote.	44	3,27	23%	18%	9%	23%	16%	9%	2%
C06	In analogen Angeboten können Kinder und Jugendliche mehr soziale Kompetenzen erlangen.	44	4,89	7%	9%	7%	11%	23%	18%	25%
C07	Durch digitale Angebote erreichen wir junge Menschen, die wir durch analoge Angebote nicht erreichen.	44	4,95	2%	11%	5%	9%	34%	20%	18%
C08	In digitalen Angeboten findet weniger Interaktion zwischen den Kindern und Jugendlichen statt als in analogen Angeboten.	44	4,36	11%	9%	11%	16%	18%	20%	14%
C09	Digitale Angebote können von Kindern und Jugendlichen weniger mitgestaltet werden als analoge Angebote.	44	3,45	14%	18%	16%	34%	2%	11%	5%

*N=Stichprobengröße

**M=Mittelwert

Anhang 10: Freitextantworten und Kodierung Item C10

Freitextantworten Ziele digitale Angebote

Einleitungstext: „Welche Ziele verfolgen Sie typischerweise mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung? Bitte notieren Sie die drei wichtigsten Ziele.“

Anpassung an heutige Lebnswelten
Aufmerksam machen auf die Einrichtung
Aufmerksam machen auf unsere Angebote und Möglichkeiten
Bedarfsorientierung
bekannt machen
Beziehungsarbeit
Darstellung der Arbeit, des Hauses, Erreichen der Zielgruppe
Die Jugendlichen werden über unsere Angebote informiert
Digitale Medien als Mittel zur Kommunikation und Vernetzung
Erreichbarkeit
Erreichbarkeit für die die nicht kommen können
Information
Information, Beratung
Informationen bzgl. Schließzeiten, Programm etc.
Informationen zu bestimmten Angeboten
Informationsvermittlung
Kinder und Jugendliche erreichen
Kontaktpflege zu Besuchern
Lebensweltorientiertes arbeiten ist möglich
Medienkompetenz in Form von Refkletionsvermögen stärken
Mehr Leute erreichen
Neue Personen erreichen
niederschwellige Kommunikation/Beziehung mit Zielgruppe (Chat usw.)
Niederschwelligkeit
Öffentlichkeitsarbeit
Schnelle Hilfe und Beratung
Up to Date sein
Vermittlung von Medienkompetenz
Werbung
Werbung für analoge Angebote
zusätzliche Erreichbarkeit
Aktuelle Informationen über Angebote, Öffnungen, Veranstaltungen
Auseiandersetzung mit der Lebenswelt der Kinder- und Jugendlichen
Beteiligung
Beziehungsarbeit
Chancengleichheit
Chancengleichheit für Meschen die keinen Zugang zu analogen Angeboten haben
Die Jugendlichen werden über wichtige Themen informiert (Haus, aber auch über die Welt)
Digitale Repräsentation vergangener analoger Angebote
Direkter Kontakt
ein zusätzlicher, sehr niederschwefliger Zugang

Information zu Missbrauch etc.
Informelle Bildung
Inklusion
Interessen und Fähigkeiten der Besucher*innen aufgreifen und einfließen lassen
Kinder und Jugendliche medienkompetet machen
Kommunikaion
Kommunikation mit Jugendlichen
Kommunikationsweg
Kontakt/Beziehung aufrecht(!) erhalten
Kontakte aufbauen
Kontakte aufrechterhalten bei Krankheit und Abwesenheit
Kooperationen
Medienkompetenz stärken
Mittel zur Teilhabe (Sprich online Umfragen, Abstimmungen usw.)
Offenheit
Öffentlichkeitsarbeit in Beteiligung der K&J
Partizipation
Prävention, Beratung, Unterstützung
Selbständiges Interesse fördern
Termine
Transparenz (beispielsweise über Angebote)
Zugänge schaffen
Bedürfnisorientiert anbieten;
Begleiten der Zielgruppe in digitale Welten
Darstellung anhand von Bildern von unseren Angeboten im Haus
Darstellung der Arbeit
Die Jugendlichen haben eine Möglichkeit jederzeit mit uns in Kontakt zu treten
digitale Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen kennenlernen
Entlastet uns in der Organisation von Betreuung
Erreichen der Lebenswelt Jugendlicher
Gruppendynamische Arbeit
Imagepflege
Kommunikation
Kontakt halten und alltagsnahe Kommunikation mit jungen Menschen
Kontakt zu Jugendlichen, die nicht immer in die Einrichtung kommen können.
Kontakt/Beziehung
Medienkompetenzentwicklung
Mehr Bandbreite was Angebote betrifft
Miteinander fördern
Mitgestaltung (gemeinsam digitale Inhalte erstellen, instagram)
Möglichkeiten schaffen zur Vernetzung
Patizipation
Präsenz
Präventionsarbeit im Umgang mit sozialen Medien
Schaffung, Bewerbung und Durchführung von Angeboten
Sichtbar sein mit pädagogischer Einstellung/menschenrechtsorientierter Haltung

Spaß/Unterhaltung
Umfragen / Meinungsabfragen bei Jugendlichen
Unerhaltung
Vermittlung Medienkompetenz / Verantwortung

Freitextantworten Ziele analoge Angebote

Einleitungstext analoge Angebote: „Welche Ziele verfolgen Sie typischerweise mit analogen Angeboten in Ihrer Einrichtung? Bitte notieren Sie die drei wichtigsten Ziele.“

Alltagsbegleitung und -unterstützung
Ansprechperson
Befähigung zur gesellschaftlichen Teilhabe
Begleiten
Bereitstellung von (Experimentier-)Räumen
Beteiligung
Beteiligung
Beteiligung und Stärkung
Beziehung
Beziehung
Beziehungen auf- und ausbauen und bei Problemen mit Rat zu Seite stehen
Beziehungen aufbauen
Beziehungen aufbauen
Beziehungsarbeit
Beziehungsarbeit
Beziehungsaufbau
Beziehungsaufbau
Bildung
Bildung und Beratung
Bindung
Der Person angepasst (Z.B. Sozialkompetenz, Persönliche Kompetenz, Aneignung von Kulturtechniken.)
Die Jugendlichen entwickeln Fähigkeiten weiter
Die Jugendlichen können ihre Interessen nachgehen
Die Jugendlichen wachsen in ihrer sozialen Kompetenz
Direkte Interaktion
Einen Raum als Treffpunkt bieten und zu sozialer Interaktion einladen
Erlangen von versch. Kompetenzen
Erlernen von sozialen Fähigkeiten
Erlernen von Toleranz,sozialen Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen
Erreichen der Lebenswelt Jugendlicher
Faszination für Themen vermitteln
Förderung der Entwicklung zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten
Förderung personaler und sozialer Kompetenz
Förderung von Sozialkompetenzen
Förderung von Spiel, Bewegung, Kreativität
Freiräume schaffen
Freizeitaktivitäten anbieten
Freizeitangebot für Besucher*Innen

Freizeitgestaltung
Freizeitgestaltung für Jugendliche
Freude
Gespräche
Gruppendynamische Arbeit
Helfen, wo bedarf
Hilfe (zur Selbsthilfe)
Hilfe zur Selbsthilfe
Hilfestellung bereitstellen
Informationen und Einüben zu bestimmten Themen wie Nachhaltigkeit
Informationsvermittlung
Informelle Bildung
informelle Bildung der Zielgruppe (u.A. durch Angebote, Aktionen, Ausflüge etc.)
Integration
Interessen und Fähigkeiten der Besucher*innen aufgreifen und einfließen lassen
Kinder und Jugendliche erreichen
Kommunikation mit Jugendlichen
Kompetenz stärken;
Konfliktfähigkeit
Kontakt/Beziehung
Kreativität stärken
Kultur- und Medienbildung
Mit Kindern und Jugendlichen in Kontakt kommen
Mitgestaltung und Verantwortung übernehmen
Niederschwelligkeit
Offenheit
Ort für Freizeit
Partizipation
Partizipation
Präsenz und Zuverlässigkeit
Prävention
Schaffung eines sicheren Raumes (Safe Place)
Schnelle Rückfragen und Beziehungsaufbau möglich
Soziale Kompetenzen erlangen
soziale Kompetenzen pflegen
Soziales Lernen
soziales Miteinander
Soziales Miteinander
Sozialkompetenz
Sozialkompetenz
Spaß
Spaß haben
spaß,
Stärkung des Selbsbewusstseins
Steigerung des Selbstwertgefühls durch Beteiligung und Erfolge
Teambuilding

Unterstützung in der Persönlichkeitsentwicklung
Unterstützung/Beratung
Vermittlung von verschiedenen Alltagskompetenzen
verschiedene Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen fördern
Wertschätzung von Mensch und Material
wir geben den Kindern Gelegenheit sich haptisch mit Ihrer Umwelt auseinander zu setzen
wir möchten ihre Bewegungs-, Sprach-, und Sozialkompetenz fördern
wir möchten ihre Kreativität fördern, indem wir unterschiedliche Materialien zur Verfügung stellen
Zielgruppe erlebt selbstwirksamkeit
Zielgruppe kann niederschwelliges Bildungsangebot nutzen
Zielgruppe wird in ihrer sozialen Kompetenz gefördert

Kodierung der Freitextantworten

Hinweis: Da die verschiedenen Items einen unterschiedlichen Stichprobenumfang aufweisen, wurde für die Berechnung der Prozentzahlen der Stichprobenumfang M=36 zugrunde gelegt, was allen Fachkräften entspricht, die min. ein Ziel angegeben haben.

Kodierte Ziele	**Digitale Angebote**	**Analoge Angebote**
Öffentlichkeitsarbeit	75%	0%
Zielgruppe erweitern/Niederschwelligkeit	22%	0%
Lebenswelt/Bedarfsorientierung	22%	6%
Chancengleichheit	11%	6%
Kommunikation und Vernetzung	44%	11%
Experimentierräume	0%	11%
Beteiligung	19%	22%
Lebensbewältigung	6%	25%
Freizeitgestaltung	0%	25%
Beziehungsarbeit	36%	53%
Kompetenzen vermitteln	22%	86%

Stichprobengröße N nach Items:

Item	**Inhalt**	**N**
C101	Digitale Angebote 1.Ziel	36
C102	Digitale Angebote 2.Ziel	35
C103	Digitale Angebote 3.Ziel	28
C111	Analoge Angebote 1.Ziel	36
C112	Analoge Angebote 2.Ziel	34
C113	Analoge Angebote 3.Ziel	34

Anhang 11: Auswahlantworten Items D01-D08

Einleitungstext: „Wie nehmen Sie die Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung wahr?“

Skala: 1=stimme gar nicht zu; 4=weder noch; 7=stimme voll zu;

Item	Aussage	N*	M**	1	2	3	4	5	6	7
D01	Digitale Angebote finden die meisten Kinder und Jugendliche unnötig.	43	2,86	26%	21%	9%	35%	5%	5%	0%
D02	Die Kinder und Jugendliche schätzen den einfachen Zugang zu digitalen Angeboten.	42	5,21	0%	7%	2%	21%	17%	36%	17%
D03	Durch digitale Angebote haben Kinder und Jugendliche das Gefühl, dass unsere Einrichtung in ihrer alltäglichen Lebenswelt ist.	42	4,67	7%	7%	5%	19%	29%	21%	12%
D04	Die Kinder und Jugendliche schätzen die größere Anonymität in digitalen Angeboten.	42	4,71	2%	5%	7%	29%	26%	24%	7%
D05	Den Kindern und Jugendlichen fehlt der persönliche Kontakt in digitalen Angeboten.	42	4,21	5%	14%	12%	24%	17%	26%	2%
D06	Kindern und Jugendlichen fällt es in digitalen Angeboten leichter Kontakte untereinander zu knüpfen.	42	4	7%	17%	7%	36%	7%	24%	2%
D07	Kinder und Jugendliche haben die Chance unsere digitalen Angebote mitzugestalten.	42	4,48	2%	12%	7%	26%	26%	19%	7%
D08	Kinder und Jugendliche erwerben Medienkompetenzen durch unsere digitalen Angebote.	42	5,12	0%	10%	2%	12%	36%	24%	17%

*N=Stichprobengröße

**M=Mittelwert

Anhang 12: Freitextantworten Item D10

Einleitungstext: „Falls Sie noch etwas zu den Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen mit digitalen Angeboten in Ihrer Einrichtung loswerden wollen, ist hier Platz dafür:“

Die Kinder und Jugendliche schaffen durch die digitale Vernetzung eine Basis, auch außerhalb unserer Einrichtung in Kontakt zu sein und zu bleiben.
Es wird in der alltäglichen Arbeit kaum Zeit für digitale Angebote und Inhalte eingerichtet, Ideensammlung und Konzeptgestaltung zeigt sich als sehr langwierig, Medienkompetenz ist sehr unterschiedlich im Team
ich verstehe nach wie vor nicht, warum hier die digitale und die nicht digitale Welt als unterschiedliche gesehen wird. Entspricht das ihrem Verständnis von Realität?
Kernproblem in der digitalen Arbeit sind nicht nur die Rahmenbedingungen, welcher stark eingeschränkt werden durch ortsbedingte Förderungen oder Geld- und Zeitressourcen, sondern die Weiterbildung der Fachkräfte und Aufgeschlossenheit von Sozialarbeitenden ist nicht immer gegeben. Gerade das intergenerationale Lernen kann durch Medienarbeit stark gefördert werden, weil Kinder und Jugendliche die Expert:innen sind in diesem Themenbereich. Das Einlassen von Fachkräften auf die digitale Lebenswelt lässt zu wünschen übrig.
Leider kein wirkliches Wissen über die Wahrnehmung der Kinder und Jugendlichen.
Unsere Besucher haben nur spärlich an unseren digitalen Angeboten teilgenommen, obwohl wir den Zugang so leicht wie möglich gemacht haben. Für die wenigen, die teilgenommen haben, war es aber wichtig, dass sie so viel Zeit mit ihren KJG Mitarbeitenden verbringen konnten.

Anhang 13: Mehrfachauswahlantworten Item D11

Einleitungstext: „Was hindert Kinder und Jugendliche daran, an Ihren digitalen Angeboten teilzunehmen?“

Auswahlmöglichkeit, sortiert nach Zustimmung	N	Ausgewählt von:
Sie haben Datenschutz- und/oder Sicherheitsbedenken	45	7%
Die Angebote sind nicht barrierefrei	45	16%
Sie haben zu wenig Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien	45	24%
Sie werden durch unsere Öffentlichkeitsarbeit nicht erreicht	45	24%
Eltern schränken die Internet und Gerätenutzung von ihren Kindern ein	45	42%
Sie haben kein Interesse an digitalen Angeboten	45	44%
Sie besitzen nicht die nötigen digitalen Endgeräte	45	51%
Ihnen fehlt ein geeigneter Internetzugang	45	51%
Sonstige, nämlich:	45	7%

Freitextantworten unter „Sonstige, nämlich“:

Einschränkungen der Alterklasse
Wieso sollten sie an diegitalen Angeboten nicht teilnehmen können?
zu wenige interaktiv gestaltete Inhalte, erreicht werden sie aber bisher mit Informationen

Anhang 14: Freitextantworten E06

Einleitungstext: „Was Sie sonst noch zum Thema digitale Angebote in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit loswerden wollen:

Auch wenn mir selbst die Medienkompetenz fehlt, finde ich es sehr wichtig, dass die KJH nicht noch einmal von einem möglichen Lockdown (oder ähnlichem) überrascht werden. Auch zur Kontaktpflege mit den Besuchenden sind digitale Möglichkeiten nicht mehr wegzudenken.
Dringender nachhole Bedarf um eine Gleichwertigkeit zu erreichen.
Es fehlt die Anerkennung der Wichtigkeit dieser Angebote insbesondere durch politische Akteur:innen - Förderungen gibt es kaum und wenn dann nur zeitlich begrenzt. So kann sich die Soziale Arbeit nicht langfristig entwickeln.
es ist schon sehr individuell und auch Mitarbeiter*innen-abhängig, wie viel Interesse an der digitalen Arbeit mitgebracht wird. Demnach gestaltet sie sich unterschiedlich in allen Einrichtungen, aber wichtig wäre eine gemeinsame Grundhaltung
Es wäre wichtig den digitalen Raum als Lebenswelt vieler Kinder und Jugendlichen wahrzunehmen und entsprechend im Allttag zu integrieren.
Ich arbeite in der offenen Arbeit mit Kindern im Alter von 5-12 Jahren. Wir sind mobil unterwegs und treffen die Kinder im öffentlichen Raum oder in der Schule bzw. Hort. Für unsere Arbeit kann ich den Fragebogen leider nicht ausfüllen, da wir den Kindern nur real begegnen und keinerlei Begegnung im digitalen Raum haben.
Ich habe es ja bereits erwähnt: Ich finde es schwierig, digitales von nichtdigitalem zu unterscheiden, auch in der Sozialen Arbeit. Wenn wir weiterhin diese Schere im Kopf haben, werden wir uns von unserer Zielgruppe entfernen. Ich empfehle Ihnen, hier keinen Unterschied zu machen.
mehr Fortbildungsmöglichkeiten sind wichtig zum Thema: - Welche Plattformen gibt es und wie kann man diese nutzen? - welche Gefahren gibt es in SocialMedia, wie gehen wir Mitarbeiter damit um wenn wir Beiträge, Storys etc von Jugendlichen sehen? - Schulung bzgl. Datenschutz. Was dürfen wir posten, reposten um Schutz unserer Besucher? - Wie gehen wir mit Mobbing auf SocialMedia um, welche Möglichkeiten haben die Betroffenen?

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen benutzt habe. Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen als solche kenntlich gemacht habe. Ich versichere, dass ich kein wissenschaftliches Fehlverhalten im Sinne des § 2 der an der EH Ludwigsburg erlassenen „Richtlinien zum Umgang mit wissenschaftlichem Fehlverhalten“ begangen habe.

Remshalden, 24.11.2023	Luca Sigle
Ort, Datum	Unterschrift

Hinweis: Es handelt sich bei der vorliegenden Fassung um eine geringfügig überarbeitete Version der im Dezember 2023 eingereichten Bachelorthesis.