



Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Digital.Total?! ---

Orientierungshilfe & Handlungsempfehlung

Herausgeberin



Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Landesarbeitsgemeinschaft Mobile Jugendarbeit/Streetwork Baden-Württemberg e. V.

Heilbronner Straße 180 • 70191 Stuttgart

www.lag-mobil.de

Telefon: 0711/16 56 222

servicestelle@lag-mobil.de

Konzeption, Projektleitung: Christiane Bollig | bollig@lag-mobil.de
Redaktion: Katharina Huber, Gerhard Eppler und Christiane Bollig
Grafik und Design: Mathieu Coquelin
Erscheinungsjahr: Oktober 2021
Erscheinungsort: Stuttgart
Bildnachweis: Alle Bilder, sofern nicht anders ausgewiesen, von pixabay.com

.....
Unterstützt durch



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR SOZIALES, GESUNDHEIT UND INTEGRATION



Die vorliegende Orientierungshilfe wurde im Auftrag der Landesarbeitsgemeinschaft Mobile Jugendarbeit/ Streetwork Baden-Württemberg e. V. von der AG Digitalisierung¹ erstellt und richtet sich in erster Linie an Praktiker*innen und Trägervertreter*innen Mobiler Jugendarbeit/ Streetwork. Inhaltlich basiert sie auf den Empfehlungen der Handreichung² „*Digital.Total?! Zum Umgang mit Social Media in der Mobilen Jugendarbeit*“ und dient der Handlungssicherheit in der Nutzung digitaler Angebote im beruflichen Alltag. Die beschriebenen Fachstandards Mobiler Jugendarbeit/Streetwork (LAG-Standards 2001 und BAG-Standards 2018) gelten auch für die Arbeit im digitalen Raum und sind somit handlungsleitend und umzusetzen. Hinsichtlich der Einhaltung formulierter Arbeitsprinzipien sind hierbei mögliche Grenzen stets zu berücksichtigen und zu reflektieren sowie gegenüber den Adressat*innen transparent zu kommunizieren. Darüber hinaus gilt es immer auch Alternativen zu anbieten oder zu entwickeln, um dem fachlichen Anspruch - wie dem Schutz personenbezogener Daten oder der Gewährleistung von Anonymität und Vertraulichkeit - gerecht zu werden.

.....
1 Die AG Digitalisierung gründete sich 2017 und beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Digitalisierungsprozesse auf das Handlungsfeld Mobile Jugendarbeit.

2 Handreichung „Digital.Total?!“ steht als Download kostenlos zur Verfügung. (URL: <https://www.lag-mobil.de/download/digital-total-handreichung-zum-umgang-mit-social-media-in-der-mobilen-jugendarbeit/>, letzter Zugriff: 21.06.2021)

Die Orientierungshilfe gliedert sich in zwei Teile:

Teil I Digitales Arbeiten in der MJA

Teil II Zentrale Fragestellungen/Reflexionsfragen

Die zwei Teile bauen inhaltlich aufeinander auf - sind jedoch auch getrennt voneinander zu nutzen. Während es im ersten Teil allgemein um die Klärung von Begrifflichkeiten geht, werden im zweiten Teil zentrale (Reflexions-)Fragen zur Nutzung und zum Einsatz von digitalen Angeboten im Arbeitsfeld Mobile Jugendarbeit zur Orientierung gestellt.

Teil I

Digitales Arbeiten in der Mobile Jugendarbeit/Streetwork

Die Prozesse der Digitalisierung haben unmittelbare Folgen und Auswirkungen auf das Handlungsfeld Mobile Jugendarbeit und auf die professionelle Praxis. Dies zeigte sich zuletzt auch im Zuge der Corona-Pandemie (2020/2021), da diese soziale – und auch digitale – Ungleichheiten verstärkt sichtbar und aus unserer Sicht noch weiter verschärft hat. Die Fachkräfte Mobiler Jugendarbeit setzen sich für die gesellschaftliche (und digitale) Teilhabe für junge und marginalisierte Menschen ein. Daher ist es aus unserer Sicht erforderlich, sich fachlich und konstruktiv über die mit dieser Entwicklung einhergehenden Chancen, Risiken und Herausforderungen kontinuierlich und auf verschiedenen Ebenen auszutauschen.

Voraussetzungen & Rahmenbedingungen

Grundlegende Voraussetzung für digitales Arbeiten in der Mobilen Jugendarbeit sind bestimmte - zeitliche, materiell-technische und strukturelle - Rahmenbedingungen, deren Bereitstellung und Gewährleistung in der Verantwortung der Träger*innen und Unterstützer*innen/Geldgeber*innen liegt.

Personelle und zeitliche Ressourcen

- ✓ Ausreichend zeitliche Ressourcen für die digitale Präsenz und Aktivität (sowie für Recherche, Planung, Umsetzung und Auswertung)
- ✓ Qualifizierung und Schulung der Fachkräfte und Leitungskräfte (rechtliche Grundlagen, Datenschutz & -sicherheit, Prozesse & Phänomene der Digitalisierung, Mediennutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, etc.)
- ✓ Supervision und Fachberatung
- ✓ Fachlicher Austausch und Vernetzung (trägerintern und -übergreifend)

Materiell-technische Voraussetzung (für Einrichtungen MJA)

- ✓ Dienst-Smartphone (pro Fachkraft mind. ein Endgerät sowie zusätzliche Geräte für Studierende oder Praktikant*innen, Internet-Flat, ausreichendes Datenvolumen¹ – ca. 5 GB, persönliche Rufnummer, Sichere Ordner, etc.)
- ✓ Laptop / PC (mind. ein Gerät pro Fachkraft, die eingebunden in die digitale Infrastruktur des Trägers sind, plus PC/Endgerät speziell für die Adressat*innen)
- ✓ WLAN-fähiger Router (freies WLAN für Adressat*innen)
- ✓ Drucker/Fax und Scanner
- ✓ USB-Sticks / Externe Festplatte / Powerbank (Datensicherung/-speicherung)
- ✓ Festnetzanschluss

Strukturelle Rahmenbedingungen

- ✓ Aufbau und Ausbau einer digitalen Infrastruktur:

*Der Träger*in verfügt über eigene Server mit entsprechend ausreichenden Kapazitäten und nutzt zur Sicherung und zum Schutz von personenbezogenen Daten Verschlüsselungstools.*

- E-Mail-Programme und Verwaltungssoftware
- Genutzte Programme (Schreib- und Rechenprogramme, Arbeitszeiterfassung, Dokumentation, etc.)
- Regelmäßige Updates und Upgrades von Hard- und Software
- Ausreichend Serverkapazität
- Ablagesysteme und Speicherorte
- Verknüpfungen von der eigenen Web-Seite / Social Media Auftritte

¹ Der Umfang des Datenvolumens ist stark standort- und bedarfsabhängig, sodass es an einzelnen Standorten bspw. im ländlichen Raum oder auch in Einrichtungen ohne frei zugänglichem WLAN zu Unterschieden kommen kann.

- ✓ Erstellung / Erarbeitung von Social Media Guidelines oder Richtlinien (Hinweise über den Einsatz und die Nutzung von digitalen Anwendungen sowie Verhaltensempfehlungen)
- ✓ Arbeitsrechtliche Regelungen / Dienstvereinbarung über Erreichbarkeit und Verfügbarkeit der Fachkräfte für Adressat*innen, Kolleg*innen und Vorgesetzte
- ✓ Erstellung von Krisen-/Notfall-Plänen (Vorgehensweise bei Bedrohung oder Beleidigung der Mitarbeitenden, Shitstorm sowie bei Diebstahl oder Verlust von Dienstgeräten und Datensätzen, Ablauf bei Datenpannen)
- ✓ Übersicht über Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten sowie feste Ansprechpersonen für IT-Support und Sicherheit, Datenschutz und Internetrecht sowie eine*n Social Media Beauftragte*n²
- ✓ Gute Vernetzung und ein regelmäßiger Austausch zwischen den verschiedenen Bereichen und Ebenen (Verwaltung, Leitung, IT-Bereich, Fachkräfte) zum gegenseitigen Kennenlernen und Verstehen sowie zur bedarfs- und sachgerechten Bearbeitung spezifischer Fragen
- ✓ Sicherheitsrichtlinien & -vorkehrungen zum Schutz der digitalen Infrastruktur

Digitales Arbeiten in der Praxis Mobiler Jugendarbeit

Im Folgenden wird anhand der konzeptionellen Eckpunkte MJA konkretisiert, wie digitales Arbeiten in die professionelle Praxis integriert bzw. aus Sicht der LAG Mobile Jugendarbeit/ Streetwork BW e.V. umgesetzt werden kann.

1) Virtuell-aufsuchende Arbeit

.....

„Virtuell-aufsuchende Arbeit meint die gezielte Präsenz in digitalen Räumen, speziell auf bzw. in den von Adressat*innen genutzten digitalen Plattformen und Social Media-Anwendungen, um dort für sie erreichbar und ansprechbar zu sein.“ (Eppler, Bollig, Fregin 2019: 11). Im Gegensatz zu rein online-basierten Angeboten, die sich oftmals hinter Begriffen wie Digitale Streetwork, Internet oder Online-Streetwork verbergen, handelt es sich bei der virtuell-aufsuchenden Arbeit in der MJA um ein zusätzliches Zugangs- und Kontaktangebot, welches als Ergänzung des Spektrums aufsuchender Arbeit fungiert und in das bestehende Konzept eingebunden ist. Es findet nicht losgelöst vom realweltlichen Kontext statt.

2) Digitale Kontakt- und Kommunikationsangebote mit Einzelnen

.....

Die Fachkräfte erweitern das bestehende Kontaktangebot in der Arbeit mit Einzelnen, indem sie den Adressat*innen auch digitale Kommunikationsangebote unterbreiten (ebd. S. 15). Das Angebot im digitalen Raum orientiert sich – wie auch in der klassischen Arbeit – in der Art und Weise sowie hinsichtlich der Nutzung und Intensität der digitalen Kommunikation an den Bedarfen und Interessen der Adressat*innen und wird gemeinsam mit ihnen ausgehandelt.

Die Nutzung digitaler Kommunikationsangebote ist in der Praxis bei der Kontaktaufnahme, dem Kontakthalten sowie der Beziehungsgestaltung und Beziehungspflege als wichtiges Element zu sehen. Gleichwohl gilt mit Blick auf die Beziehungsqualität, dass ein solches Angebot durchaus in Ergänzung genutzt werden kann, reale Präsenztreffen auf Dauer jedoch nicht adäquat oder vollständig ersetzen kann.

.....

2 Social Media Beauftragte*r ist Ansprechperson für inhaltliche und fachliche Fragestellung in der praktischen Arbeit.

3) Gruppenbezogene Aktivitäten im digitalen Raum

Digitale Räume dienen im Cliquen- und Gruppenkontext dazu, sich diese anzueignen und zu gestalten, sich untereinander auszutauschen und zu informieren, sich mit Werten, Normen und Einstellungen auseinanderzusetzen, sich im Aufbau und der Pflege von Ritualen zu üben und um gemeinsame Aktionen und Treffen zu planen, zu organisieren und umzusetzen. Entsprechend gilt es auch gruppen- und cliquenbezogene Angebote und Aktivitäten, wie bspw. in der Clubarbeit oder Projektarbeit – sofern nötig und möglich – im Digitalen anzubieten. Hierbei handelt es sich in der Regel um Gruppen und Cliquen mit denen die Fachkräfte bereits in Kontakt stehen. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit bedarfs- und themenbezogen neue Gruppen zu initiieren.

4) Digitales Arbeiten in Bezug auf Gemeinwesen und Sozialraum

Prozesse der Digitalisierung wirken sich auch auf das Gemeinwesen sowie auf bestehende Sozialräume aus (ebd. S. 22). So hat bspw. die Art und Weise, wie sich ein Ort, ein Gemeinwesen oder eine Stadt in digitalen Räumen präsentiert oder auch dargestellt und bewertet wird, große Auswirkungen auf das „Image“ des Ortes sowie auf die Stimmung der Bewohner*innen.

Behörden, wie bspw. (Stadt-)Verwaltung, Jobcenter, Agentur für Arbeit oder Sozialamt, setzen vermehrt auf die Digitalisierung ihrer Angebote (Anträge, Formulare, etc.). Darüber hinaus verlagern sich (lokal-) politische Entscheidungs- und Beteiligungsprozesse zunehmend ins Digitale. Um ein vollständiges Bild über die infrastrukturellen Gegebenheiten vor Ort zu erhalten, sind auch digitale Räume und die dort vorhandenen Angebote oder stattfindenden Aktivitäten zu berücksichtigen. Ziel dabei ist immer, die Lebensverhältnisse der jungen Menschen auch auf struktureller Ebene zu verbessern, auch im digitalen Kontext.

Zentrale Bausteine digitaler Arbeit im Kontext von Gemeinwesenarbeit:

Partizipation und Empowerment

Die Adressat*innen sind in den unterschiedlichen digitalen Formaten und Angeboten zu beteiligen. Hierbei geht es zum einen um das Schaffen von Zugängen für die Adressat*innen, und zum anderen um die Begleitung und Unterstützung bei der Nutzung digitaler Kanäle (Bsp. bei Umfragen, Abstimmungen, Stimmungsbilder oder Projekte) sowie um die Entwicklung neuer Formen und Formate der Beteiligung.

Kooperation und Vernetzung

Für die Fachkräfte ist das Kennenlernen neuer Hilfe- und Unterstützungsangebotsformen (u.a. Online-Beratungsstellen, Netzwerke, Online-Kampagnen und Initiativen) im digitalen Raum ebenso relevant wie der Austausch mit den verschiedenen Akteur*innen des Gemeinwesens (u.a. Kooperations- und Netzwerkpartner*innen, Bürger*innen-Initiativen, Lokalpolitiker*innen).

Öffentlichkeitsarbeit / Lobbyarbeit

Digitales Arbeiten im Kontext des Gemeinwesens geht in der Regel mit Öffentlichkeitsarbeit³ einher, da viele digitale Räume öffentlich zugänglich sind. Hierbei gilt es wiederum immer zu berücksichtigen welches Bild der Adressat*innen, der eigenen Arbeit und der eigenen Einrichtung vermittelt werden soll und welche Informationen transportiert werden (können), immer mit dem Blick darauf, wer Zugriff auf die Inhalte hat.



Redaktionsgruppe:

Katharina Huber, Gerhard Eppler und Christiane Bollig

3 Mehr zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und Social Marketing findet ihr in einem Beitrag im Praxishandbuch Mobile Jugendarbeit (2021) der LAG Mobilen Jugendarbeit/ Streetwork Baden-Württemberg e. V.

Teil II

Fragestellungen & Reflexionsfragen für digitales Arbeiten in der MJA

Zur Vorbereitung, Planung und Umsetzung digitaler Angebote und Formate in der MJA wurde der folgende Fragenkatalog erstellt. Dieser richtet sich gezielt an Fachkräfte und Träger*innen. Die Fragestellungen beziehen sich zum einen auf die organisationsbezogene und zum anderen auf die personenbezogene Ebene.

1) Organisationsbezogene Fragestellungen

.....

- ✓ Welche Möglichkeiten und technischen Voraussetzungen (Ausstattung, Internetzugang, Datenvolumen, digitale Infrastruktur, digitale Tools) habe ich innerhalb der Organisation?

- Welche digitalen Endgeräte stellt der Träger zu Verfügung? Welche Social Media Anwendungen dürfen genutzt werden?
- Gibt es bestimmte Vorgaben oder technische Einschränkungen (hinsichtlich Installation, Einstellungen oder Nutzung) vom Träger?
- Was ist der*/die* Träger*in bereit (finanziell, personell, zeitlich) zu investieren?
- Welche digitale Infrastruktur braucht es um angemessen arbeiten zu können? (stabiles Internet, WLAN, Intranet, Software-Programme)

- ✓ Wer kümmert sich um was? Sind die Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten innerhalb meiner Organisation geklärt? Gibt es feste Ansprechpartner*innen (Datenschutz, Rechtliche und inhaltliche Fragen, Presse, IT-Support und Sicherheit, etc.) an die ich mich wenden kann?
- ✓ Welche Ziele verfolgt meine Organisation mit der digitalen Präsenz bzw. dem Angebot?

- ✓ Welche zeitlichen und finanziellen Ressourcen gibt es? Welche konzeptionellen Überlegungen wurden bereits gemacht oder erfolgreiche Vorgehensweisen gibt es innerhalb der Organisation?
- ✓ Gibt es bereits klar formulierte Leitlinien oder Handlungsempfehlungen? Falls ja, bieten sie mir die notwendige Handlungssicherheit und Klarheit über meine Aktivitäten?
- ✓ Gibt es eine Gesamtstrategie innerhalb der Organisation bzw. meines Trägers? Wie könnte diese aussehen?

2) Personenbezogene Fragestellungen

.....

- ✓ Welche Ziele verfolge ich (oder wir) mit den digitalen Angeboten? Warum möchte ich mich damit beschäftigen bzw. digitale Angebote machen und nutzen?

- Welchen Zweck soll das digitale Angebot erfüllen?
- Nutze ich bzw. nutzen wir es als Kommunikationstool zum Kontaktaufbau und zur Kontaktpflege mit den Adressat*innen oder zur Netzwerkarbeit mit Kolleg*innen und Kooperationspartner*innen? Als Unterhaltungsmedium, Informationstool zur Aufklärungsarbeit oder für alles?

- ✓ Welche Auswirkungen hat dies auf die konkrete Arbeit in der Praxis?

- ✓ Welche Angebote gibt es bereits und wie werden diese von den jungen Menschen genutzt und angenommen? Reichen bestehende Angebote aus oder braucht es neue Angebote und Formate? Was fehlt bzw. was braucht es und was auch nicht?
- ✓ Wen möchte ich erreichen? Mit welchen Tools und Angeboten erreichen wir junge Menschen? Werden mit den bestehenden Angeboten die gewünschten Adressat*innen erreicht?
- ✓ Wo bzw. in welchen digitalen Räumen und auf welchen Online-Plattformen halten sich die Adressat*innen auf? Welche Schwierigkeiten sowie Möglichkeiten ergeben sich daraus?
- ✓ Wie bereit bin ich selbst, mich mit dem digitalen Arbeiten auseinanderzusetzen? Wie viel Zeit möchte ich dafür investieren? Was brauche ich an Wissen und Fähigkeiten, um professionell und handlungssicher im digitalen Raum Angebote zu machen? Und wie kann ich mir diese aneignen bzw. mir das nötige „Know-How“ einholen?
- ✓ Was bewirkt meine Präsenz in sozialen Medien? Wo sind Grenzen?

- Dränge ich mich eventuell auf? Was ist mit dem Spannungsverhältnis von Nähe - Distanz?
- Wie ist meine Außenwirkung? Bin ich mir bewusst, wer meine Posts sieht?
- Was will ich vermitteln? vs. Was kommt an?
- Wie kann ich die Arbeitsprinzipien möglichst einhalten? Welche Auswirkungen hat dies auf mein Handeln? -> Wo bleiben die Anonymität und die Vertraulichkeit?

- ✓ Welche Erwartungen seitens meines Trägers werden an mich gestellt?

- Gibt es festgelegte Zeiten, in denen ich erreichbar sein muss?
- Gibt es bestimmte Plattformen oder Social Media Anwendungen, die ich bedienen soll? Gibt es auch welche, die ich nicht nutzen darf?
- Wie darf ich das Angebot bespielen und wie schnell muss ich auf Anfragen, Posts oder ähnliches reagieren?
- Welche Inhalte darf ich veröffentlichen?

- ✓ Welche Erwartungen seitens der Adressat*innen werden an mich gestellt?

- Erreichbarkeit und Verfügbarkeit: Wie gehe ich mit der Erwartung um, dauerhaft erreichbar und kontinuierlich verfügbar sein zu sollen/müssen?

- ✓ Wie kann ich die Angebote und Maßnahmen regelmäßig evaluieren und reflektieren?