

Bildungsdirektion

Offene Kinder- und Jugendarbeit Burgdorf und Umgebung (JuBU)

Konzept Digitale Jugendarbeit

Digitale Medien und Jugendliche

Digitale Medien sind ein fester Bestandteil der Lebenswelt von Jugendlichen und nicht mehr wegzudenken. Sie durchziehen alle Aspekte des Alltags und sind ein wesentlicher Teil der Freizeit – also den Bereich, in dem die offene Kinder- und Jugendarbeit hauptsächlich tätig ist. Um die Kinder und Jugendlichen in diesem Thema sozialarbeiterisch angemessen begleiten zu können, muss die Jugendarbeit diesem Umstand Rechnung tragen. Dabei liegt der Fokus der sozialarbeiterischen Aufgabe dabei, den Umgang mit den digitalen Medien zu thematisieren.¹

Laut einer österreichischen Studie können Jugendarbeiter*innen wichtige Bezugspersonen sein, wenn es um digitale Themen und Erfahrungen geht. Einerseits, weil ihnen im Vergleich zu anderen Erwachsenen wie Eltern oder Lehrpersonen häufig eine grössere Nähe zu der medialen Lebenswelt zugetraut wird, andererseits weil ihnen oft viel Vertrauen entgegengebracht wird. Die Jugendarbeit hat durch die Nutzung einen direkten und schnellen Kontakt zu den Jugendlichen und kann auch „heikle“ Sachen, welche gepostet werden, direkt ansprechen. Die Jugendarbeiter*innen werden in den Gesprächen mit Jugendlichen mit allem konfrontiert, was diese in den Medienwelten gerade beschäftigt, irritiert oder überfordert. Dadurch wird eine zentrale Grundlage geschaffen, denn medienpädagogische Interventionen sind nur wirksam, wenn eine Vertrauensbasis gegeben ist.²

Ausgangslage in Burgdorf

Die JuBU ist seit 2009 auf **Facebook** aktiv. Aufgrund der engen Zusammenarbeit mit der ev.-ref. Kirchgemeinde Burgdorf wurde mit einem gemeinsamen Profil gestartet. Durch die Veränderungen an den beiden Stellen veränderte sich auch der Auftritt. Anfang 2012 wechselte die JuBU zu drei eigenen Profilen – je eines für die drei Einsatzgebiete Burgdorf, Oberburg und Hindelbank und Umgebung. Dieser Wechsel brachte Vorteile:

- Die Kommunikation mit den Jugendlichen wurde direkter.
- Die Jugendlichen wussten, welches Gesicht hinter dem jeweiligen Profil steckt. Dadurch fühlten sie sich sicherer, mit den einzelnen Jugendarbeitenden in Kontakt zu treten und taten dies mehr..

2014 eröffnete der Standort Oberburg versuchsweise einen **Instagram**-Account. Die Erfahrungen damit waren durchwegs positiv. Vor allem jüngere Kinder und Jugendliche waren auf dieser Plattform sehr aktiv und konnten mit dem eigenen Instagram-Account gut erreicht werden. So wurde ab Anfang 2015 wieder für jeden Standort ein separater Instagram-Account betrieben.

Ab 2015 verfügten alle Mitarbeitenden über ein eigenes Arbeits-Smartphone. Zeitgleich wurde damit begonnen, **WhatsApp** zu nutzen. Dieser wird im Kontakt mit den Jugendlichen für Verabredungen, Rück- und Anfragen rege genutzt, sowohl von den Jugendlichen als auch den Jugendarbeitenden.

Die Arbeits-Smartphones werden aus Datenschutzgründen nicht an die Zielgruppe zur Nutzung herausgegeben. Im Jugendtreff Burgdorf gibt es ein Treff-Smartphone, mit welchem die Jugendlichen Musik abspielen dürfen oder Videos anschauen können.

¹ DOJ, Leitfaden Digitale Medien in der OJKA, 2018

² Quelle: Jugend und Medien. Nationale Plattform zur Förderung der Medienkompetenz.

<https://www.jugendundmedien.ch/medienkompetenz-foerdern/jugendarbeit.html>. Studie „Screenagers““. International research projekt. Digitale Medien in der österreichischen Jugendarbeit.

https://www.wienextra.at/fileadmin/web/medienzentrum/PDF/Screenagers_Bericht_DigitaleMedienJugendarbeit.pdf. Zuletzt geprüft am: 07.01.2020.

Im Sommer 2024 wurde auf Anfrage ein **Snapchat**-Account für Burgdorf hinzugefügt. Dieser wird genutzt, um Flyer zu posten und Fragen der Zielgruppe zu beantworten.

Die Jugendarbeit verfügt weiterhin über eine eigene **Homepage**. Diese wird vor allem als Kommunikationsmittel für Erziehungsberechtigte und interessierte Erwachsene gesehen.

Aktuell sind das alle Medien/Kanäle, welche die JuBU selbst zur Kommunikation für oder mit den Zielgruppen und deren Umfeld nutzt.

Zielsetzungen und Massnahmen bezüglich Instagram und WhatsApp und Snapchat

Mit der Nutzung von **Instagram**, **WhatsApp** und **Snapchat** verfolgt die JuBU im Hinblick auf ihre Primärzielgruppe, Jugendliche zwischen 12 und 20 Jahren, folgende Ziele:

Wirkungsziele:

- Die Jugendlichen nehmen die JuBU als Präsent wahr.
- Die Jugendlichen erinnern sich stetig daran, dass die JuBU eine Anlaufstelle für sie ist, und haben eine niederschwellige Möglichkeit mit der JuBU in Kontakt zu treten.
- Die Jugendlichen gehen bewusster mit ihrer Kommunikation innerhalb der digitalen Medien um.

Leistungsziele:

- Die Jugendarbeit übermittelt Jugendlichen kurzfristig und unmittelbar für sie geeigneten Angebote.
- Die Jugendarbeit macht sich für Jugendliche unmittelbar, greif- und fassbar.
- Die Jugendarbeit ermöglicht einen direkten und schnellen Kontakt zur JuBU.
- Die Jugendarbeitenden nehmen Sorgen von Jugendlichen betreffend der Kommunikation innerhalb der digitalen Medien auf und besprechen diese mit ihnen. Im Bedarfsfall weisen sie sie an geeignete Fachstellen weiter.

Massnahmen:

Instagram: Der Account wird regelmässig bewirtschaftet. Nach Bedarf wird aktiv etwas gepostet (Flyer oder Fotos). „Stories“ (24 Stunden aktiv) oder Hashtags werden nach Bedarf oder bei Grossanlässen genutzt. Die Posts sind zielgruppengerecht.

WhatsApp: wird regelmässig bewirtschaftet und dient zur direkten Kommunikation in Einzel- oder Gruppenchats. Bei Bedarf und Grossanlässen können „Stories“ erstellt werden. Während einer längeren Abwesenheit werden die Gruppenchats auf „stumm“ geschaltet, sodass die Jugendlichen in dieser Zeit keine Nachrichten schreiben können.

Snapchat

Der Account wird regelmässig bewirtschaftet. Nach Bedarf wird aktiv etwas gepostet (Flyer oder Fotos). Die „Stories“ sind 24 Stunden aktiv, können aber bei Bedarf in den Memories gespeichert werden, damit sie wie als Betrag angesehen werden können. Die Posts sind zielgruppengerecht.

Zielsetzungen und Massnahmen bezüglich Homepage und Facebook

Mit der **Homepage** und dem **Facebook-Profil** verfolgt die JuBU im Hinblick auf die erweiterte Zielgruppe wie Erziehungsberechtigte und weitere Interessierte folgende Ziele:

Wirkungsziele:

- Die Erziehungsberechtigten sind über das Programm und die Grundlagen der JuBU informiert.
- Die Erziehungsberechtigten wissen jederzeit, an wen sie sich bei Fragen wenden können.

Leistungsziel:

- Die Jugendarbeit informiert zeitnah und aktuell bzw. pflegt ihre Daten.
- Die Jugendarbeit stellt für Erziehungsberechtigte und interessierte Dritte relevante Informationen über die JuBU bereit.

Massnahmen:

Homepage: Regelmässige Pflege der Daten, Bilder und Flyern.

Facebook: Regelmässige Posts von aktuellen Flyern.

Grundsätze der JuBU im Umgang mit den genutzten digitalen Medien

... Profile (Facebook, Instagram, WhatsApp)

Damit die JuBU als Einheit erkennbar ist, werden die Profile so gestaltet, dass sie einen Wiedererkennungswert bei den Fotos und dem Namen bieten. Die einzelnen Jugendarbeitenden sind für die Inhalte der Profile verantwortlich.

... Freunde bzw. Follower

Es geht nicht darum, möglichst viele Freunde bzw. Follower zu haben. Grundsätzlich werden Anfragen nur versendet, wenn vorher von derselben Person eine Anfrage eingegangen ist. Es wird klar kommuniziert, dass es in der Hand der Jugendlichen liegt, ob sie die Anfrage eines/r Jugendarbeitenden akzeptieren wollen oder nicht.

... das Posten von Informationen

Welche Informationen oder Bilder gepostet werden, liegt im Ermessen der einzelnen Jugendarbeitenden. Die Jugendarbeit soll nicht überflutend wirken. Grundsätzlich sollten Neuigkeiten, wann immer möglich, eher während der Freizeit statt der Schulzeit an die Jugendlichen verschickt werden. Bei Standortübergreifenden Informationen (z.B. Semesterprogramm) können die anderen Standorte verlinkt werden. *Siehe Tabellen „Vorgehen bei...“*

... Fotos

Fotos, auf denen Kinder und Jugendliche gut erkennbar sind, werden nicht veröffentlicht. Für diese Art der Öffentlichkeitsarbeit steht unsere Homepage zur Verfügung. Die Jugendarbeitenden entscheiden, ob sie den Link auf ein Foto auf Facebook stellen wollen. Auf Facebook und Instagram werden Profildaten, Flyer sowie Fotos, auf denen keine Jugendlichen zu sehen sind, gepostet.

... Sprache

Jede*r Mitarbeitende entscheidet selbst über die Wortwahl im Hochdeutsch oder Schweizerdeutsch und achtet auf respektvolle, inklusive und gendergerechte Sprache.

Präventionsarbeit / medienpädagogische Intervention

... heikle Inhalte in den Profilen der Jugendlichen

Jugendliche posten teilweise heikle Inhalte in ihren Profilen (z.B. sehr freizügige Fotos). Die Jugendarbeitenden entscheiden je nach Situation, ob und wie sie darauf reagieren sollen. Dabei wird versucht, einen Mittelweg zwischen „moralischem Zeigefinger“ und „Wegsehen“ zu gehen. Heikle Inhalte

werden nie öffentlich kommentiert. Darauf wird entweder mit einer direkten Nachricht, im direkten Chat oder bei einem persönlichen Gespräch reagiert.

... unangebrachte Inhalte auf unseren Pinnwänden

Unangebrachte Inhalte wie z.B. sexistische oder rassistische Äusserungen und Kommentare werden auf unseren Profilen nicht toleriert. Erscheinen solche Inhalte auf unseren Pinnwänden, werden diese umgehend gelöscht und je nach Situation Kontakt mit der Verfasserin / dem Verfasser aufgenommen.

... Aufklärungsarbeit über Gefahren in sozialen Netzwerken

In sozialen Netzwerken gibt es einige Gefahren (Cybermobbing, Cybergrooming etc.). Nach Möglichkeit und Bedarf wird auf mögliche Gefahren bzw. zum Datenschutz und den Privatsphäre-Einstellungen hingewiesen oder das persönliche Gespräch mit den Betroffenen gesucht.

Vorgehen bei Posts...

...vor regelmässigen Events (Instagram, Snapchat, Facebook)

Ablauf	Wann?
Instagram und Facebook: Es wird ein Rahmen um den Flyer gemacht, damit der Flyer auf das Beitragsformat angepasst wird (z.B. mit Picsart auf dem Handy oder direkt auf dem Computer).	Sobald der Flyer freigegeben ist
Snapchat: der Flyer kann unbearbeitet hochgeladen werden und danach wird er in den Memories gespeichert, damit er wie als Betrag angesehen werden kann.	

...vor unregelmässigen Events (Instagram, Snapchat, Facebook)

Ablauf	Wann?
Instagram und Facebook: Es wird ein Rahmen um den Flyer gemacht, damit der Flyer auf das Beitragsformat angepasst wird.	Sobald der Flyer freigegeben ist
Snapchat: der Flyer kann unbearbeitet hochgeladen werden und danach wird er in den Memories gespeichert, damit er wie als Betrag angesehen werden kann.	
Instagram und Facebook: den Post in der <u>Story</u> reposten als Erinnerung.	Am Tag des Angebots (falls es für nötig gehalten wird auch vorher einmal)
Snapchat: Entweder das Gleiche machen, oder eine individuelle Story erstellen, die als Erinnerung dienen soll. → Für unregelmässige Angebote mehr Werbung machen als für regelmässige, damit die Zielgruppe auch auftaucht.	
Falls möglich, einen Rückblick mit Bildern und Text posten. Es sind keine Gesichter erkennbar.	Nach dem Angebot

...bei Informationen für die Zielgruppe (Stories)

Ablauf	Wann?
<i>Anfrage im Team, ob es i.O. ist diesen Beitrag in die Story zu posten</i> Story Posten und ein Highlight daraus machen oder zum passenden Highlight hinzufügen.	Falls es Aktionen sind am jeweiligen Tag, sonst egal

Ablage: Informationen zum Thema finden sich im Axioma unter Fachaustausch/digitale Medien oder im Axioma unter JuBU – soziale Medien/issueSocialMedia_voja_juni2023.