

2017

SE 9.2
Bachelorthesis

David Marx - 317989
Fabian Post - 317772
Tobias Schrader - 317993

Fachbereich Sozialwesen / AMM
Saxion Enschede

Inhaltsverzeichnis der Bachelorthesis

Vorwort.....	6
Zusammenfassung.....	7
Summary.....	7
1. Einführung.....	8
2. Bachelorthesis.....	9
2.1 Theoriebezogene Begründung des Themas.....	9
2.2 Praktischer Forschungsanlass.....	12
3. Forschungsgegenstand.....	14
3.1 Forschungsziel.....	14
3.2 Forschungsart.....	16
3.3 Forschungsfrage.....	16
3.3.1 Operationalisierung der Begriffe.....	16
3.3.2 Forschungsstrategie.....	18
3.3.3 Forschungsdesign.....	20
4. Erhebungsmethode.....	21
4.1 Erhebungsmethoden für die Teilfragen.....	22
5. Forschungsinstrument.....	23
5.1 Pretest Quiz.....	23
5.2 Pretest Interview.....	23
6. Forschungsplan.....	23
6.1 Tätigkeitsliste.....	23
6.2 Gantt-Diagramm.....	24
7. Auswertung und Interpretation der Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz.....	24
7.1 Die Ergebnisse aus Segment eins.....	25
7.1.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment eins.....	28
7.2 Die Ergebnisse aus Segment zwei.....	33
7.2.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment zwei.....	34
7.3 Die Ergebnisse aus Segment drei.....	36
7.3.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment drei.....	38
7.4 Zusammenfassung.....	40
8. Die Analyse der Experteninterviews nach Mayring.....	41

8.1	Gütekriterien	41
8.2	Qualitative Inhaltsanalyse	43
8.3	Transkription	44
8.4	Pretest	45
9.	Auswertung der Ergebnisse	45
9.1	Ergebnisse der Interviews	45
9.2	Postskriptum	46
9.3	Zusammenfassung	47
9.4	Interpretation der Zusammenfassung	52
9.4.1	Bedeutung/Ausmaß	53
9.4.2	Persönliche Meinung	54
9.4.3	Mehrwert	56
9.4.4	Lebenswelt	57
9.4.5	Weiterbildung	59
9.4.6	Konzept	61
10.	Ausarbeitung der Gruppendiskussion in Form eines Workshops	64
10.1	Ablauf der Gruppendiskussion	64
10.2	Reflexion der Gruppendiskussion	64
10.3	Ausarbeitung des Konzeptes	65
11.	Schlussfolgerungen der Forschung	69
11.1	Beantwortung der Teilfragen nach Bedarf, Schwierigkeiten, Instrumenten und Vorgehensweisen der Eignungsfeststellung	70
11.2	Beantwortung der Forschungsfrage	72
11.3	Stärken und Schwächen der Studie	77
11.4	Empfehlungen für mögliche, weitere Forschungen	78
12.	Reflexion	78
13.	Fazit	79
	Literaturverzeichnis	80
	Internetverzeichnis	82
	Abbildungsverzeichnis	83
	Tabellenverzeichnis	84
	Anlagenverzeichnis	85
	Anlage I - Quiz	86
	Anlage II - Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz	109

Anlage III - Interviewleitfaden.....	112
Anlage IV - Transkribierung der Experteninterviews.....	114
Anlage V - Reduktionsvorgang im Rahmen der zusammenfassenden Inhaltsanalyse.....	133
Anlage VI - Letzte Reduktion der zusammenfassenden Inhaltsanalyse	148
Anlage VII – Transkribierung der Gruppendiskussion vom 19.04.2016	155
Anlage VIII - Gantt-Diagramm.....	165
Anlage IX - Bilder der Flipchart	168
Anlage X - Konzeptentwurf.....	170

Vorwort

Die vorliegende Forschung wurde von Tobias Schrader, David Marx und Fabian Post im Rahmen des Sozialpädagogikstudium an der Saxion FH erstellt. Die drei Forschenden stellen eine Einzelfallstudie vor, welche einen Forschungsplan und eine Analyse beinhaltet. Die Zusammenarbeit erfolgte in einem organisiertem Rahmen, der eine gerechte Aufgabenverteilung vorsah. Sämtliche Zitate und Verweise sind schriftlich gekennzeichnet und folgen stets der Norm der „American Psychology Association“ (APA) und dem Leitfaden „Professionelles Schreiben“ der Saxion FH. Die erwähnte APA Norm wird regelmäßig aktualisiert und verfolgt man diese Norm, so muss stets die Aktualität berücksichtigt werden.

An dieser Stelle möchte sich die Forschungsgruppe insbesondere bei Lutz Siemer und Udo Siefen nochmals in aller Form für die Erlaubnis der Nutzung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz und die Bereitstellung der Ergebnisse für die folgende Forschung sowie den sowohl fachlichen, als auch persönlich motivierenden Beistand, herzlichst bedanken. Darüber hinaus gilt Herrn Marx ein besonderer Dank, da er sein Haus als Treffpunkt für den Großteil der Zusammenarbeit zur Verfügung stellte. Des Weiteren danken die Verfasser allen Mitarbeitern des St. Nikomedes, welche die Forschung durch ihre Mitarbeit möglich machten, sowie Eltern, Geschwistern, Ehe- bzw. Lebenspartner, Kindern und Freunden für die seelische Unterstützung, das Verständnis sowie die vielen aufmunternden Worte. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde die männliche Form der Substantive gewählt, womit jedoch selbstverständlich die weibliche Form der Begriffe mit eingeschlossen wird und einer gleichberechtigten Betrachtung entspricht.

Mit den Unterschriften versichert die Forschungsgruppe, die Bachelorarbeit selbstständig verfasst zu haben und die Originalität eidestaatlich zu erklären.

Altenberge, den 19. Mai 2017

X *D. Marx*

David Marx

X *F. Post*

Fabian Post

X *T. Schrader*

Tobias Schrader

Zusammenfassung

Der folgende Bericht beinhaltet die Bachelorarbeit im Rahmen des Studiums an der Saxion Hogeschool Enschede im Fachbereich Sozialwesen. Die Forschungsfrage lautet wie folgt: *„Sollte mediale Kenntnis Teil der Fachlichkeit eines Sozialarbeiters im OKJA Bereich sein und wie kann diese in die Arbeit konzeptionell eingebunden werden?“* Die Bachelorthesis dient als deduktive Hypothese, das bedeutet, sie bezieht sich vom Allgemeinen auf den Einzelfall. Diese lautet wie folgt: *„Eine Verinnerlichung eines gemeinschaftlichen Konzepts zum pädagogischen, medialen Umgang innerhalb der Offenen Kinder- und Jugendarbeit stellt eine wichtige Anforderung der aktuellen Fachlichkeit des Sozial Arbeiters in dem Bereich dar.“* Die Hypothese konnte durch die Einzelfallstudie bezogen auf den Fall des OT-Heims als gültig beziehungsweise (bzw.) zutreffend erklärt werden.

Es wird erforscht, wie die Mediennutzung in der Einrichtung „OT-Heim St. Nikomedes“ konzeptionell realisierbar ist und welche Kompetenzen für eine adäquate Umsetzung benötigt werden. Die Fallstudie bezieht sich somit auf das OT-Heim St. Nikomedes. Das OT-Heim ist eine offene Tür, wofür auch die Abkürzung „OT“ steht. Es ist ein offener Treff für Jugendliche bzw. ein Jugendzentrum und unterliegt der katholischen Trägerschaft. Hierfür wird ein konzeptioneller Entwurf schriftlich dargelegt und erläutert. Es wird das gewählte Untersuchungsdesign, die aufgeführte Forschungsstrategie, die Zielsetzung und die Problemstellung beschrieben und begründet, sowie die Untersuchungsart der Fallstudie definiert und legitimiert. Des Weiteren wird das Forschungsdesign beschrieben, welches die Grundlage der praxisorientierten Forschung bezeichnet. Der Forschungsplan, die Darlegung, die Analyse und die Schlussfolgerungen der Ergebnisse aus einem Kompetenzquiz, aus angefertigten Experteninterviews und einer Gruppendiskussion sowie das Entwickeln eines Lösungsvorschlags in Form eines Konzeptes bilden letztendlich die Bachelorarbeit des vierten Studienjahres. Die Antwort der Forschungsfrage ist in Form der Konzeptidee vorliegend und sagt aus, dass es intern als nötig befunden wird. Für eine adäquate Umsetzung innerhalb des OT-Heims scheint die Heranziehung einer externen Fachkraft, welche in idealer Form ein Medientoach sein sollte, nötig zu sein. Hierzu ist allerdings die Finanzplanung zu beachten und dass die konzeptionelle Ausrichtung von allen verinnerlicht wird, als auch, dass sich alle Akteure als ganzheitliches Team verstehen.

Summary

This following report contains the bachelor paper as part of the study at the “Saxion Hogeschool” in the specific faculty of social services. The main question to that studie is: “In which way can and should medial knowledge be part of the professionalism of a social worker within the field of Open Child and Youth Work”? According to that, there are also

partial questions. The questions are: The bachelor thesis is meant to be a deductive hypothesis, which means that she leads from a general point of a view to specified statement to a subject. The bachelor thesis is: "It is an important requirement to the professional profile of a social worker, that he internalizes a jointed concept of a pedagogical, medial use within the Open Children and Youth Work in this field." With the aid of the study, the hypothesis can be classified as applicable and valid.

It will be studied, how a use of media in the center "OT-Heim St. Nikomedes" may be realized in a conceptional way and it will also be explored, which competencies will be necessary for an adequate, practical realization. Therefore, the case study refers to the center "OT-Heim St. Nikomedes." Necessary to that end is a conceptional draft to be made and to be found in a detailed description. The center "OT-Heim" is specified as an open institution and the letters "OT" mean in german "Offene Tür", which stands translated for "open door", and is respectively meant by the term "open institution". Furthermore, it is to be seen as an open meeting location owned by the church, which is open for teenager and young people in general, no matter of their origin or their educational, social and sexual background. The chosen investigational design, the listed study strategy, the purpose and the statement of the problem will be described in detail. In addition to that, the case study will be defined and legitimated. The study design will be circumstantiated, which is characterized as the practical oriented study basis. The study plan, the declaration, the analysis and the conclusion of the results of a competency quiz, the expert interviews and a group discussion containing the development of a proposed solution in form of a concept will lead to the bachelor paper of the fourth study year.

The answer to the main question is to be found in form of a conceptional sketch idea and testifies, that it is necessary to obtain a medial use and that it could be handled internal. As well it is important to be seen, that there is a definitive request and a need for, in best case, a medial coach or an extern specialist to work within in the team of the OT-Heim. In this aspect, the financial planning is to be highly respected and it is essential to the work and the team, that the medial coach or the extern specialist will be seen as part of the whole team and that they align with the conceptional structure of the institution.

1. Einführung

Diese Bachelorarbeit beinhaltet die Einzelfallstudie in Bezug auf das OT-Heim St. Nikomedes in Steinfurt. Der Forschungsplan zeigt das Untersuchungsdesign, die Forschungsfrage, die Bachelorthesis und die damit verbundenen Teilfragen auf. Die Forschung bezieht sich auf das Bestreben zu erfahren, wie eine mediale Nutzung innerhalb der Einrichtung umgesetzt werden kann und wie sie konzeptionell, finanziell, als auch

personell leistbar wäre. Die Konzeptidee stellt den Mehrwert für die Profession der Sozialen Arbeit dar. Um diese Einsicht zu erhalten wird innerhalb der Forschung eine Analyse angewandt und eine Gruppendiskussion als letztendliche Methode dafür verwendet, um zu einer Skizzierung eines möglichen Konzeptes zu gelangen. Insgesamt ist die Studie induktiv, da sie vom Besonderen, sprich Einzelfall ausgeht und die Erkenntnis auf die Allgemeinheit bezieht. Der angewandte Methodenmix verhilft der Forschungsgruppe zu einem geleiteten Forschen und vereinfacht es den Probanden, an die Thematik herangeführt zu werden.

Im Vergleich zu dem Forschungsplan wurde bei der Bearbeitung der Bachelorarbeit sich dazu entschieden, sich nicht lediglich auf den Medienraum zu beziehen, sondern auf die gesamte Einrichtung. Die Jugendlichen sind heutzutage mit der Hilfe von Smartphones, Laptops und Tablets fast ausnahmslos jederzeit imstande, auf soziale Medien zurückgreifen zu können. Hierzu sind sie auf einen Medienraum nicht wirklich angewiesen, was den Begriff Medienraum etwas „veraltet“ erscheinen ließ. Aufgrund dessen ist der Anspruch nicht den Fokus auf den Ort zu legen, sondern auf die Möglichkeit der fachlichen Umsetzung.

2. Bachelorthesis

Im Rahmen der Bachelorthesis gilt es als erstes, ein Thema zu bestimmen. Hierzu bedarf es der Entwicklung einer engen Anbindung an eine Organisation des zu erforschenden Arbeitsfeldes. In diesem Fall ist die Organisation das OT-Heim St. Nikomedes. Dies ist die Praxiseinrichtung von Fabian, wodurch eine enge Anbindung gegeben ist. Das OT-Heim St. Nikomedes plant für September 2016, zusätzlich zu dem bestehenden Medienangebot, einen Medienraum in ihrer Einrichtung zu errichten. Abgesehen von der Räumlichkeit ist noch nicht gänzlich klar, wie der Raum genau genutzt bzw. geleitet werden soll. Für das vorhandene Medienangebot innerhalb der Einrichtung gibt es keine klaren Rahmenbedingungen bezüglich der Nutzung, an die sich die Kinder und Jugendlichen halten müssen. Präventive Arbeit, Aufklärungsarbeit oder ausgearbeitete Schutzmaßnahmen finden nicht statt. Somit ergab sich die Möglichkeit zu untersuchen, wie die Mediennutzung in der Einrichtung, insbesondere der geplante Medienraum, konzeptionell realisierbar ist und welche Kompetenzen für eine adäquate Nutzung bzw. Leitung benötigt werden. Zusätzlich ergab sich aufgrund dieser Beobachtungen die Bachelorthesis. Für die Erarbeitung des Mehrwertes für die Profession Soziale Arbeit gilt es mittels der Ergebnisse der Untersuchung in Form eines Konzeptes, welches gemeinsam mit den hauptamtlichen Mitarbeitern der Einrichtung erstellt werden soll, herauszuarbeiten.

2.1 Theoriebezogene Begründung des Themas

In den letzten Jahren sind Smartphones, Tablets & Co. für viele Menschen zum festen Bestandteil in ihrem Leben geworden. „In praktisch allen Familien sind Mobiltelefone (meist Smartphones), Computer/Laptop sowie Fernseher und ein Internetzugang

vorhanden“ (Feierabend, Plankenhorn, & Rathgeb, 2015, S. 6). Für viele Jugendliche sind die sozialen Netzwerke, Blogs, Bilder- und Videoportale wichtige Wege, um sich mit Freunden auszutauschen und Informationen zu sammeln. Durch das Teilen von Texten, Fotos und Videos bieten diese Plattformen auch neue Wege der künstlerischen Entfaltung. Durch das schnelle Zugreifen auf die Informationen und die einfache Möglichkeit, seine Meinung zum Ausdruck zu bringen, sind zudem neue Formen der Partizipation möglich.

„Digitale Medien zu nutzen ist im Alltag Jugendlicher selbstverständlich. Die heute Zwölf- bis 19-Jährigen sind bereits mit einem enorm breiten Medienrepertoire aufgewachsen und kennen kein Leben ohne Internet oder Handys“ (Feierabend & Plankenhorn, 2015, S. 11). Demzufolge wird die Vermittlung von Medienkompetenz immer bedeutsamer. In dem Beruf des Sozialarbeiters spricht wird jedoch nur in Rahmen einer Zusatzausbildung von Medienkompetenz gesprochen, da dieser Begriff fundiertes und spezifisches Fachwissen impliziert. Diese Arbeit wird den Begriff der Medienkompetenz durch den Begriff Medienkenntnis ersetzen, um es dem Berufstand der Probanden, sprich den hauptamtlichen Mitarbeitern, adäquat anzupassen. „Heranwachsende auch in einer diesbezüglich kritischen und reflektierten Mediennutzung zu unterstützen und diese zu fördern, ist angesichts der hohen Geschwindigkeit der sich verändernden Angebote eine große Herausforderung. Erwachsene können hier mit gutem Vorbild vorangehen“ (Feierabend & Plankenhorn, 2015, S. 58).

Demnach soll diese Forschung ebenfalls die Erkenntnis bilden, ob und wie die Lebenswelt der Zielgruppe wahrgenommen werden kann und wie sich ein konkreter Umgang gestalten könnte. So nutzen viele Jugendeinrichtungen schon länger soziale Netzwerke als Weg, um für sich zu werben. Als Sozialpädagoge ist es eine von vielen Aufgaben, die Menschen dort zu treffen oder abzuholen, wo sie sich aufhalten und sich an den Problemen und Ressourcen in ihrer Lebenswelt zu orientieren. Diesen Ansatz vertreten auch Grunwald & Thiersch (2004), sie sehen das Konzept der Lebensweltorientierung als Zugang, soziale Gerechtigkeit in den neuen sozialpolitischen Aufgaben der Hilfe und Unterstützung in den heutigen lebensweltlichen Bedingungen zu realisieren (S. 16). Besonders Kinder und Jugendliche werden von der Vielfalt der angebotenen Medien angesprochen und Medienerfahrungen sind Alltagsbestandteil ihrer Lebenswelt geworden. Neben den genannten positiven Aspekten gibt es aber auch Risiken und Gefahren, die nicht unberücksichtigt bleiben können. Phänomene wie zum Beispiel (z.B.) Cybermobbing zeigen, dass Probleme in die erweiterte Lebenswelt übertragen werden und dort neue Formen annehmen können. In Bezug darauf scheint es hilfreich zu sein, ein Verständnis für die Medien zu entwickeln, was nicht rein technisch gemeint ist. Jugendlichen sollte allgemeiner bewusst werden, wie sie die Medien nutzen. Hierbei sollten sie für Themen wie Privatsphäre und Datenschutz sensibilisiert werden.

Das Themenfeld der Medienkompetenz hat sich in letzter Zeit stark verändert und wird sich mit ziemlicher Sicherheit weiter verändern. Als Ursache diesbezüglich lässt sich der digitale Wandel vermuten, welcher mit der Akzeptanz der Benutzer verbunden ist. Konkret

bedeutet dies, dass es immer wieder neue Dienste, Apps oder Plattformen für verschiedene Zielgruppen gibt, welche neue Möglichkeiten, Rahmen und Bedeutungen erschaffen. Diesbezüglich wird sich die Jugendarbeit also auch in der kommenden Zeit weiter auf diese Veränderungen einstellen müssen, da sie hiermit immer wieder konfrontiert wird. Die Jugendarbeit muss also bestimmte Entwicklungen und Veränderungen in der Lebenswelt untersuchen, wahrnehmen und einen eigenen Umgang diesbezüglich definieren, um so der Zielgruppe adäquat, methodisch und entwicklungsbegleitend zu begegnen. „Das Einlassen auf die kleinen Lebenswelten führt unweigerlich dazu, dass die Gewissheiten und Sortierungen der Erwachsenen schrittweise diffus werden, weil aus der Sicht der Jugendlichen andere Aspekte an Bedeutung gewinnen - was nicht immer ohne Irritationen geschieht“ (Lüders, 2012, S.14). Gerade durch die Arbeit im Bereich der Offenen Kinder- und Jugendarbeit muss sich ein Sozial Arbeiter täglich genau mit dieser Entwicklung auseinandersetzen. Da es heutzutage größten Teils die sozialen Netzwerke sind, in denen sich die Menschen virtuell treffen, sind mittlerweile auch die meisten Einrichtungen, wie etwa Jugendeinrichtungen, Jugendcafés oder Jugendzentren in den sozialen Netzwerken vertreten (z.B. Facebook), um die jüngere Generation in ihrer Lebenswelt erreichen zu können. „Ihre Lebenswelt ist derjenige Ort, an dem sie handeln und ihnen gesellschaftliche Verhältnisse widerfahren“ (Thiersch, 2005, S. 239).

Die Feststellung lässt sich täglich in der Praxis beobachten, sowohl bei den Kindern und Jugendlichen, wie auch bei den Erwachsenen. Bei einigen Kindern und Jugendlichen ist diese Umgangsweise damit allerdings um einiges extremer, sie verbringen täglich fast ihre gesamte Freizeit in sozialen Netzwerken oder mit sozialen Medien (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015). Aufgrund der allgemein im Internet stattfindenden Ansammlung von Userdaten werden z.B. die Ergebnisse von Suchanfragen, Werbung, etc. immer personenbezogener, das heißt (d.h.), auf das Interesse bzw. die Medienwelt eines einzelnen zugeschrieben. Diese starre Blickrichtung birgt die Gefahr in sich, dass nicht mehr über den Tellerrand hinausgeschaut wird, sondern vielmehr in eine vorgegebene Richtung. So besteht die Gefahr, dass die Kinder und Jugendlichen (genau wie die Erwachsenen) je nach Interessensgebiet immer weniger vom Weltgeschehen, von politischen Problemen, technischen Neuerungen, wissenschaftlichen Entdeckungen oder gesellschaftlichen Entwicklungen mitbekommen. Die Welt wird für sie aufgrund eines nicht ausgeprägten Filterinstruments der Informationsumwandlung und eines inhaltlichen Überangebots immer unverständlicher. Somit lässt es sich an dieser Stelle ableiten, dass Lebenswelten Medienwelten und Medienwelten Lebenswelten sind (Baacke, 2004, S. 21).

„Medien, Musik, Kunst und Sport prägen das Aufwachsen junger Menschen. Mediale, künstlerische und sportliche Aktivitäten bieten Kindern und Jugendlichen wichtige Erfahrungsräume, Möglichkeiten zur Identifikation und Entwicklung eigener Ausdrucksformen“ (Grgic, Holzmayer, & Züchner, 2013, S. 1). So können Medien, wenn sie konstruktiv und bewusst eingesetzt werden, die Entwicklung von Kindern fördern. Somit dürfen Wirkungen von Medieninhalten nicht ausschließlich auf die negative Aspekte hin diskutiert werden.

Der Begriff OGS bedeutet offene Ganztagschule. In dem Schulmodell besuchen die Kinder bis zum Mittag die schulische Institution, um dann in den Räumlichkeiten eines Trägers bzw. einer Einrichtung via Hausaufgabenhilfe, Nachmittagsangeboten und Freispiel ihren restlichen Nachmittag verbringen, ehe sie von ihren Erziehungsberechtigten abgeholt werden. Das Internet öffnet ebenso das Tor zum Wissen, es bietet diverse Möglichkeiten für den Wissenserwerb. Sofern Menschen über einen Internetzugang verfügen, haben prinzipiell auch alle Menschen auf dieser Erde Zugang zu demselben Wissen. Die umfassende Literaturrecherche zu diesem Thema ergab, dass mittlerweile auf unzähligen Websites allgemeinbildende oder fachspezifische Kenntnisse abgerufen werden können. Diese Möglichkeiten bieten z.B. Hochschulen, wissenschaftliche Organisationen, Forschungseinrichtungen, Sozialverbände, politische Stiftungen, Museen usw. Zudem stehen immer mehr kostenlose Bildungsprogramme und vorinstallierte Lernprogramme zur Verfügung. Über diese Möglichkeiten sollte mehr informiert werden, damit sie noch viel besser genutzt werden. Die Kinder und Jugendlichen dafür zu begeistern, das Internet auch auf diese Art und Weise zu nutzen, kann für sie zum großen Vorteil werden, vor allem in minderbemittelten Schichten. Ebenso kann es für Sozialpädagogen zu einem großen Vorteil werden, indem sie sich andererseits von den Kindern und Jugendlichen dafür begeistern lassen, das Internet auf eine andere, vielleicht noch unbekannte Art und Weise zu nutzen und umso die Lebenswelt der Kinder im Internet kennenzulernen. Demnach fällt dies in den Aufgabenkreis eines Sozialpädagogen und ist eine sehr sinnvolle, als auch anspruchsvolle Aufgabe. Aufgrund der verschiedenen Aspekte wird deutlich, dass dies in den Aufgaben eines Sozial Arbeiters liegt, sich diesem Thema gegenüber zu öffnen und sich damit konstruktiv auseinanderzusetzen.

2.2 Praktischer Forschungsanlass

Das OT Heim St. Nikomedes ist ein offener Kinder- und Jugendtreff aller Altersgruppen und unterliegt der katholischen Trägerschaft. In den Räumlichkeiten findet die Offene Ganztagschule (OGS) der St. Marien Grundschule seinen Platz und es finden ebenfalls geschlechtsspezifische Angebote, Messdienerstunden und Kultur und Sportangebote dort statt. Kooperationsverträge bestehen mit der Realschule (Mensa und Pausenbetreuung), Marienschule (OGS) und der St. Nikomedes Hauptschule (Nachmittagsunterricht/Angebote). Ein Diplom Sozialpädagoge bildet die Leitungsperson, ein Erzieher ist ein weiterer Hauptamtlicher und für die Jungenarbeit zuständig. Eine Sozialpädagogin ist hauptamtlich in der geschlechtsspezifischen Mädchenarbeit tätig. Eine weitere Sozialpädagogin leitet zusammen mit einer gelernten Kinderpflegerin die ansässige OGS. Im offenen Treff übernimmt eine pädagogische Fachkraft den Bereich. Gezielte Arbeit in Bezug auf verschiedenen Altersstufen findet ebenfalls statt. Es dürfen zum Beispiel Besucher ab 16 Jahren oder älter erst nach 17 Uhr ins Jugendzentrum kommen. Soweit gibt es bezüglich des Alters geteilte Öffnungszeiten. Das Team des OT-Heims besteht derzeit aus vier Hauptangestellten, fünf FOS Schülern, elf Praktikanten, vier FSJler und vier Jahrespraktikanten einer Fachhochschule im OT- Heim. Die Aufgabe als Studienpraktikant setzt sich aus

mehreren Punkten zusammen. Zum einen gibt es die Schulsozialarbeit, in der Fabian als Pausenbetreuung an der Realschule am Buchenberg tätig ist und ebenso in dem Nachmittagsunterricht eingesetzt wird. Innerhalb dieser Arbeit hat er eine Aufsichtsfunktion und zudem plant er thematisch passende Vertretungsstunden, die an den Lehrplan angepasst werden. Die Stunden führt er stets mit einem Arbeitskollegen durch, manchmal auch mit einem Lehrer.

Der Kulturbereich spiegelt die Förderung von kreativen Expressionen seitens der Jugendlichen wieder und dient als Plattform, dieses auszuleben. In diesem Bereich ist Fabian für die Organisation von Konzerten und eine Bandbetreuung zuständig.

Geschlechtsspezifische Arbeit findet in seinem Arbeitsbereich in Form einer Jungengruppe statt. Die Art der Offenen Jugendarbeit findet im Haus selbst in Form von niederschweligen Angeboten statt und mit Einsatz des Café-Dienstes, in dem man primär dem Prinzip der Beziehungsarbeit folgt und durch spielerische Aktivitäten mit den Klienten in einen persönlichen Kontakt kommt.

Jedes Individuum hat ein Recht auf Respekt, Akzeptanz und ist unter Berücksichtigung der Hausregeln stets willkommen. Dabei spielen religiöse Ansichten und sexuelle Orientierungen keine Rolle. „Jeder Mensch hat das Recht, Mensch zu sein. Er ist Geschöpf Gottes und der Mensch hat Anspruch auf ein Leben in Fülle im Hier und Jetzt; ohne Rücksicht auf Religionszugehörigkeit (also auch für Nichtgläubige)!“ (Budde, 2010, S. 3) Diese Aussage repräsentiert das Leitbild, so wie die folgende ebenfalls. „Auch die Verfassung der Bundesrepublik Deutschland und die Charta der Vereinten Nationen garantiert das jedem Menschen!“ (Budde, 2010, S. 3) Christliche Werte des Glaubens werden im Jahresplan aufgenommen und auch durch einige saisonbestimmte Veranstaltungen und Angebote publik gemacht. Das primäre Ziel besteht darin, die geistige Entwicklung und Erziehung zur Selbständigkeit von Kindern und Jugendlichen zu fördern und zu unterstützen.

Hieraus resultieren verschiedene Kernpunkte, die gut die Aufgabenfelder darlegen:

- Hilfen in besonderen Lebenslagen
- Ausreichend qualitative und quantitative Freizeitgestaltung
- Förderung der ehrenamtlichen Arbeit und Partizipation
- Hilfen zur Entwicklung der eigenen Persönlichkeit
- Multikulturelles Zusammensein fördern
- Schutz bieten

(Konzeption/Beschreibung der offenen Kinder- und Jugendarbeit, Budde, 2010)

Die gesamte Arbeit der offenen Tür mit Einbeziehung der Konzeption und der kirchlichen Trägerschaft basiert auf den Paragraph 11–15 der Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit des Sozial Gesetz Buches 8, des Kinder und Jugendhilfegesetzes

(KJHG). Dieses bildet ab dem 01.01.1991 die rechtliche Grundlage und ist seit dem 26.06.1990 im ersten Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) festgelegt. In der Kinder- und Jugendhilfe ist es als ein Vorbeugungsinstrument zu betrachten, welches Hilfestellungen und Schutz von Kindern anbieten soll. In dem Gesetz ist ein neues Verständnis zu verzeichnen. Dieses legt den Fokus auf die Förderung und Entwicklung von Jugendlichen und zielt darauf ab, diese in die Gesellschaft zu integrieren. Dazu gibt es Förderungsangebote und situativ wählbare Leistungen, die zur individuellen Lebenssituation passen.

Basierend auf dem Hintergrund der Digitalisierung der Gesellschaft haben wir folgende Bachelorthesis formuliert.

Eine Verinnerlichung eines gemeinschaftlichen Konzeptes zum pädagogischen, medialen Umgang innerhalb der Offenen Kinder- und Jugendarbeit stellt eine wichtige Anforderung der aktuellen Fachlichkeit des Sozial Arbeiters in dem Bereich dar.

3. Forschungsgegenstand

Der Forschungsgegenstand bezieht sich auf die Entwicklung eines Konzeptes für das OT Heim St. Nikomedes, welches einen adäquaten Umgang mit Medien im OKJA Bereich, wie in diesem Fall der Nutzung und somit auch Leitung eines Medienraums impliziert.

3.1 Forschungsziel

Im folgenden Abschnitt wird das Forschungsziel mit der Zielsetzung einer zielorientierten Analyse SMART beschrieben. Das Ziel ist es herauszufinden, wie das Medienangebot innerhalb der Einrichtung OT Heim St. Nikomedes im Bereich der OKJA, konzeptionell genutzt werden kann, welche Kompetenzen benötigt werden und wie diesbezüglich der geplante Medienraum adäquat genutzt werden kann.

Spezifisch	Auf Basis eines praxisnahen Forschungsanlasses und der Beschreibung der Situation in der Einrichtung wird zunächst eine Selbsteinschätzung seitens des Personals in Form eines Quizzes durchgeführt. Das Quiz heißt YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz und wird unter dem Punkt „Forschungsstrategie“ noch beschrieben. Anhand der Ergebnisse der Selbsteinschätzung sowie der Auswertung der anschließenden Interviews werden die Mitarbeiter mit den gewonnenen Erkenntnissen in einen fachlichen Dialog eingeladen und anschließend zu einer Gruppendiskussion geführt, um gemeinsam eine Konzeptidee für eine adäquate Nutzung des geplanten Medienraumes zu entwickeln. Dieses Konzept beinhaltet mögliche Interventionen zum Umgang mit Medien, was konkret den Kompetenzrahmen für die Arbeit mit Jugendlichen im Zeitalter von Smart Mobile Devices (Handys und Tablets) und Social Networking Sites sowie die Kompetenzen im Bereich der Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung sowie Mediengestaltung nach Baacke (Baacke, 1997, Medienkompetenz) betrifft.
------------	---

Messbar	Um ein zielorientiertes Interventionskonzept entwickeln zu können, bedarf es einer Grundlage bzw. eines ersten Überblicks über die vorhandenen sowie noch fehlenden Kompetenzen. Hierfür wurde zunächst das YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz durchgeführt. Das YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz zeigt einen Kompetenzrahmen für die Arbeit mit Jugendlichen im Zeitalter von Smart Mobile Devices (Handys und Tablets) und Social Networking Sites. Mit diesem Kompetenzrahmen, sowie einer Literaturrecherche werden die unabdingbaren Kompetenzen, welche im Umgang mit Medien vorhanden sein sollten, herausgestellt. Somit wird ebenfalls die aufgestellte Bachelorthesis überprüft. Im Falle einer Bestätigung dieser These wird anhand der im Quiz gestellten Fragen ein Leitfaden in Form eines teilstandardisierten (Experten-) Interviews erstellt. Mit Hilfe des Interviews wird die Selbsteinschätzung der Mitarbeiter mit deren Ergebnissen des Quiz verglichen und wird diesbezüglich in Bezug auf die Gedanken und Reaktionen festgehalten. Diese werden anschließend transkribiert. Mit den Ergebnissen des Quiz sowie der Auswertung der Interviews werden die Mitarbeiter in einen fachlichen Dialog gehen, um sie anschließend zu einer Gruppendiskussion einzuladen. Diese findet in Form eines Workshops statt. Ziel der Gruppendiskussion ist es, gemeinsam in einem intensiven Austausch zwischen Forschern und Betroffenen ein Konzept für eine adäquate Nutzung eines Medienraumes zu entwickeln.
Akzeptabel	Das Ziel ist für alle akzeptabel, wenn innerhalb der Forschung der Datenschutz und die Privatsphäre der Mitarbeiter gewahrt werden. Zudem müssen zunächst Absprachen mit der Einrichtung getroffen werden, in der geforscht werden soll. Das Konzept soll der anschließenden Nutzung des neuen Medienraumes der Einrichtung dienen.
Realisierbar	Das Ziel ist realisierbar, wenn die genannten Absprachen mit der Einrichtung stattfinden und diese eingehalten werden. Zudem muss das Ziel innerhalb des Forschungsprozesses immer wieder evaluiert und gegebenenfalls angepasst werden.
Temporal	Das Ziel soll Mitte des Jahres 2016 erreicht werden, um die Bachelorarbeit im Mai 2017 einreichen zu können.

Tabelle 1 - SMART Analyse des Forschungsziels

Das Forschungsziel ist somit, aus den Erkenntnissen des Quiz (YOWOMO2.0), der teilstandardisierten Interviews sowie der anschließenden Gruppendiskussion, welche bis Mitte 2016 zusammengetragen werden, ein gemeinsames Konzept für eine adäquate Mediennutzung innerhalb der Einrichtung OT Heim St. Nikomedes, insbesondere des geplanten Medienraumes, im Bereich der offenen Kinder- und Jugendarbeit zu erstellen und auch die Bedeutung der Medienkompetenz für die Fachlichkeit eines Sozial Arbeiters im Offenen Kinder- und Jugendbereich (bezogen auf die Einrichtung) zunächst zu hinterfragen.

Das Quiz zeigt, wie bereits oben beschrieben, einen Kompetenzrahmen für die Arbeit mit Jugendlichen im Zeitalter von Smart Mobile Devices und Social Networking Sites. Diesbezüglich soll die Forschungsfrage darauf abzielen, wie ein Konzept für eine optimale Mediennutzung innerhalb der Einrichtung, insbesondere des Medienraums, aussehen soll. Die Auswertung des Quiz zeigt den aktuellen Stand der Sozialpädagogen des OT Heim St. Nikomedes innerhalb des beschriebenen Kompetenzrahmens sowie den möglichen Bedarf

für eine angemessene Leitung.

3.2 Forschungsart

Die Art der Forschung ist eine Praxis- und Anwendungsorientierung mit dem Ziel einer gemeinsamen Erstellung eines Konzeptes. Durch die Beschreibung eines praxisnahen Forschungsanlasses wurde die Bedeutung dieses Themas für die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen und somit auch für die Profession der Sozialpädagogik deutlich. Innerhalb dieser Forschung sollen diese Anzeichen diagnostiziert und herausgestellt werden, um zu erfahren, welche Interventionen ausgearbeitet werden müssen. Auf Basis der Analyse wird gemeinsam mit den Mitarbeitern des OT Heim St. Nikomedes ein Konzept entwickelt, welches der Einrichtung, die im Bereich der offenen Kinder- und Jugendarbeit tätig ist, eine adäquate Mediennutzung ermöglicht, insbesondere für die Nutzung sowie Leitung des geplanten Medienraumes. Dies beinhaltet auch, präventiv zu arbeiten und die Kinder und Jugendlichen im Umgang mit Medien zu unterstützen, gegebenenfalls zu schulen und beratend zur Seite zu stehen.

3.3 Forschungsfrage

Aus den vorangegangenen Erläuterungen ergibt sich folgende Forschungsfrage:

„Sollte mediale Kenntnis Teil der Fachlichkeit eines Sozialarbeiters im OKJA Bereich sein und wie kann diese in die Arbeit konzeptionell eingebunden werden?“

Ergänzend zur Forschungsfrage sind folgende Teilfragen aufgestellt:

- *Welche Bedeutung schreiben die Mitarbeiter der Einrichtung Medienkenntnis für die Arbeit im OKJA Bereich zu?*
- *Sind die fachlich ausgebildeten Mitarbeiter imstande dieses zu leisten bzw. besitzen sie die nötigen Kenntnisse dafür?*
- *In welchem Umfang können die Mitarbeiter gegebenenfalls geschult werden, um dieses Konzept umsetzen zu können?*
- *Inwieweit wird Hilfe von Außenstehenden benötigt?*
- *Auf welche Gefahren sind hinzuweisen?*
- *In wie weit können die vier Dimensionen der Medienkompetenz nach Baacke in die Ausarbeitung des Konzeptes eingebunden werden?*
- *Welche Punkte sollte das Konzept beinhalten beziehungsweise erfassen?*

3.3.1 Operationalisierung der Begriffe

In diesem Abschnitt der Arbeit werden die Schlüsselbegriffe empirisch ‚greifbar‘ gemacht. Die Schlüsselbegriffe werden definiert und in ihrem dimensional Gehalt geklärt.

	<i>Schlüsselbegriffe</i>	<i>Messbar anhand</i>	<i>Definition</i>
--	--------------------------	-----------------------	-------------------

1.	Konzept	Ausarbeitung der Bachelorarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Wird vor dem Hintergrund des Leitbildes dargelegt. • Bezeichnet einen klar umrissenen Plan, das Schema für das Vorhaben. • Gibt Auskunft über das handlungsleitende Grundverständnis. • Es umfasst den Inhalt und Aufbau des möglichen Handlungsplans, welcher von allen Teammitgliedern entwickelt wird.
2.	OT-Heim St. Nikomedes	Wissensstand	<ul style="list-style-type: none"> • Bezeichnet die Einrichtung, in der der Medienraum entstehen soll.
3.	Bereich der OKJA	Wissensstand	<ul style="list-style-type: none"> • Abkürzung für Offene Kinder- und Jugendarbeit grenzt die Einrichtung ein und beschränkt das Thema auf diesen spezifischen Bereich.

Tabelle 2 - Operationalisierung der Schlüsselbegriffe

Operationalisierung von *adäquate Nutzung/Leitung*.

Konstrukt/Oberbegriff	adäquate Nutzung/Leitung
Dimensionen	Sicherheit der Kinder und Jugendlichen, Sicherheit der Einrichtung, Einflussmöglichkeiten, Motivation
Indikatoren	hohe/geringe Sicherheit, hohe/geringe Einflussmöglichkeiten, hohe/geringe Motivation

Als nächstes folgen die Definitionen der Schlüsselbegriffe der Teilfragen. Hierzu sind die Schlüsselbegriffe in den jeweiligen Teilfragen unterstrichen dargestellt.

	Schlüsselbegriffe	Definition
1.	Medienkompetenz	"Medienkompetenz meint grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen." Professor Dr. Dieter Baacke (1934 - 1999)
2.	OKJA Bereich	Abkürzung für Offene Kinder- und Jugendarbeit grenzt die Einrichtung ein und beschränkt das Thema auf diesen spezifischen Bereich.
3.	Bedeutung	Bezeichnet die Wichtigkeit, den Stellenwert
4.	Gesellschaft	Umfeld, Mitmenschen, Bevölkerung
5.	Soziale Systeme	z.B. Gemeinschaften, Peer-Groups, ein Kreis von Menschen, die sich aufgrund gemeinsamer Interessen, Ziele zusammenschließen haben und aufgrund bestimmter Gemeinsamkeiten zusammgehören.
6.	Zeitalter	Epoche, längerer geschichtlicher Zeitraum

7.	Digitalisierung	Der Begriff „Digitalisierung“ bezeichnet die Überführung kontinuierlicher Größen in abgestufte Werte als Binärcode; meist zu dem Zweck, sie zu speichern oder elektronisch in der EDV oder IT zu verarbeiten. „So lautet die Wikipedia-Definition von Digitalisierung.“ (Hamidian & Kraijo, 2013)
9.	Möglichkeiten	Unter anderem (u.a.) Chancen, Situationen die sich für eine Person ergeben
10.	Medienkompetenzaneignung	Den eigenen Bedarf an Medienkompetenz ermitteln, Schwachstellen durch gezielte Aneignung abbauen.
11.	Jugendlichen	Altersklasse von 13 Jahren bis 17 Jahren
12.	Eigener Einschätzung	Persönliche Meinung, Sicht, Gedanken
13.	4 Dimensionen	Dieter Baacke gliederte den Begriff in vier Dimensionen: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung (Baacke, Medienkompetenz, 1997, S. 98 f.)
14.	Baacke	Dieter Baacke (1934 - 1999) Professor für Pädagogik an der Universität Bielefeld. Von 1984 bis 1999 Vorsitzender der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK). Sein pädagogisch begründeter Begriff der Medienkompetenz inspirierte dauerhaft Wissenschaft, Praxis und Politik (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikation, 2016, S. 203).
15.	Ausarbeitung	Fragt nach einer konkreten Ausarbeitung des Konzeptes

Tabelle 3 - Definitionen der Schlüsselbegriffe der Teilfragen

3.3.2 Forschungsstrategie

Die Wahl einer Forschungsstrategie umfasst die Vorgehensweise während eines Forschungsprozesses. Die hier beschriebene Zielsetzung und Problemstellung zieht die Wahl einer qualitativen Forschung mit sich. In dieser Art der Erhebung von Ergebnissen geht es nicht um das Sammeln großer Erhebungsätze, sondern gemäß nach Schaffer um das „Verstehen von sozialem Handeln, dessen Beschreibung und Rekonstruktion anhand weniger Einzelfälle“ (Schaffer, 2002, S. 46). Dazu ergänzend ist die sogenannte Hermeneutik zu erwähnen, in der es um die Art des Auslegens und des Interpretierens von sichtbaren, sozialen Situationen oder Texten geht. Die Wahl fiel auf die Ausfüllung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz, welches alle hauptamtlichen Mitarbeiter des OT Heims ausfüllten. Mit dem Quiz werden, orientiert an der heutigen Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen, die wichtigsten Punkte für einen adäquaten Umgang mit Medien abgefragt. Es handelt sich um eine Selbsteinschätzung bzw. Wahrnehmung der eigenen Kompetenzen und zeigt mögliche Schwachstellen bzw. ein Weiterentwicklungspotential der einzelnen Mitarbeiter im Umgang mit sozialen Medien auf und bezieht die tatsächlichen Anforderungen mit ein. Die Ergebnisse des Quiz sollen als Grundlage dienen, um die Forschung zu intensivieren. Das Quiz wurde von Lutz Siemer erstellt, welches mit freundlicher Genehmigung genutzt werden durfte. Das Quiz selbst basiert auf einer koreanischen Quelle und wurde im Grundkonstrukt adaptiert und angepasst.

Die ebenfalls positive Bereitschaft, die Ergebnisse bereitzustellen, ermöglicht diese den

Mitarbeitern der Einrichtung zu präsentieren. Aufbauend auf das Quiz, wurde ein Interview erstellt, welches anhand eines strukturierten Leitfadens, eines Katalogs von offenen und geschlossenen Fragen sowie Fragekomplexen, geführt wird und somit bei jeder Person deckungsgleich ist. Es handelt sich somit um ein teilstandardisiertes Interview mit einer qualitativen Orientierung. „In qualitativen Interviews geht es um die Erfassung von subjektiven Bedeutungsmustern, um die Alltagswahrnehmungen und Wirklichkeitstheorien der Befragten“ (Schaffer, 2009, S. 129ff.).

Das YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz beinhaltet verschiedene Themen der Jugendarbeit im Zeitalter von Social Media und Mobilgeräten. Die Idee des Quizzes ist, einen schnellen Eindruck seines Kompetenzniveaus zu bekommen. Das Ergebnis bzw. der Kompetenz-Score ist jedoch keine objektive Messung, sondern eher eine formative Selbsteinschätzung. „Das Quiz basiert auf der Arbeit der YOWOMO2.0 Partnerschaft. Ein größerer Teil der in diesem Quiz verwendete Formulierungen wurde allerdings aus dem Buch „The Social Media Ressource Kit“ von Sun Sun Lim und Kakit Cheong, das vom Central Youth Guidance Office des Ministry of Social and Family Services in Singapur veröffentlicht wurde, abgeleitet. Dr. Sun Sun Lim, Professorin am Department of Communications and New Media an der National University of Singapore, stand bei der Entwicklung des Quiz beratend zur Seite“ (Siemer & Siefen, 2014).

Das Quiz teilt sich in drei Teile auf, die unabhängig voneinander bearbeitet werden können.

- Meine Klienten: Jugendliche und Eltern
- Meine Kollegen und meine Organisation
- Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten

Die Gruppendiskussion verfolgt die Heranziehung eines gemeinschaftlichen Konsenses und dem Umgang mit der Thematik. Aus diesem Grund wird gemeinsam mit den Mitarbeitern das Gerüst für ein Konzept für eine adäquate Nutzung eines Medienraumes im OKJA Bereich entwickelt. Laut Schaffer bedeutet empirisch, Beobachtungen im sozialen Umfeld einfacher und allgemeiner auszudrücken und diese wahrnehmbarer zu machen (Schaffer, 2002, S. 25). Die Grundvermutung impliziert ein (zu) geringeres Wissen an Medienumgang und Gestaltungsmöglichkeiten seitens der Sozialpädagogen im Vergleich zu den Klienten, sprich Besuchern der OKJA. Zu dieser Vermutung wurden anderweitige Untersuchungen, wie die JIM Studie (Jugend, Information, Multi-Media), herangezogen. Die JIM Studie wird jährlich vom „Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest“ publiziert. In der Studie werden 12 bis 19 Jährige zu verschiedenen Rubriken gezielt gefragt und sie gilt als repräsentativ, da circa 1000 Jugendliche telefonisch befragt werden. Die hier vorliegende Vorgehensweise ist deduktiv, da vom Allgemeinen in den besonderen Fall geschlossen wird und die Hypothese bestätigt wird. Mit den Erkenntnissen der Gruppendiskussion sowie der Auswertung der Ergebnisse kann induktiv gearbeitet werden. Dies bedeutet, dass der Einzelfall zu einer allgemeingültigen Aussage bezogen werden kann und eine Möglichkeit für konkrete

Handlungsoptionen für den Umgang der Thematik innerhalb der OKJA leisten kann.

3.3.3 Forschungsdesign

Als Forschungsdesign für die Untersuchung wurde sich für einen Methodenmix entschieden. Dies bezeichnet eine Anwendung verschiedener Untersuchungsmethoden. Die Feldforschung, die in Form der Gruppendiskussion Verwendung findet, stellt ein Bild der Zielgruppe in ihrem natürlichen Alltag dar und soll so Verzerrungen bzw. verfälschte Ergebnisse vermeiden. Laut Schaffer schafft es die Methode, die Untersuchten während des Studienprozesses nicht aus ihrer natürlichen Umgebung zu lösen, was bedeutet, dass die Gruppe in ihrer natürlichen Lebens- bzw. Arbeitsumgebung untersucht werden kann (Schaffer, 2002, S. 55).

Das Forschungsdesign befindet sich zum einen im Bereich der Einzelfallanalyse, dessen Grundgedanke es ist, „sich während des gesamten Analyseprozesses den Rückgriff auf den Fall in seiner Ganzheit und Komplexität zu erhalten, um so genaueren und tiefgreifenden Ergebnissen zu gelangen“ (Mayring, 2002, S. 42). In der Untersuchung wird die Einrichtung als Einzelfall angenommen. Bei der Einzelfallanalyse kann auch ein komplexeres soziales System Gegenstand der Analyse sein. Zum anderen befindet sich dieses Forschungsprojekt im Bereich der Handlungsforschung. In all den Forschungsprojekten, die ihre Ergebnisse den Versuchspersonen nach Abschluss der Auswertung übermitteln und mit ihnen diskutieren, sind Elemente von Handlungsforschung enthalten (Mayring, 2002, S. 53).

Innerhalb einer praxisnahen Forschung soll anhand eines Quiz der Wissensstand und die Haltung der Mitarbeiter ermittelt werden, wobei diese beiden Erkenntnisse sich auf die Medienverwendung und Wissensvermittlung in Bezug auf Jugendliche beziehen. Dazu werden die Ergebnisse aus dem Quiz entnommen und in einem persönlichen, teilstandardisierten Interview bzw. Experteninterview thematisiert. „Als Experten werden im landläufigen Sinne Sachverständige, Kenner oder Fachleute bezeichnet, also Personen, die über besondere Wissensbestände verfügen“ (Liebold & Trinczek, 2009, S. 33). Ebenso wird hier nochmal konkret geforscht, inwiefern die Haltung und Einschätzung der jeweiligen Person zu dem Thema und die Haltung der anderen Mitarbeiter ist. „Im Experteninterview tritt die Person des Experten/der Expertin in ihrer biografischen Motiviertheit in den Hintergrund, stattdessen interessiert der in einen Funktionskontext eingebundene Akteur. Das Experteninterview zielt auf den Wissensvorsprung, der aus der privilegierten Position der ExpertInnen resultiert“ (Meuser & Nagel, 2010, S. 377). Im letzten Teil der praktischen Forschung wird eine Gruppendiskussion mit allen Mitarbeitern durchgeführt, in der gemeinsam ein Umgang, eine gemeinsame Haltung und eine Entscheidung zu einer möglichen Durchführung des Medienraums herbeigeführt werden soll.

Demnach wird direkt praxisbezogen, sprich im Feld geforscht, um einen Einblick in den Alltag bzw. in das Arbeitsfeld bekommen. Dies wird umso praxisbezogener, da Fabian

einen Teil des Teams darstellt und konkret am Prozess beteiligt ist. Es ist ohnehin von enormer Bedeutung und Vorteil, dass man im Forschungsfeld bzw. in der Untersuchungsgruppe eine praktische Funktion einnehmen kann, ohne die täglichen Ablaufprozesse durcheinanderzubringen (vgl. Mayring, 2002, S. 57).

Ergänzend zur Feldforschung steht die Einzelfallanalyse bzw. danach, dass Auswertungsverfahren der gegenstandsbezogenen Theoriebildung. Diese Methode wird innerhalb des Forschungsplans implementiert, um eine gegenstandbezogene Theoriebildung herbeizuführen. „Gegenstandbezogene Theoriebildung geht davon aus, dass der Forscher während der Datensammlung theoretischer Konzepte, Konstrukte, Hypothesen entwickelt, verfeinert und verknüpft, sodass Erhebung und Auswertung sich überschneiden“ (Mayring, 2002, S. 105). Angeknüpft an diese praktischen Methoden werden interventions-konzeptionelle Ideen eingebracht, die aufgrund der Analysenergebnisse entwickelt werden.

4. Erhebungsmethode

In diesem Abschnitt wird sich den Forschungsobjekten zugewandt und ebenso wird die Informationsquelle aufgeführt. Hier werden explizit die relevanten Informationsquellen sowie die zu erhebenden Informationen beschrieben. Letztendlich werden die Datenerhebungsmethoden genannt und die Quellen aufgezählt. Die Untersuchungspopulation besteht aus den hauptamtlichen Mitarbeitern des OT-Heim St. Nikomedes, welche im Bereich der offenen Kinder- und Jugendarbeit angesiedelt sind. Die Bearbeitung des Quiz zeigt den aktuellen Wissensstand und die Haltung der Mitarbeiter des OT-Heim St. Nikomedes auf. Die beiden Punkte werden nach Bearbeitung des Quiz noch einmal anhand eines teilstandardisierten Interviews erhoben. Das Interview ist eine Erhebungsmethode, die durch gezielte Fragen das Untersuchungsobjekt zu verbalen Äußerungen veranlassen soll (Schaffer, 2009, S. 113). Teilstandardisierte Interviews werden auch als Leitfadeninterviews bezeichnet. Ihre Orientierung ist qualitativ, da sie anhand eines mehr oder minder strukturierten Leitfadens geführt werden. Somit geht es um die Erfassung von subjektiven Bedeutungsmustern, um die Alltagswahrnehmungen und Wirklichkeitstheorien der Befragten (Schaffer, 2009, S. 129 f.). Die qualitative Inhaltsanalyse wird in dem Anschluss als zusammenfassende Funktion angewandt. „Hier wird das Material so zu reduzieren versucht, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, aber ein überschaubarer Kurzttext entsteht. Dazu werden etwa Wiederholungen gestrichen und zusammengehörende Argumentationen gebündelt und Aussagen zu ein und demselben Gegenstand zusammengefasst“ (Schaffer, 2009, S. 150). Anschließend findet eine Gruppendiskussion in Form eines Workshops statt, in der die Mitarbeiter von den Ergebnissen in Kenntnis gesetzt werden. Diese sollte ca. fünf bis 15 Teilnehmer umfassen und möglichst im Alltag als Gruppe bestehen. Sie soll zur Erhebung von kollektiven Einstellungen und öffentlicher Meinungen dienen. Ideologien und Vorurteilen sowie latente Sinngehalte, die im Einzelinterview nicht so leicht zum Vorschein

kommen, sollen aufgespürt werden. Hierfür ist die Methode der Gruppendiskussion besonders geeignet. Die in sozialen Situationen entstehenden alltäglichen Sinnstrukturen, welche sich verändern und das Denken, Fühlen und Handeln beeinflussen, sollen durch die Methode erfasst werden. Schlussendlich soll sie zu einer einheitlichen Entscheidung verhelfen (vgl. Mayring, 2002, S. 78). Eine weitere Erhebungsmethode stellen die erarbeiteten Dokumente (wie Ergebnisse des Quiz, transkribierte Interviews und Protokoll der Gruppendiskussion) dar. In Bezug auf die Forschungsobjekte/Informationsquellen sind die hauptamtlichen Mitarbeiter des OT-Heims St. Nikomedes zu nennen. Diese weisen unterschiedliche Haltungen und Wissensstände in Bezug auf Medien auf. In der Einrichtung soll ein Medienraum erbaut werden, was den Anlass dieser Forschung darstellt. Aufgrund der herrschenden Diversität innerhalb des Teams, bezogen auf die Einstellung zu einer möglichen Durchführung des Medienraums anhand ihrer Kompetenzen bzw. Haltungen, ist hier die Problematik zu nennen. Relevante Informationsquellen werden die Ergebnisse des Quiz, der Interviews und die Gruppendiskussion bzw. das Protokoll sein. Anhand einer gründlichen Literaturrecherche werden Begriffe definiert, Thesen, Ergebnisse, Erkenntnisse und Interventionsmöglichkeiten untermauert und theoretisch definiert.

4.1 Erhebungsmethoden für die Teilfragen

Im Folgenden werden die einzelnen Teilfragen, mit der jeweils für sie vorgesehenen Erhebungsmethode, aufgelistet.

Teilfrage	Erhebungsmethode
<i>Welche Bedeutung schreiben sich die Mitarbeiter der Einrichtung Medienkenntnis für die Arbeit im OKJA Bereich zu?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Interviews und der Gruppendiskussion
<i>Sind die fachlich ausgebildeten Mitarbeiter imstande dieses zu leisten bzw. besitzen sie die nötigen Kenntnisse dafür?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Interviews und der Gruppendiskussion
<i>In welchem Umfang können die Mitarbeiter gegebenenfalls geschult werden, um dieses Konzept umsetzen zu können?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Interviews und der Gruppendiskussion
<i>Inwieweit wird Hilfe von Außenstehenden benötigt?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Gruppendiskussion
<i>Auf welche Gefahren sind hinzuweisen?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Gruppendiskussion
<i>In wie weit können die vier Dimensionen der Medienkompetenz nach Baacke in die Ausarbeitung des Konzeptes eingebunden werden?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Gruppendiskussion
<i>Welche Punkte sollte das Konzept beinhalten beziehungsweise erfassen?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Analyse der Gruppendiskussion

Tabelle 4 - Erhebungsmethoden für die Teilfragen

Vorläufiges Quellenverzeichnis (mit der Angabe einiger Quellen, die wir auf jeden Fall verwenden werden):

Mitarbeiter der Einrichtungen
Teilstandardisierte Interviews
Dokumente
Messinstrumente
Einzelfallanalyse
Gruppendiskussion
Literatur

5. Forschungsinstrument

An diesem Punkt werden die verwendeten Forschungsinstrumente aufgezählt und beschrieben. Um eine bessere Übersicht zu erlangen, werden diese aufgeführt, um eine exemplarische Einsicht zu vermitteln.

5.1 Pretest Quiz

Nachdem die Erlaubnis für die Nutzung des Quiz für die Untersuchung erfolgte, führte die Forschungsgruppe bzw. Verfasser der Bachelorarbeit einen Selbsttest, sprich das Quiz, durch. Dieses Vorgehen mit den dadurch gewonnenen Erkenntnissen ermöglichte der Gruppe, den Leitfaden für das darauf aufbauende teilstandardisierte (Experten-) Interview zu entwickeln. Somit hatte die Durchführung des Pretests eine positive Auswirkung auf die weitere Untersuchung und soll zudem Mängel oder Fehler aufdecken.

5.2 Pretest Interview

Im Vorfeld an die Durchführung des Pretests wurde überlegt, für das Interview mit den Mitarbeitern in der Einrichtung einen Leitfaden zu erstellen, welcher in verschiedene Rubriken unterteilt ist und das Interview leitet. Nachdem der Pretest durchgeführt wurde, wurde die Annahme bestätigt, dass das Interview konkrete, auf das Quiz bezogene Fragen benötigen sollte. Da die Meinung der Gruppe war, dass die Ergebnisse des Quiz einen deutlich höheren Stellenwert besitzen, wenn die Interviews mit den Mitarbeitern nach einem strikten Fragenkatalog durchgeführt werden, um so zu den einzelnen Rubriken wichtige Informationen und Gedanken nicht vorzuenthalten, wurde sich schließlich dazu entschieden, zu dem Quiz, welches die Grundlage liefert, ein „Experteninterview“ mit einem Leitfaden sowie einer anschließenden Gruppendiskussion als Untersuchungsmethode vorzunehmen.

6. Forschungsplan

In dem Forschungsplan werden eine Tätigkeitsliste sowie eine Zeiteinteilung in Form eines Gantt-Diagramms dargestellt.

6.1 Tätigkeitsliste

Die Tätigkeitsliste spiegelt den von der Forschungsgruppe geplanten, als auch tatsächlich

vollzogenen Stundenumfang für jede planerisch bezogene Tätigkeit wieder.

Tätigkeit	Zeit/ Dauer pro Student
Vorbereitung: Literaturrecherche, Erstellung des konzeptuellen Entwurfs der Forschungsarbeit, Aufstellung des Untersuchungsplans der Forschungsarbeit: Genehmigung für die Nutzung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz einholen, Erstellen des teilstandardisierten Interviewleitfadens, Durchführung der Pretests, Durchführung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz, Erstellen des Leitfadens für die Gruppendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> • Februar- Juni • 30 Stunden - 60 Stunden • 75 Stunden • Stunden - 5 Stunden
Datenerhebung: Durchführung der teilstandardisierten Interviews mit sechs hauptamtlichen Mitarbeitern der Einrichtung (OT-Heim St. Nikomedes) Durchführen des Gruppeninterviews, Entwerfen eines gemeinsamen Konzeptes für die Nutzung des Medienraums in der Einrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Juni- Mitte September • 12 Stunden • 62 Stunden • 25 Stunden - 27 Stunden
Datenverarbeitung: Auswertung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz, Auswertung der teilstandardisierten Interviews, Auswertung der Ergebnisse der Gruppendiskussion, Literaturanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • Mitte September- Mitte November • 20 30 26 Stunden
Berichterstattung:	<ul style="list-style-type: none"> • Mitte November - Januar • 125 Stunden

Tabelle 5 - Tätigkeitsliste

Zeitraum

Februar bis September 2016

- Vorbereitung 35%
- Datenerhebung 25%
- Datenverarbeitung 15%
- Berichterstattung 25%

6.2 Gantt-Diagramm

Dieser Teil des Berichtes zeigt eine grafische Darstellung der ausgearbeiteten Zeitplanung in Form eines Gantt-Diagramms. Das Diagramm befindet sich im Anhang (Anlage VI).

7. Auswertung und Interpretation der Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz

Im Folgenden werden die Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz dargelegt und interpretiert. Für eine übersichtliche Darlegung der Ergebnisse findet die Auswertung in

den jeweiligen Segmenten statt. Somit wird die Zuordnung gewahrt.

Nach der Auswertung werden die Ergebnisse an dieser Stelle interpretiert. Somit entsteht ein erster Eindruck über die Kompetenzniveaus der Mitarbeiter des OT-Heims. Es handelt sich hierbei um eine rein formative Selbsteinschätzung und soll zum Nachdenken über die eigene professionelle Entwicklung anregen.

Das Quiz wurde von jedem Mitarbeiter der Einrichtung online durchgeführt. Die Befragung bildet demnach ein genaues Abbild der Mitarbeiter. Die Feldarbeit und die Datenprüfung lagen bei Lutz Siemer, er ist Mitbegründer des Quiz und verantwortlich für die Datenauswertung. Herr Siemer filterte die Daten der Mitarbeiter des OT-Heims heraus und stellte die Ergebnisse jedes einzelnen der Forschungsfrage zur Verfügung.

7.1 Die Ergebnisse aus Segment eins

Segment eins - Meine Klienten: Jugendliche und Eltern

In diesem Teil des Quiz werden folgende Themen behandelt:

- *Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen*
- *Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen*
- *Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen*
- *Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen*
- *Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche*
- *Chancen in der Arbeit mit Eltern.*

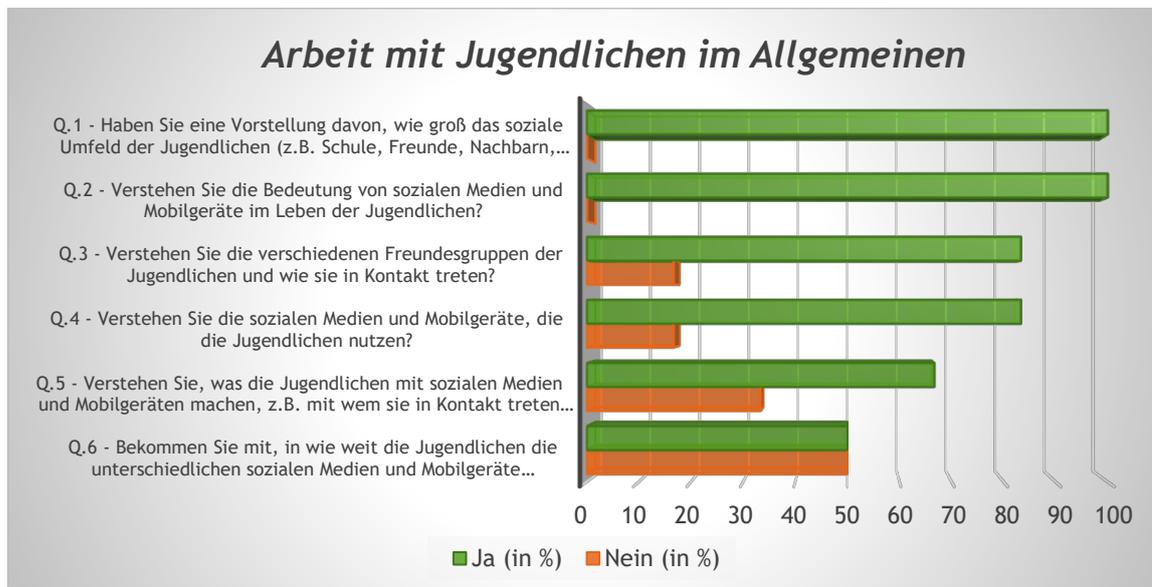


Abbildung 1 - Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen

Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen

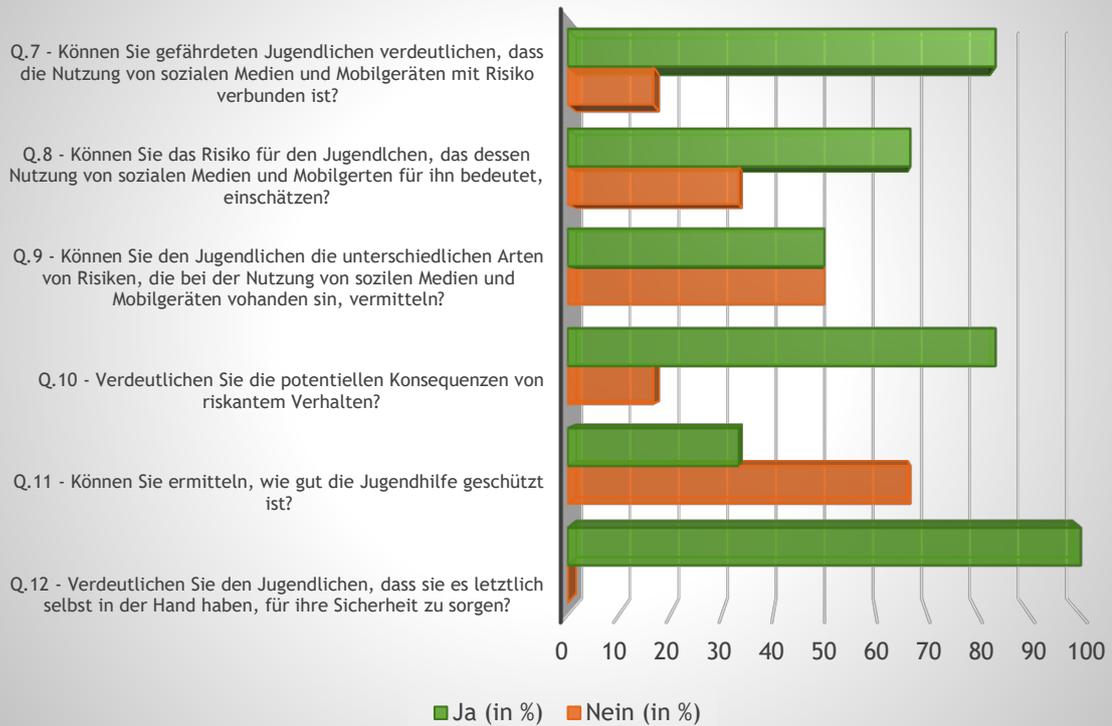


Abbildung 2 - Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen

Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen

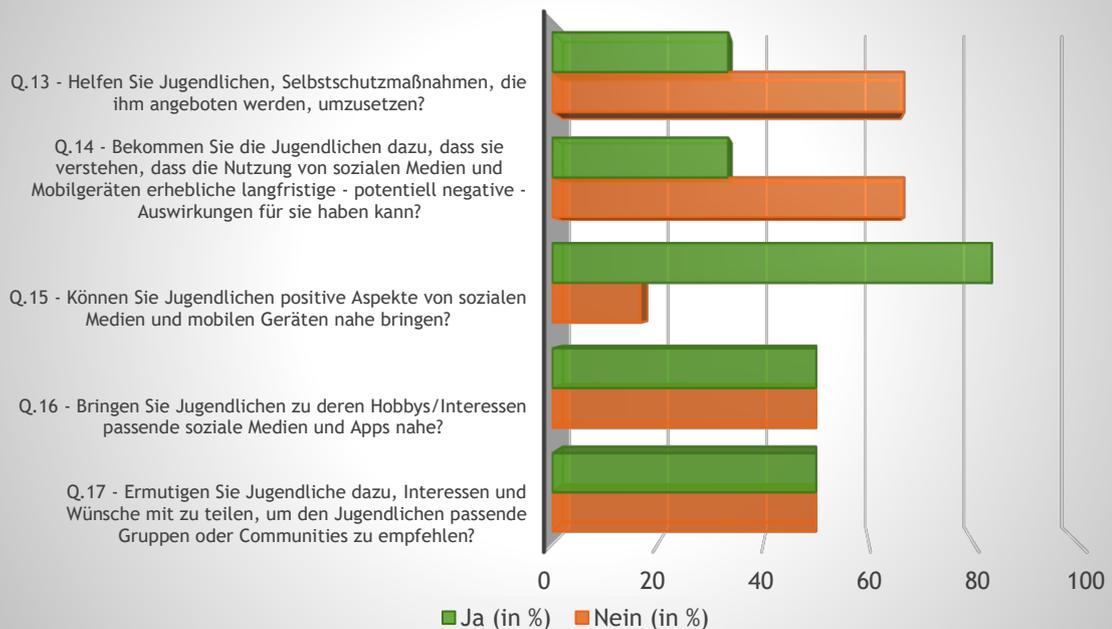


Abbildung 3 - Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen

Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen

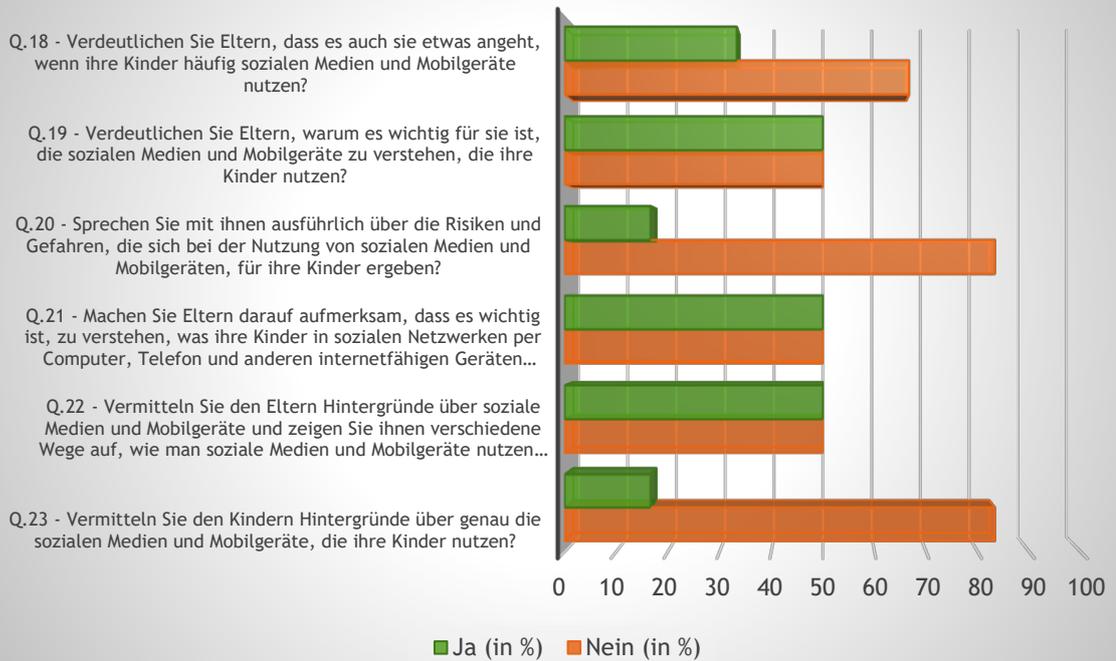


Abbildung 4 - Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen

Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche

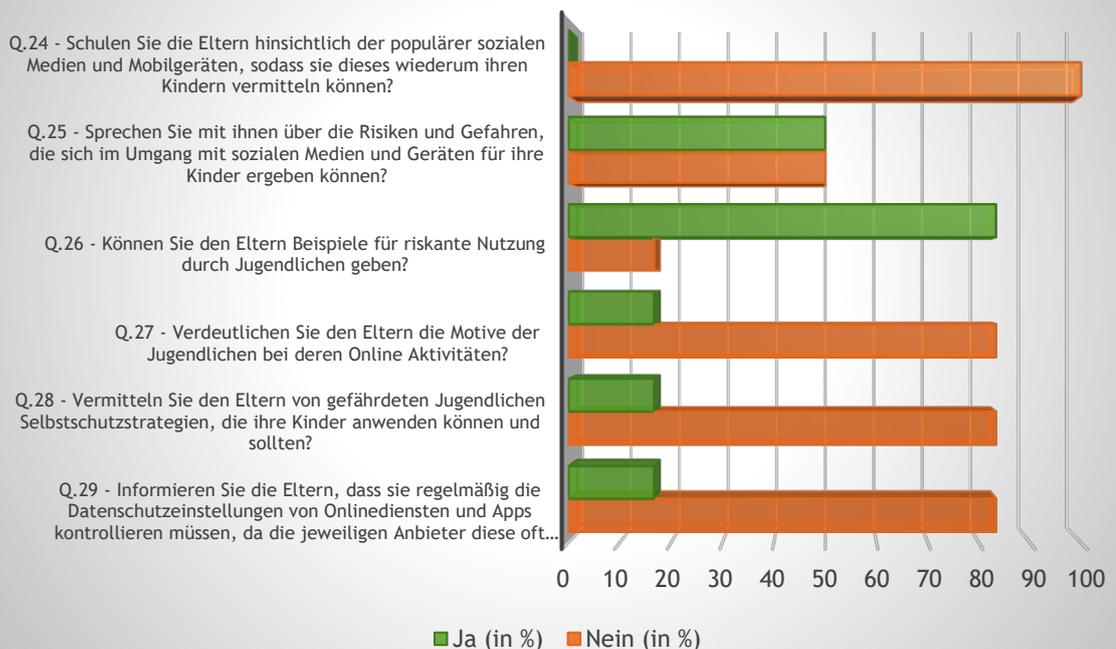


Abbildung 5 - Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche

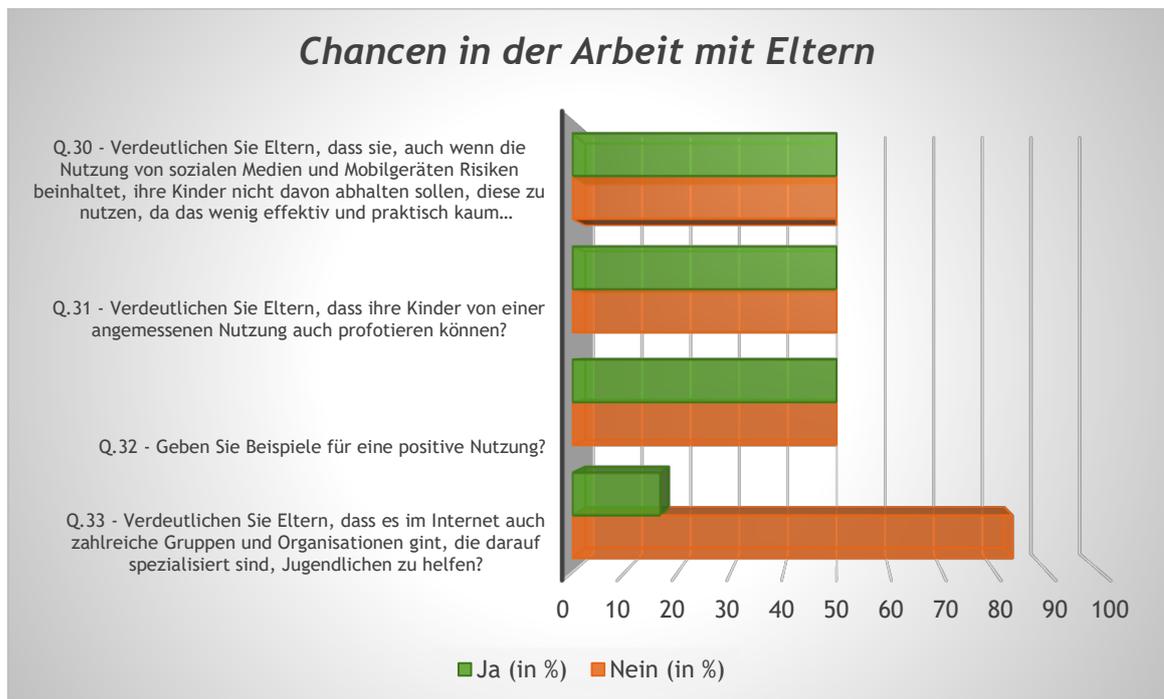


Abbildung 6 - Chancen in der Arbeit mit Eltern

7.1.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment eins *Segment eins - Meine Klienten: Jugendliche und Eltern*

Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen

Das Internet, die sozialen Medien und Mobilgeräte haben augenscheinlich einen erheblichen Einfluss auf die Lebenswelt der Menschen, insbesondere der Kinder und Jugendlichen. Baacke formulierte dies 2004 so, dass „Lebenswelten Medienwelten und Medienwelten Lebenswelten“ sind (S. 21). Ihre Lebenswelt ist derjenige Ort, an dem sie handeln und ihnen gesellschaftliche Verhältnisse widerfahren (Thiersch, 2005, S. 239). Sie bewegen sich in einem enorm vielfältigen Informations- und Medienangebot. „In einer Gesellschaft, in der öffentliches wie individuelles Leben von Medien mitgestaltet wird, tragen diese auch in erheblichem Maße zur sinnhaften Interpretation der Wirklichkeit bei... Virtuelle Welten sind vor diesem Hintergrund integrierter Bestandteil der Lebenswelt.“ (Theunert/Eggert, 2003, S. 5) Durch diese Entwicklung ist die Lebenswelt sozusagen grenzenlos geworden. Hier den Überblick zu bewahren, erfordert nicht nur Kenntnisse und ein gewisses Interesse auf diesem Gebiet, sondern aufgrund der rasanten Weiterentwicklung auch eine ständige Weiterbildung seitens des Sozial Arbeiters. Diesbezüglich beziehen sich die ersten Fragen des Quiz auf die Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen. Die Auswertungen der Ergebnisse haben ergeben, dass alle Mitarbeiter der Meinung sind, eine Vorstellung über die Größe des sozialen Umfeldes der Jugendlichen zu haben und die Bedeutung von sozialen Medien und Mobilgeräten im Leben der

Jugendlichen zu verstehen. Des Weiteren sprach sich der überwiegende Teil der Mitarbeiter (83,88 %) das Verständnis für die verschiedenen Freundesgruppen der Jugendlichen zu, wie sie in Kontakt treten und wie sie die sozialen Medien sowie Mobilgeräte nutzen. Bezogen auf die Tätigkeiten der Jugendlichen mit sozialen Medien und Mobilgeräten, z.B. mit wem sie in Kontakt treten und wie dies geschieht, geht das Verständnis der Mitarbeiter etwas zurück. Die Mehrheit der Mitarbeiter (66,67 %) schätzt ihre Kenntnisse in diesem Bereich jedoch als gegeben an. Bei der letzten Frage bzgl. des Themas „Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen“, sind es dann die Hälfte der Mitarbeiter, die angaben, dass sie mitbekommen, inwieweit die Jugendlichen die unterschiedlichen sozialen Medien und Mobilgeräte verstehen, d.h., wie sie damit umgehen, was sie teilen/posten etc.

Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen.

Das Internet, die sozialen Medien und Mobilgeräte bringen enorme Möglichkeiten mit sich, jedoch verbergen sich hier auch Risiken und Gefahren, die oftmals nicht bewusst sind oder gar übersehen werden. Um die zahlreichen Dienste, Inhalte, wie auch das eigene Verhalten bewerten zu können, erfordert es ein hohes Maß an Selbstkontrolle und Reflektion. Hierzu bezieht sich das nächste Thema des Quiz auf die Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen.

Die große Mehrheit der Mitarbeiter (83,33 %) sieht sich in der Lage, den gefährdeten Jugendlichen zu verdeutlichen, dass die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten mit Risiken verbunden ist. Weniger (66,67 %) sind der Meinung, sie können das Risiko für den Jugendlichen, das dessen Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten für ihn bedeutet, einschätzen. Geht es darum, den Jugendlichen die unterschiedlichen Arten von Risiken, die bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten vorhanden sind, zu vermitteln, sieht sich nur noch die Hälfte der Mitarbeiter hierzu in der Lage. Die große Mehrheit (83,33 %) ist wiederum der Ansicht, potentielle Konsequenzen von riskantem Verhalten verdeutlichen zu können. Dem gegenüberstehend ist lediglich die Minderheit der Mitarbeiter (33,33 %) dazu befähigt, zu ermitteln, wie gut der Jugendliche geschützt ist. In diesem Zusammenhang ist es entscheidend, den Jugendlichen zu verdeutlichen, dass sie es letztlich selbst in der Hand haben, für ihre Sicherheit zu sorgen. Dies umzusetzen, dazu sehen sich alle Mitarbeiter in der Lage.

Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen

In der Kommunikation wurden durch die heutigen medialen Ressourcen neue Möglichkeiten geschaffen, was die Kommunikation auf vielen Ebenen verändert hat. In Sekunden ist es möglich, seine Meinung beispielsweise via Facebook oder Twitter einem Millionenpublikum kundzutun oder ein Video zu veröffentlichen. Auf der einen Seite entsteht somit eine neue Form von Freiheit, auf der anderen Seite bringt diese Entwicklung jedoch auch Gefahren mit sich, wie etwa der Verlust des persönlichen Kontakts. Anstelle von Telefonaten oder realen Besuchen wird die meiste Kommunikation per Internet abgewickelt, da es bequemer ist und schneller geht. Durch diese Nutzung besteht oftmals die Gefahr einer Sucht oder eine Abhängigkeit. Ist man nicht in sozialen Netzwerken

integriert, verliert man leicht den Kontakt zu Freunden, ist nicht mehr auf dem neusten Stand oder gilt als Außenseiter. Ruhepausen werden nicht gemacht, weil die Gefahr besteht etwas verpassen zu können. Diesbezüglich gilt es, die Jugendlichen in einer kritischen und reflektierten Mediennutzung zu unterstützen und diese zu fördern. Angesichts der rasanten Geschwindigkeit der sich verändernden Angebote, ist dieses eine große Herausforderung. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema und das Angebot der Mediennutzung innerhalb der Einrichtung bieten auch Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen. Diese Chancen müssen jedoch erstmal erkannt und umgesetzt werden. Zum jetzigen Zeitpunkt können die Jugendlichen lediglich von einem kleinen Teil der Mitarbeiter (33,33 %) erwarten, dass diese ihnen dabei helfen, Selbstschutzmaßnahmen, die ihnen angeboten werden, umzusetzen. So sehen sich nur wenige Mitarbeiter (33,33 %) dazu befähigt, Jugendlichen verständlich zu machen, dass die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten erhebliche langfristige - potentiell negative - Auswirkungen für sie haben kann. Im Gegensatz hierzu sieht sich der Großteil der Mitarbeiter (83,33 %) dazu in der Lage, den Jugendlichen die positiven Aspekte von sozialen Medien und mobilen Geräten nahezubringen. Die Hälfte der Mitarbeiter wiederum könnte den Jugendlichen passende Apps und soziale Medien zu ihren Hobbys/Interessen nahelegen. Weiter gab die Hälfte der Mitarbeiter an, die Jugendlichen zu ermutigen, ihre Interessen und Wünsche mitzuteilen, um ihnen passende Gruppen oder Communities zu empfehlen.

Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen

Durch die aufgeführten Aspekte wird ersichtlich, dass soziale Medien, wie die sozialen Netzwerke, sich immer größerer Beliebtheit erfreuen und aus dem Alltag kaum mehr wegzudenken sind. Allein Facebook verzeichnet heute weltweit ca. 1,44 Milliarden registrierte Nutzer (Facebook Reports First Quarter 2015 Results). Damit wäre Facebook, würde es sich nicht um eine Online-Gemeinschaft handeln, inzwischen das größte Land der Erde. 50% der Mitglieder nutzen das soziale Netzwerk jeden Tag. In Deutschland ist mittlerweile die Hälfte der 14- bis 65-Jährigen in sozialen Netzwerken vertreten, bei den 14- bis 19-Jährigen sind es sogar mehr als vierfünftel. Nun bringen gerade auch die sozialen Netzwerke, abgesehen von den positiven und nützlichen Eigenschaften, Gefahren mit sich, welche oftmals unterschätzt oder verkannt werden. So kann der Verlust der Anonymität zu einer weiteren Gefahr werden. Persönliche Daten, Vorlieben, Abneigungen, Fotos und Videos werden heutzutage gedankenlos ins Internet gestellt und sind oftmals für jeden einsehbar. Zukünftige Lebenspartner oder berufliche Kontakte können sich so ein Bild machen und manchmal den falschen Eindruck bekommen, welcher dann schwer rückwirkend zu korrigieren ist. Eine konstruktiv-reflexive Begleitung, insbesondere für Kinder und Jugendliche, kann hier vorbeugen. Hier ergibt sich insbesondere für die Eltern Schwierigkeiten. Da die sozialen Netzwerke für Kinder und Jugendliche eine Art „modernes Kinderzimmer“ darstellen, haben die Eltern kaum noch die Möglichkeit zu sehen, was in diesem „Zimmer“ passiert. Eltern sind wenig informiert über das, was Jugendliche mit dem Computer machen (nach Decker/Feil, 2003, S. 17). Zudem sind

einige Eltern mit dem Internet und seinen Möglichkeiten nicht vertraut, was die Situation noch erschwert. Somit stellt sich die Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen als wichtiger Faktor bei der Arbeit mit Jugendlichen im Bereich von sozialen Medien und Mobilgeräten dar.

Diesen Bereich gilt es in der Einrichtung OT-Heim St. Nikomedes deutlich zu verbessern, da lediglich die Minderheit der Mitarbeiter (33,33%) angab, den Eltern zu verdeutlichen, dass es auch sie etwas angeht, wenn ihre Kinder häufig soziale Medien und Mobilgeräte nutzen. Immerhin gab die Hälfte an, dass sie den Eltern verdeutlichen, warum es wichtig für sie ist, die sozialen Medien und Mobilgeräte zu verstehen, die ihre Kinder nutzen. Gerade einmal ein Mitarbeiter (16,67 %) gab an, mit ihnen ausführlich über die Risiken und Gefahren zu sprechen, die sich bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten, für ihre Kinder ergeben. An dieser Stelle besteht somit ein deutliches Entwicklungspotential. Hier gilt es zu klären, ob die Mitarbeiter sich selbst nicht der Risiken und Gefahren bewusst sind oder ob sie die nötigen Kenntnisse diesbezüglich haben, jedoch deutlich mehr die Initiative ergreifen müssen. Vermutlich liegt es hier an der Initiative, da wiederum die Hälfte der Mitarbeiter angab, dass sie die Eltern darauf aufmerksam machen würden, dass es wichtig ist, zu verstehen, was ihre Kinder in sozialen Netzwerken per Computer, Telefon und anderen internetfähigen Geräten machen. Den Eltern Hintergründe über soziale Medien und Mobilgeräte zu vermitteln und verschiedene Wege aufzuzeigen, wie man soziale Medien und Mobilgeräte nutzen kann, z.B. soziale Kontakte knüpfen, sich mit anderen austauschen etc., wird ebenfalls von der Hälfte der Mitarbeiter umgesetzt. Wünschenswert wäre es an dieser Stelle, wenn die Mitarbeiter den Eltern ganz konkrete Hintergründe über die sozialen Medien und Mobilgeräte, die ihre Kinder nutzen, vermitteln können. Hierzu sah sich lediglich ein Mitarbeiter (16,67 %) befähigt, was ein deutliches Entwicklungspotential mit sich bringt.

Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche

Greift man die vorherige Frage auf, so betrifft dies aller Voraussicht nach in den meisten Fällen die populärsten sozialen Medien wie Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat, Instagram etc. Die Frage, ob die Mitarbeiter die Eltern hinsichtlich der populärer sozialen Medien und Mobilgeräten schulen, sodass sie dieses wiederum ihren Kindern vermitteln können, wurde von jedem Mitarbeiter der Einrichtung verneint. Die Fähigkeiten im Bereich der Mediennutzung sowie Medienkunde müssen dementsprechend ausgebaut werden. Dieses ist aufgrund des stetig anwachsenden Datenvolumens und ständigem Fortschritt der Technik unabdingbar. Durch die ständige technische Weiterentwicklung stehen immer mehr interaktive Medien zur Verfügung. Aufgrund der Vielschichtigkeit scheint es schwierig zu sein einen Rahmen für die Vermittlung zu bilden. Dieser ist jedoch in einem gewissen Maße unverzichtbar, da die Nutzung der neuen Medien erlernt werden muss, um sie als hilfreiche Instrumente nutzen zu können. Zudem sollte eine kritische Kompetenz gegenüber der überwältigenden Masse an unterschiedlichen Medien und Informationen bestehen. Die kritische Betrachtung der Medien ist durch die technischen Veränderungen in letzter Zeit immer wichtiger geworden. Betrifft es die Risiken und

Gefahren, die sich im Umgang mit sozialen Medien und Geräten für die Jugendlichen ergeben können, so spricht die Hälfte der Mitarbeiter mit den Eltern über diese Thematik. Der überwiegende Teil der Mitarbeiter (83,33 %) kann den Eltern diesbezüglich auch Beispiele für riskante Nutzung durch Jugendliche geben. Wiederum nur ein Mitarbeiter (16,67 %) gab an, den Eltern die Motive der Jugendlichen bei deren Onlineaktivitäten zu verdeutlichen. Ebenso vermittelt lediglich ein Mitarbeiter (16,67 %) den Eltern von gefährdeten Jugendlichen Selbstschutzstrategien, die ihre Kinder anwenden können und sollten. Datenschutz ist dabei ein ganz wichtiges Thema, welches es zu vertiefen und zu vermitteln gilt. Insbesondere aufgrund der Tatsache, dass erneut nur ein Mitarbeiter angab, die Eltern zu informieren, dass sie regelmäßig die Datenschutzeinstellungen von Onlinediensten und Apps kontrollieren müssen, da die jeweiligen Anbieter diese oft nachteilig aktualisieren.

Chancen in der Arbeit mit Eltern

Der Mensch muss sich zusätzliche Kompetenzen aneignen und diese weiterentwickeln, um sich in einer komplexen Medienwelt zurechtzufinden. Laut Baacke (1997) ist dies eine Lernaufgabe. In diesem Zusammenhang kommt man um den Begriff Medienkompetenz eigentlich nicht herum. Dies ist ein sehr umfassender Begriff mit zahlreichen Definitionen, welche häufig nur sehr komplex gestaltet sind. Somit gestaltet es sich auch als schwierig, eine einheitliche Definition für den Begriff Medienkompetenz zu finden. Für eine explizite Erklärung von Medienkompetenz muss zunächst der Begriff der Medien definiert und es müssen die vielfältigen, damit verbundenen Fähigkeiten oder auch Kompetenzen, erfasst werden. Aufgrund der Vielzahl von Medien gestaltet sich dies als äußerst schwierig. Eine ziemlich bekannte Definition lautet, dass Medienkompetenz „die Fähigkeit, Medien und die dadurch vermittelten Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend effektiv nutzen zu können“ darstellt (vgl. Baacke). Wie bereits erwähnt, ist die Medienkompetenz gekoppelt an ein spezifisches Fachwissen bzw. an einer Spezialisierung und in Bezug auf das OT-Heim bzw. dem beruflichen Stand der Mitarbeiter nicht zutreffend. Bei dem Punkt *Chancen in der Arbeit mit Eltern* gab die Hälfte der Mitarbeiter an, den Eltern zu verdeutlichen, dass sie, auch wenn die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten Risiken beinhaltet, ihre Kinder nicht davon abhalten sollen, diese zu nutzen, da das wenig effektiv und praktisch kaum durchsetzbar ist. Passend zu dieser Frage aus dem Quiz, sind die Kernaussagen der oben genannten (o.g.) Definition, dass alle Arten von Medien erkannt und genutzt werden sollen. Dass man selbst und aktiv in der Medienwelt tätig wird und sich somit eine Orientierung in der Medienwelt aufbauen soll sowie zu versuchen, einen Zugang zu den Medien zu finden, aber gleichzeitig eine kritische Distanz beizubehalten.

Dementsprechend gilt es herauszufinden, was die Einrichtung ggf. zusammen mit den Eltern im Umgang mit modernen Medien alles können muss und anbieten soll. Es soll ein verantwortungsvoller Umgang mit den neuen Medien erlernt werden. Die Jugendlichen wachsen schließlich mit diesen neuen Medien auf. Genauso geht es aber auch darum, deren Möglichkeiten auszuschöpfen, denn neue Medien bergen auch Chancen, nicht nur

Gefahren. So ist wiederum die Hälfte der Mitarbeiter der Ansicht, den Eltern zu verdeutlichen, dass ihre Kinder von einer angemessenen Nutzung auch profitieren können. Hierfür geben sie den Eltern auch Beispiele von einer positiven Nutzung. Zudem gibt es zahlreiche Gruppen und Organisationen im Internet, die darauf spezialisiert sind, Jugendlichen zu helfen. Auf die Frage, ob sie die den Eltern verdeutlichen, konnte jedoch nur ein Mitarbeiter (16,67 %) mit ja antworten.

7.2 Die Ergebnisse aus Segment zwei

Segment zwei – Meine Kollegen und meine Organisation

Dieser Teil des Quiz behandelt folgende Themen:

- *Arbeit mit Kollegen*
- *Arbeiten in einer Organisation*

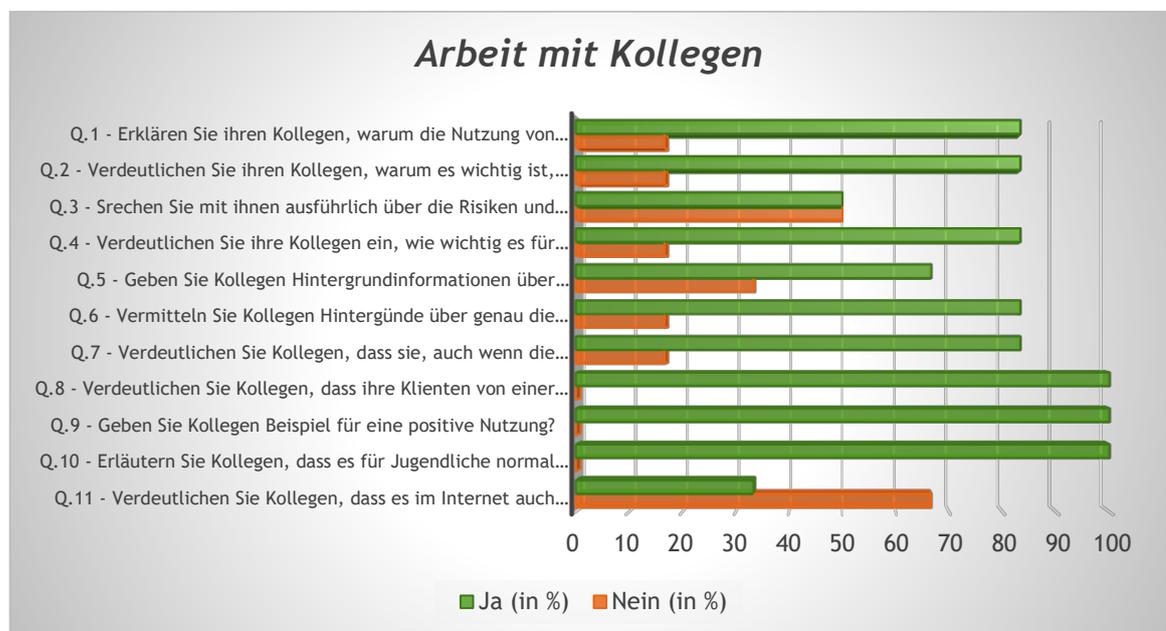


Abbildung 7 - Arbeit mit Kollegen

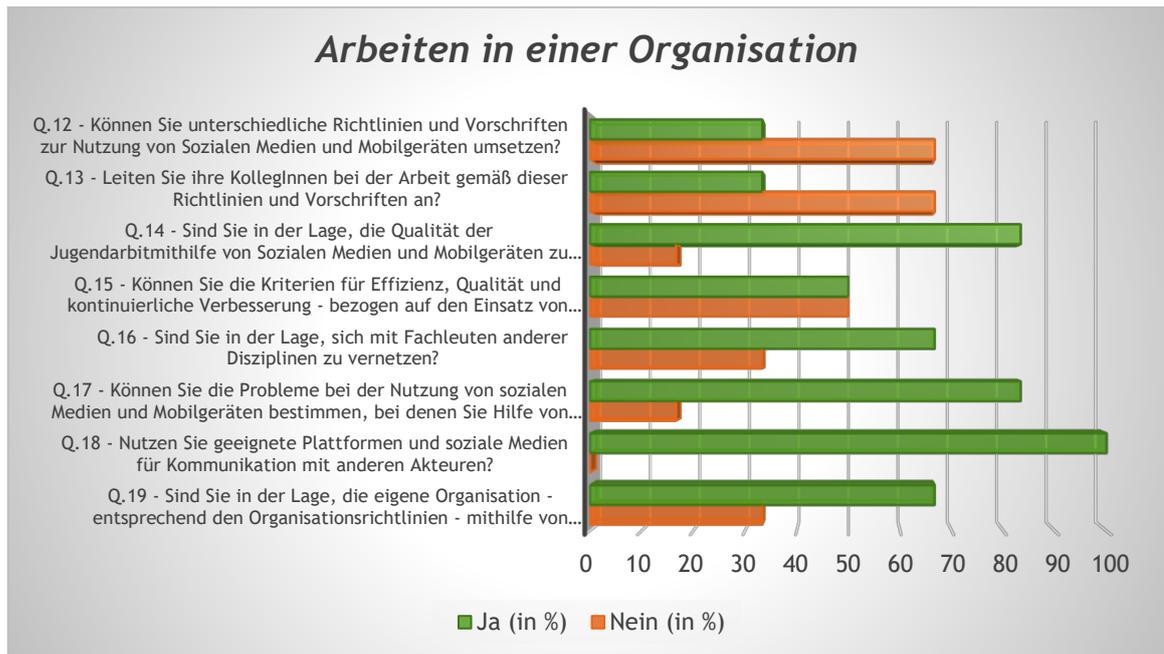


Abbildung 8 - Arbeiten in einer Organisation

7.2.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment zwei

Segment zwei - Meine Kollegen und meine Organisation

Arbeit mit Kollegen

Wie bereits erwähnt, besteht ein Teilziel darin, geeignete Mitarbeiter in der Einrichtung zu finden, die die Rolle eines sogenannten Mediencoaches übernehmen könnten. Wichtig ist dabei, dass er sich zu dieser Aufgabe nicht gezwungen fühlt, sondern diesen neuen, zusätzlichen Part mit Engagement und Freude angeht. Der Mediencoach soll sich mit Interesse und Begeisterung mit Medien beschäftigen und als Ansprechperson für die Jugendlichen, Eltern und auch für die Kollegen zur Verfügung stehen. Passend hierzu betreffen die folgenden Fragen die *Arbeit mit Kollegen*. Die absolute Mehrheit (83,33 %) der Mitarbeiter gab an, dass sie ihren Kollegen erklären, warum die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten durch Jugendliche ein wichtiges Thema ist, wenn diese sehr aktive Nutzer sind. Ebenso gab die Mehrheit (83,33 %) an, dass sie ihren Kollegen verdeutlichen, warum es wichtig ist, die sozialen Medien und Mobilgeräte, die die Jugendlichen verwenden, zu verstehen. Bezüglich der Risiken und Gefahren für die Jugendlichen, die sich aus der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten ergeben, spricht lediglich die Hälfte der Mitarbeiter ausführlich mit den Kollegen. Die Mehrheit (83,33 %) gab wiederum an, dass sie ihren Kollegen verdeutlichen, wie wichtig es für sie ist, zu verstehen, was die Jugendlichen mit sozialen Medien (Computer, Handys und andere internetangeschlossenen Geräte) machen. Ein Mitarbeiter weniger, aber immer noch die Mehrzahl (66,67 %) geben ihren Kollegen Hintergrundinformationen über soziale Medien und Mobilgeräte z.B. zeigen sie ihnen unterschiedliche Wege auf, wie man soziale Medien und Mobilgeräte zum Kontakte knüpfen oder zum Austausch nutzt. Alle

Mitarbeiter bis auf einen (83,33 %) gaben an, den Kollegen Hintergründe über genau die sozialen Medien und Mobilgeräte, die die Jugendlichen nutzen, zu vermitteln. Wie bereits in Segment zwei bei dem Punkt *Chancen in der Arbeit mit Eltern* erwähnt, sind die Kernaussagen von Baackes Definition, dass alle Arten von Medien erkannt und genutzt werden sollen, dass man selbst und aktiv in der Medienwelt tätig werden und sich somit eine Orientierung in der Medienwelt aufbauen soll sowie zu versuchen, einen Zugang zu den Medien zu finden, aber gleichzeitig eine kritische Distanz beizubehalten. An dieser Stelle betrifft es jedoch nicht die Arbeit mit Eltern, sondern die *Arbeit mit Kollegen*. Hier gab im Gegensatz zu der Arbeit mit Eltern, die deutliche Mehrheit (83,33 %) an, den Kollegen zu verdeutlichen, dass sie, auch wenn die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten Risiken beinhalten, die Jugendlichen nicht davon abhalten sollen, diese zu nutzen, da das wenig effektiv und praktisch kaum durchsetzbar ist. Interessant wäre zu wissen, warum hier ein Teil der Mitarbeiter einen Unterschied bei der Arbeit mit Eltern und der Arbeit mit Kollegen ausmacht. Ebenso ist dies bei den beiden folgenden Fragen der Fall, so gaben alle Mitarbeiter an, den Kollegen zu verdeutlichen, dass die Jugendlichen von einer angemessenen Nutzung auch profitieren können sowie ihnen Beispiele für eine positive Nutzung zu geben. Bei der Arbeit mit Eltern waren es in beiden Fällen die Hälfte der Mitarbeiter. Des Weiteren gaben erneut alle Mitarbeiter an, den Kollegen zu erläutern, dass es für Jugendliche normal ist, soziale Medien und Mobilgeräte zu nutzen. Abschließend gaben zwei Mitarbeiter (33,33 %) bei der letzten Frage dieses Segments an, dass sie den Kollegen verdeutlichen, dass es im Internet auch zahlreiche Gruppen und Organisationen gibt, die darauf spezialisiert sind, Jugendlichen zu helfen. Bezogen auf die Arbeit mit Eltern, gab lediglich ein Mitarbeiter an, dies umzusetzen.

Arbeiten in einer Organisation

Der zweite Punkt aus Segment zwei betrifft die *Arbeit in einer Organisation*. Auf dieser Ebene liefern die Ergebnisse ausschlaggebende Erkenntnisse für den weiteren Verlauf der Forschung bzw. für die Wahl der Forschungsmethode. Das Ergebnis am Ende dieser Arbeit besteht aus einem Konzept für eine adäquate Mediennutzung im OT-Heim St. Nikomedes. Bei der Gestaltung des Konzeptes werden alle Mitarbeiter mit einbezogen. Dies geschieht in Form einer Gruppendiskussion, in der gemeinsam die einzelnen Punkte des Konzeptes ausgearbeitet werden sollen. Der Gedanke, der zu dieser Entscheidung geführt hat, war, dass jeder Mitarbeiter auf diese Weise das Konzept verinnerlicht, mit voller Überzeugung im Rahmen seiner Möglichkeiten umsetzt und das Gefühl der Teilhabe entwickelt. Durch die Teilhabe an der Konzepterarbeitung soll es den Mitarbeitern erleichtert werden, dieses im Alltag umzusetzen. Die Ergebnisse der Fragen, ob sie unterschiedliche Richtlinien und Vorschriften zur Nutzung von Sozialen Medien und Mobilgeräte umsetzen können und ob sie ihre Kollegen bei der Arbeit gemäß dieser Richtlinien und Vorschriften anleiten können, zeigt deutlich, dass die Entscheidung, die Mitarbeiter miteinzubeziehen, sinnvoll und notwendig ist. So sah sich lediglich ein geringer Teil der Mitarbeiter (33,33 %) dazu in der Lage, dies umzusetzen. Der Einbezug der Mitarbeiter soll ihr Interesse zu diesen Themen wecken, eine gewisse Identifikation mit dem Konzept entstehen lassen und somit das

Umsetzen von Richtlinien und Vorschriften erleichtern. Wie bereits erwähnt, bieten Soziale Medien und Mobilgeräte eine Vielzahl an Möglichkeiten, welche es auszuschöpfen gilt. Neue Medien bergen demnach auch Chancen, nicht nur Gefahren. Was die Qualität der Jugendarbeit angeht, so sieht sich die deutliche Mehrheit der Mitarbeiter (83,33 %) dazu in der Lage, die mithilfe von Sozialen Medien und Mobilgeräten zu verbessern. Zudem gibt es zahlreiche Gruppen und Organisationen im Internet, die darauf spezialisiert sind, Jugendlichen zu helfen. Bezogen auf den Einsatz von Sozialen Medien und Mobilgeräten sieht sich allerdings nur die Hälfte der Mitarbeiter dazu befähigt, die Kriterien für Effizienz, Qualität und einer kontinuierlichen Verbesserung zu operationalisieren (messbar zu machen). Die Fähigkeit, sich mit Fachleuten anderer Disziplinen zu vernetzen, schreibt sich wiederum die Mehrheit der Mitarbeiter zu (66,67 %). Dieses Ergebnis ist eine gute Voraussetzung dafür, bei Problemen entsprechende Hilfen zu generieren. Da es für neue Medien praktisch keine Begrenzungen gibt, scheint eine Schulung für jede Anwendung unmöglich. Diesbezüglich ist auch das anschließende Ergebnis als positiv wie auch vielversprechend zu bewerten, bei dem sich die deutliche Mehrheit der Mitarbeiter (83,33 %) dazu in der Lage sieht, die Probleme bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten, bei denen er Hilfe von anderen Fachdisziplinen braucht, um diese professionell zu lösen, zu bestimmen. Auch wenn eine Schulung für alle Anwendungen unmöglich scheint, so besteht hier die Möglichkeit, einzelne erkannte Probleme gezielt zu lösen und somit auch gezielt die eigene Kompetenz zu erweitern. Bezogen auf das genannte Teilziel, geeignete Mitarbeiter in der Einrichtung zu finden, welche die Rolle eines sogenannten Mediencoaches übernehmen könnten, stellen diese Ergebnisse eine gute Grundlage dar. So auch das Ergebnis der folgenden Frage, wonach alle Mitarbeiter geeignete Plattformen und soziale Medien für die Kommunikation mit anderen Akteuren nutzen. Dies ist im Hinblick auf die Wichtigkeit, dass der Mitarbeiter sich zu dieser Aufgabe nicht gezwungen fühlt, sondern diesen neuen, zusätzlichen Part mit Engagement und Freude angeht, als positiv zu betrachten. Ein Mediencoach soll sich mit Interesse und Begeisterung mit Medien beschäftigen und als Ansprechperson für die Kinder und Jugendlichen, Eltern und auch für die Kollegen zur Verfügung stehen. Eine Repräsentation der eigenen Organisation - entsprechend den Organisationsrichtlinien - mithilfe von sozialen Medien und Mobilgeräten, dürfte für einen zukünftigen Mediencoach kein Problem darstellen. Hierzu sah sich ebenfalls die Mehrheit der Mitarbeiter in der Lage, wenn auch ‚nur‘ knapp über die Hälfte (66,67 %).

7.3 Die Ergebnisse aus Segment drei

Segment drei - Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten

In diesem Teil des Quiz werden folgende Themen behandelt:

- *Professionelle Identität*
- *Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten*

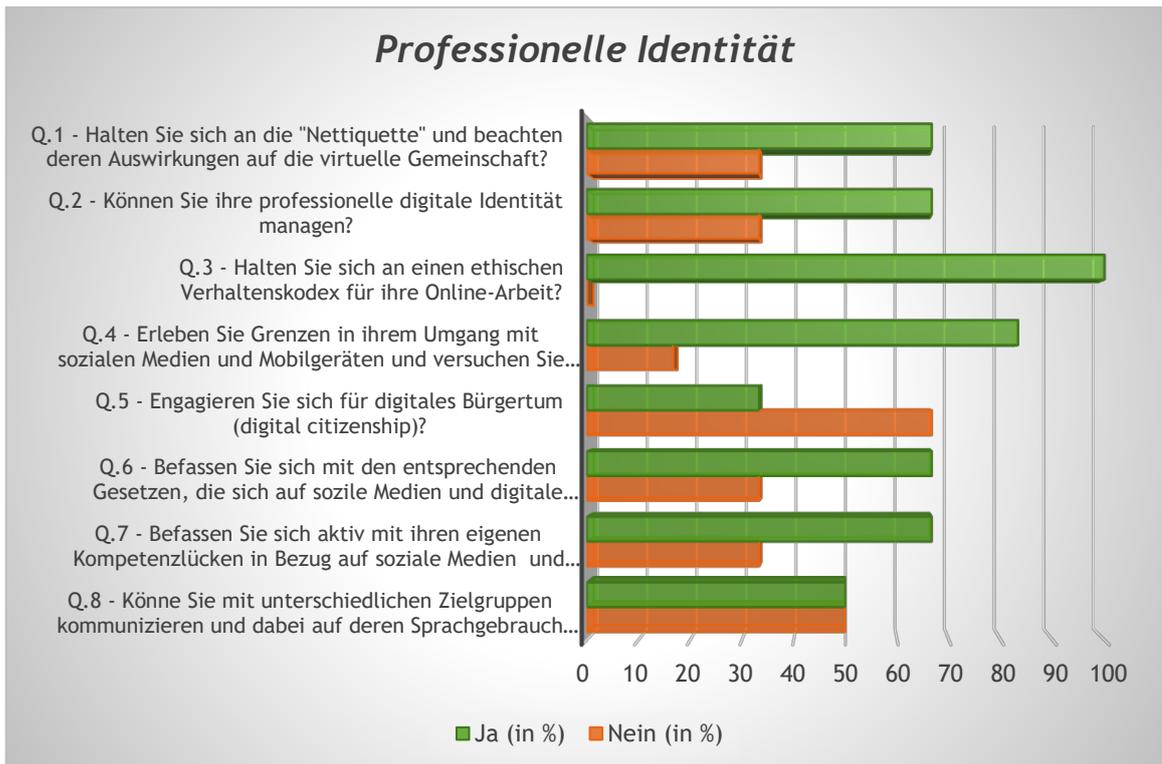


Abbildung 9 - Professionelle Identität

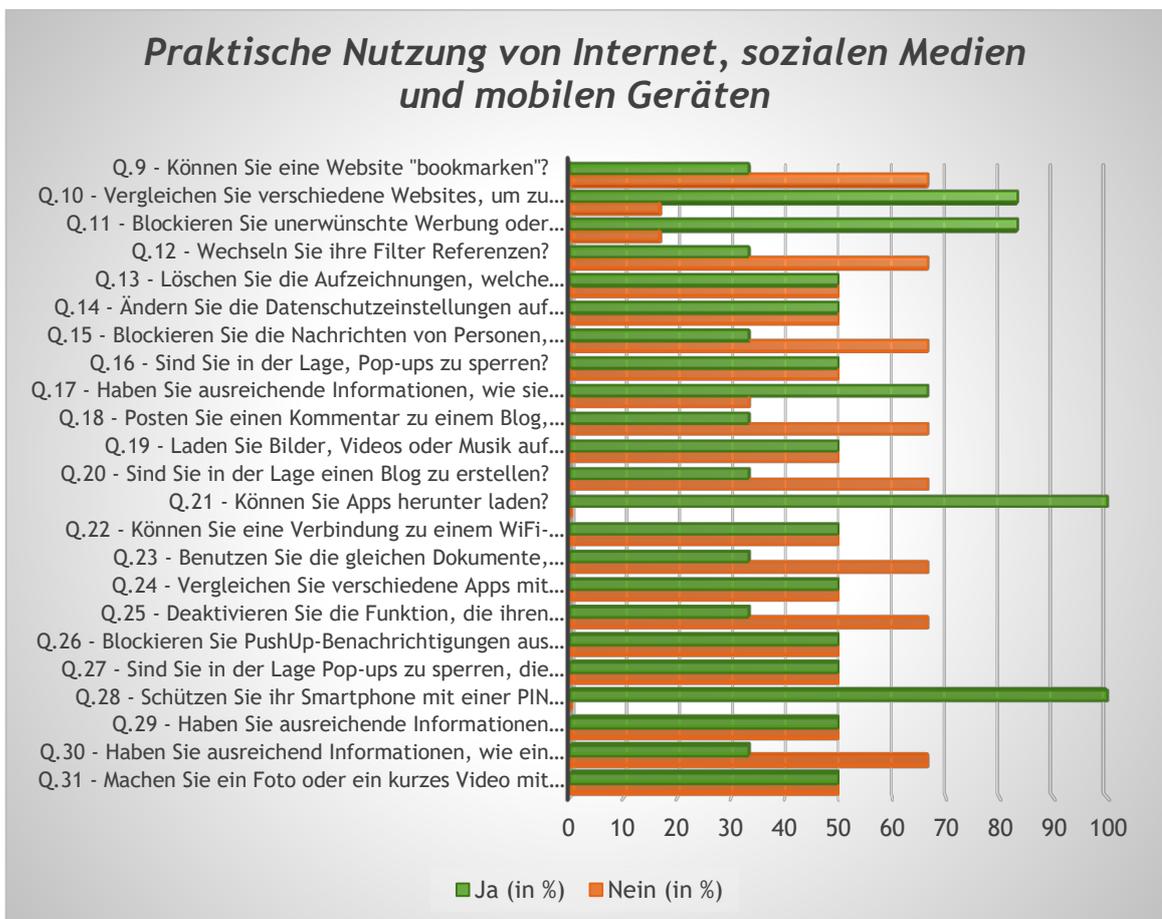


Abbildung 10 - Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten

7.3.1 Die Interpretation der Ergebnisse aus Segment drei

Segment drei - Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten

Professionelle Identität

Der folgende Teil befasst sich mit der professionellen Identität in Bezug auf soziale Medien und Mobilgeräte. So hält sich die Mehrheit der Mitarbeiter (66,67 %) an die „Nettiquette“ und beachtet deren Auswirkungen auf die virtuelle Gemeinschaft. Zudem können sie ihre professionelle digitale Identität managen. Diese Ergebnisse sind förderlich für die Umsetzung des Konzeptes in der Einrichtung, da sie der Vermittlung von Medienkompetenz dienen.

Nach Baacke wird Medienkompetenz über vier Dimensionen beschrieben. Zum einen die Medienkunde und Medienkritik, welche für die Vermittlung von Medienkompetenz entscheidend sind und zum anderen die Mediennutzung und Mediengestaltung. Hier richtet sich das Augenmerk auf das Handeln der Menschen und somit auf die Zielorientierung. Die Medienkritik muss hierbei in dreifacher Weise gesehen werden. Analytisch, wonach problematische gesellschaftliche Prozesse analytisch erfasst werden sollen und reflexiv, was bedeutet, dass jeder Mensch das analytische Wissen reflexiv auf sich und sein Handeln anwenden kann. Diese beiden Unterdimensionen betreffen somit die ersten beiden Ergebnisse. Die dritte Unterdimension bezieht sich auf die Ethik, die eigenes Denken und Handeln sozial-verantwortlich ausrichtet. Hier gaben alle Mitarbeiter der Einrichtung an, sich an einen ethischen Verhaltenskodex für ihre Online-Arbeit zu halten. Die Dimension der Medienkunde befasst sich wiederum mit dem Umgang und Wissen über heutige Medien und Mediensysteme. Diesbezüglich wird ein klassischer Wissensbestand ebenso benötigt, wie die Fähigkeit, die neuen Geräte auch bedienen zu können. Somit kann der folgende Teil auf die Mediennutzung abgeleitet werden. Die Ergebnisse der Auswertung zeigen, dass der überwiegende Teil der Mitarbeiter (83,33 %) seine Grenzen in seinem Umgang mit sozialen Medien und Mobilgeräten erlebt, diese auch erkennt und versucht, sie zu überwinden. Somit erfüllen diese Mitarbeiter in gewisser Weise die wichtige Voraussetzung, sich zu dieser Aufgabe nicht gezwungen zu fühlen, sondern diesen neuen, zusätzlichen Part eines Mediencoaches mit Engagement und Freude anzugehen. Deshalb ist hier zum wiederholten Male anzuführen, dass die Mitarbeiter den Aspekt der Medienkunde erfüllen können, aber nicht die restlichen Dimensionen und somit nicht den gesamten Umfang der Medienkompetenz leisten können. Für digitales Bürgertum engagiert sich lediglich ein kleiner Teil der Mitarbeiter (33,33 %). Jedoch befassen sich zweimal so viele Mitarbeiter (66,67 %) mit den entsprechenden Gesetzen, die sich auf soziale Medien und digitale Jugendarbeit beziehen. Wie bereits erwähnt, zählt es zu den weiteren Voraussetzungen eines Mediencoaches, sich mit Interesse und Begeisterung mit Medien zu beschäftigen. Dies beinhaltet auch den Erwerb neuer bzw. den Ausbau der vorhandenen Kompetenzen in Bezug auf soziale Medien und Mobilgeräte. Dementsprechend ist es eine gute Ausgangslage, dass erneut die Mehrheit der Mitarbeiter (66,67 %) sich aktiv mit ihren eigenen Kompetenzlücken in Bezug auf soziale Medien und

Mobilgeräte befasst. Dieses hat zur Folge, dass gezielt daran gearbeitet werden kann, die entsprechenden Lücken zu schließen und damit ihre Kompetenz weiter auszubauen. Für die Hälfte der Mitarbeiter stellt beispielsweise das Kommunizieren mit unterschiedlichen Zielgruppen sowie dabei auf deren Sprachgebrauch (z.B. cyber language) zu reagieren, eine solche Kompetenzlücke dar.

Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten

Gemeinsam mit dem vorherigen Teil *Professionellen Identität*, welcher die Dimension der Mediennutzung zugeordnet werden kann, bezieht sich die *Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten* auf die Dimension der Mediengestaltung. Wie bereits oben beschrieben, liegt bei beiden Dimensionen der Mediennutzung sowie der Mediengestaltung, das Augenmerk auf der Zielorientierung und somit auf dem Handeln der Menschen. So ist nur ein geringer Teil der Mitarbeiter (33,33 %) dazu in der Lage, eine Website zu "bookmarken". Die deutliche Mehrheit (83,33 %) wiederum vergleicht Websites, um zu entscheiden, ob die Informationen stimmen. Zudem blockiert die gleiche Anzahl der Mitarbeiter (83,33 %) unerwünschte Werbung oder Junk-Mail-Spam. Ihre Filter Referenzen wechseln hingegen wieder nur sehr wenig Mitarbeiter (33,33 %). Immerhin löscht die Hälfte der Mitarbeiter die Aufzeichnungen, welche Websites sie besucht haben (Browser history) und ändert zudem die Datenschutzeinstellungen auf einem Social-Networking-Profil. Nur wenige der Mitarbeiter (33,33 %) blockieren Nachrichten von Personen, mit denen sie nichts zu tun haben wollen. Ist man im Internet unterwegs, begegnet man unzähligen Pop-ups, die lediglich von der Hälfte der Mitarbeiter gesperrt werden können. Die Mehrheit der Mitarbeiter (66,67 %) hat ausreichende Informationen, wie sie das Internet sicher nutzen können. Die wenigsten Mitarbeiter (33,33 %) posten hierbei einen Kommentar zu einem Blog, einer Website oder einem Forum. Andererseits lädt die Hälfte der Mitarbeiter Bilder, Videos oder Musik auf sozialen Medien. Geht es darum einen Blog zu erstellen, so sieht sich hier wieder nur ein kleiner Teil der Mitarbeiter (33,33 %) dazu in der Lage. Apps herunter laden können sie jedoch alle, dabei kann nur die Hälfte der Mitarbeiter eine Verbindung zu einem WiFi-Netzwerk mit ihrem Smartphone herstellen. Dieses Ergebnis fiel unerwartet niedrig aus. An diesem Punkt sollte somit dringend gearbeitet werden, da die Einrichtung den Jugendlichen sowie den Mitarbeitern ein kostenloses WiFi-Netzwerk anbietet und dieses aller Voraussicht nach am häufigsten mit dem Smartphone genutzt wird. Das synchronisieren von Daten, d.h. die gleichen Dokumente, Kontakte und Apps auf allen ihren Mobilgeräten, macht sich lediglich ein geringer Teil der Mitarbeiter (33,33 %) zu Nutzen. Auf der anderen Seite vergleicht die Hälfte der Mitarbeiter verschiedene Apps mit ähnlichen Funktionen, um die eine, die am zuverlässigsten ist, zu wählen. Die Funktion, die den eigenen Standort angibt, wird wiederum nur von wenigen Mitarbeitern (33,33 %) deaktiviert. Die halbe Belegschaft blockiert dafür jedoch Push Benachrichtigungen aus verschiedenen Apps und ist dazu in der Lage, Pop-ups zu sperren, die von Apps, Spielen oder anderen Dienstleistungen ausgehen und kostenpflichtig sind. Ihr Smartphone schützen hingegen alle Mitarbeiter, entweder mit einer PIN oder mit einem Rastermuster. Demzufolge besitzt auch jeder

Mitarbeiter ein Smartphone und kann dieses bedienen. Ausreichende Informationen, wie sie ihr Smartphone sicher nutzen, haben jedoch nur die Hälfte der Mitarbeiter. Zudem hat nur ein geringer Teil der Mitarbeiter (33,33 %) ausreichend Informationen, wie ein Status-Update auf sozialen Medien funktioniert. Abschließend gab die Hälfte der Mitarbeiter an, ein Foto oder ein kurzes Video mit ihrem Smartphone zu machen und dieses auf sozialen Plattformen hochzuladen.

7.4 Zusammenfassung

Das YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz führt durch verschiedene Themen der Jugendarbeit im Zeitalter von Social Media und Mobilgeräten und hilft einen schnellen Eindruck des eigenen Kompetenzniveaus zu bekommen. Die am Ende erzielten Ergebnisse sind jedoch keine objektive Messung, sondern eher eine formative Selbsteinschätzung. Hierbei soll während der Durchführung zum Nachdenken über die eigene professionelle Entwicklung angeregt werden. Dies ist wichtiger als das am Ende erzielte Ergebnis.

Betrachtet man die Ergebnisse, so ist festzustellen, dass lediglich in dem Themenbereich Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche, bei der Frage, ob sie die Eltern hinsichtlich der populären sozialen Medien und Mobilgeräte schulen, sodass sie dieses wiederum ihren Kindern vermitteln können, kein Mitarbeiter nach eigener Einschätzung über entsprechende Kenntnisse diesbezüglich verfügt. Der Hintergrund dessen ist vermutlich, dass in der Einrichtung in diesem Rahmen keine Elternarbeit stattfindet.

Für die übrigen Fragen bleibt somit die Erkenntnis, dass das gesamte Spektrum durch jeweils mindestens einen Mitarbeiter der Einrichtung abgedeckt wird. Bei zehn Fragen, welche sich über jedes der drei Segmente erstrecken, schreiben sich sogar alle Mitarbeiter (100%) die erfragten Kenntnisse zu. Dies betrifft *in Segment eins - Meine Klienten: Jugendliche und Eltern* den Themenbereich *Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen*, wo alle Mitarbeiterangaben, eine Vorstellung von der Größe des sozialen Umfeldes der sowie Verständnis über die Bedeutung von sozialen Medien und Mobilgeräten im Leben der Jugendlichen zu haben. Bei der *Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen* schätzen sich ebenfalls alle Mitarbeiter so ein, dass sie den Jugendlichen verdeutlichen, dass sie es letztlich selbst in der Hand haben, für ihre Sicherheit zu sorgen.

In *Segment zwei - Meine Kollegen und meine Organisation*, gaben alle Mitarbeiter nach eigener Einschätzung für den Themenbereich *Arbeit mit Kollegen* an, den Kollegen zu verdeutlichen, dass ihre Klienten von einer angemessenen Nutzung auch profitieren können. Darüber hinaus geben sie ihren Kollegen Beispiele für eine positive Nutzung und erläutern ihnen, dass es für Jugendliche normal ist, soziale Medien und Mobilgeräte zu nutzen. Hinsichtlich des zweiten Themenbereiches *Arbeiten in einer Organisation* gaben alle Mitarbeiter an, geeignete Plattformen und soziale Medien für die Kommunikation mit anderen Akteuren zu nutzen.

Des Weiteren halten sich alle Mitarbeiter an einen ethischen Verhaltenskodex für ihre Online-Arbeit. Dies geht aus *Segment drei - Meine Professionalität und meine praktischen*

Fertigkeiten, Themenbereich *Professionelle Identität*, hervor. Aus dem zweiten Themenbereich *Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten* ist ersichtlich, dass alle Mitarbeiter ihr Smartphone mit einer PIN oder mit einem Rastermuster schützen und sich dazu befähigt sehen, Apps herunterzuladen.

Bezogen auf das gesamte Quiz sieht es so aus, dass sich bei insgesamt ~12,02% der Fragen alle Mitarbeiter die erfragten Kompetenzen bzw. Kenntnisse zuschreiben. Bei lediglich ~1,2% schreibt sich keiner der Mitarbeiter die nötigen Kenntnisse zu. Mehr als die Hälfte der Mitarbeiter verfügen nach eigener Einschätzung bei ~30,13% der Fragen über die jeweils erfragten Kenntnisse, bei ~27,72% der Mitarbeiter sind es jedoch weniger als die Hälfte. Bei den übrigen ~28,92% der Fragen bringt genau die Hälfte der Mitarbeiter die erforderlichen Kompetenzen mit sich.

In Bezug auf die ergebnisorientierte Sichtweise ist hierbei zu erwähnen, dass wahrscheinlich nicht das Alter eine Rolle auf das kristalline Wissen spielt, sondern die Haltung und die Gewichtung der privaten Rolle des Bereichs „Medien“. Spielen Medien in dem privaten Umfeld und in der eigenen Betrachtung eine Rolle, so ändert sich vermutlich die Haltung und die Bereitschaft, dieses Feld weiterhin zu erlernen und steht somit im Kontrast zu dem Personal, was dem Bereich keine persönliche, private Gewichtung zuschreibt und so möglicherweise weniger Bereitschaft aufweist, dieses Feld weiter theoretisch aufzuarbeiten. Die einzelnen Segmente mit ihren umfassenden Handlungsfeldern führten dazu, dass viele Arbeitsfelder und Begrifflichkeiten einzelnen Mitarbeitern bis dahin unbekannt waren und somit erst durch das Quiz angeschnitten wurden oder aufgrund der unglaublichen Dimension dieses Themas in Vergessenheit geraten waren.

8. Die Analyse der Experteninterviews nach Mayring

Der folgende Teil beinhaltet die Einschätzung der Ergebnisse aus den Interviews anhand von Gütekriterien und ist ein wichtiger Standard innerhalb einer empirischen Forschung (Mayring, 2002). In dem Zusammenhang beschreibt Mayring die sechs Gütekriterien für eine qualitative Forschung, welche zur Qualitätssicherung der Forschung dienen.

8.1 Gütekriterien

Die sechs Gütekriterien für eine qualitative Forschung nach Mayring (2002) sind folgende (S. 144):

1. Verfahrensdokumentation

Um die Sicherung des Verständnisses bezüglich der Forschung zu wahren, wird eine Dokumentation angewandt. So wurden mithilfe des teilstandardisierten Interviews die Daten erhoben und diese wurden mit der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Mayring, 2002, S. 144).

2. Argumentative Interpretationsabsicherung

Eine Interpretation ist im kleinen Teil nicht zu validieren, was bedeutet, dass diese argumentativ begründet werden (Mayring, 2002, S. 145). Theoretische Herleitungen und alternative Deutungen müssen vorhanden sein (Mayring, 2002, S. 145). So wird sich mit dem theoretischen Hintergrund des Sozialpädagogenprofils innerhalb der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) und dessen Anforderungen in Bezug auf die Klienten befasst. Während des Interviewprozesses waren eine Forschungsperson bzw. Fabian und ein Proband involviert. Da die Probanden langjährige Erfahrungen in dem Arbeitsfeld aufweisen, konnte so ein differenzierter, als auch fundierter Blick auf die Interpretation gerichtet werden. Die Thematik der Forschung beinhaltet ein bewussteres Bild über das kristalline Gedächtnis und der möglichen Variabilität bezüglich des fluiden Gedächtnisses zu erhalten. Das YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz fungierte demnach als erster Einstieg in die Thematik und lieferte sowohl deutliche Ergebnisse, als auch die Aufzeigung bestimmter Begrifflichkeiten und Bereiche. Die Interviews wurden sprachlich aufgezeichnet und von allen drei Forschern angehört und auch interpretiert. Dies verhalf zu einer größeren Anzahl der verschiedenen Wahrnehmungen.

3. Regelgeleitetheit

„Qualitative Forschung muss sich an bestimmte Vorgehensweisen, Regeln und an ein systematisches Vorgehen halten“ (Mayring, 2002, S. 145). Bezüglich der Analyse bedeutet das nach Mayring, dass einzelne Analyseeinheiten festgelegt werden müssen, die systematisch und schrittweise bearbeitet werden (laut Mayring, 2002, S. 146). So wurden mit der qualitativen Inhaltsanalyse die einzelnen Analyseschritte des Materials geordnet und festgelegt. Dem Material liegt ebenfalls eine Transkription der Interviews bei. Dresing & Pehl legten hierzu einige Regeln fest, nach dem sich gerichtet wurde (Dresing & Pehl, Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende, 2015). Diese Regeln werden an anderer Stelle erläutert.

4. Nähe zum Gegenstand

Dieses Kriterium bezeichnet die Anknüpfung, welche möglichst nah an der Alltagswelt der Zielgruppe liegen sollte. Da die Zielgruppe innerhalb des Forschungsfelds ihren Lebensalltag beschreitet und dort auch befragt wird, ist diese Nähe gegeben (Mayring, 2002, S. 146). Die Interviews umfassten eine offene, ehrliche und persönliche Atmosphäre. Somit wurde kein Drängen oder eine Täuschung der Aussagen seitens der Probanden festgestellt (Mayring, 2002, S. 146).

5. Kommunikative Validierung

Eine kommunikative Validierung ermöglicht die Gültigkeit von Ergebnissen zu überprüfen (Mayring, 2002, S. 147). Nach Mayring ist es wichtig, dass die Probanden die erarbeiteten Ergebnisse bestätigen und sich selbst darin wiederfinden, um deren Gültigkeit zu erklären (Mayring, 2002, S. 147). Ebenso verdeutlicht die kommunikative Validierung, welche Rolle die Person innerhalb der Zielgruppe einnimmt (Mayring, 2002, S. 147). Die Ergebnisse des Quizzes wurden als gültig erklärt, da die Probanden direkt mit ihnen

konfrontiert wurden und anhand des Interviews ihre Einschätzung bzw. Wahrnehmung schildern konnten. Die Ergebnisse des Interviews wurden wiederum in die Gruppendiskussion aufgenommen und der Zielgruppe gegenüber transparent kommuniziert.

6. Triangulation

„Triangulation meint immer, dass man versucht, für die Fragestellung unterschiedliche Lösungswege zu finden und die Ergebnisse zu vergleichen" (Mayring, 2002, S. 147). Die Abgleichung der Forschung erfolgte mit bereits verfügbaren qualitativen und quantitativen Forschungen, Datenquellen und Methoden (Mayring, 2002, S. 147). Hierbei ist der Anspruch nicht der, eine Übereinstimmung zu finden, sondern die Möglichkeit, Stärken und Schwächen der jeweiligen Analysewege darzustellen. Zudem kann eine Verbindung von qualitativen und quantitativen Analyseverfahren erfolgen.

8.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Gemäß nach Mayring werden die geführten Interviews aufgezeichnet, damit eine interpretative Auswertung erfolgen kann (vgl. Mayring, 2002, S. 70). Schaffer ergänzt hierzu ebenfalls, dass von den Interviewern ein Postskriptum erstellt wird, um eine Veranschaulichung der nonverbalen Reaktionen und die erreichten Eindrücke der Probanden zu erstellen (Schaffer, 2009, S. 141). Letztendlich wird die qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsmethode herangezogen, welche laut Mayring ein allgemeines, inhaltsanalytisches Ablaufmodell beinhaltet (Mayring, 2015, S. 54). Das Modell umfasst insgesamt acht Stufen, die sich wie folgt darstellen:

1. Stufe: Festlegung des Materials
Während der Interviews wird eine Beobachtung geschrieben und eine digitale Sprachaufzeichnung wird als ergänzendes Material festgelegt und analysiert.
2. Stufe: Analyse der Entstehungssituation
Eine adäquate Einleitung in das Gespräch nimmt Bezug auf die Entstehungssituation und wird die Beschreibung des Vorhabens einläuten. Die Interviews erfolgen in den privaten Räumlichkeiten der Probanden bzw. finden in dem alltagsüblichen Lebensraum der Probanden statt. Dazu ergänzend lässt sich erwähnen, dass die nonverbalen Aussagen der Interviews auch analysiert werden.
3. Stufe: Formale Charakterisierung des Materials
Das gesamte Material wird als wörtliche Transkription erfasst und dargestellt.
4. Stufe: Richtung der Analyse
In dieser Stufe rücken die emotionalen Aspekte in den Fokus und die verbalen, sowie auch die nonverbalen Aussagen der Probanden werden komprimiert ausgewertet und unterliegen einem Analyseverfahren.
5. Stufe: Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung
An dieser Stelle werden theoretische, wissenschaftliche Erkenntnisse mit den Aussagen der Probanden verglichen.
6. Stufe: Bestimmung der Analysetechnik
Nun erfolgt eine Implementierung der Zusammenfassung innerhalb der Materialanalyse und somit werden die prägnantesten, wichtigsten Inhalte aus den Interviews hervorgehoben.
7. Stufe: Definition der Analyseeinheit

Es erfolgt an dieser Stelle eine Zusammenfassung des Interviews, in der die wesentlichen Inhalte bestehen bleiben, um eine gewisse Aussagekraft und Ordnung sicherzustellen
8. Stufe: Durchführung der Materialanalyse
Zum Schluss erfolgt eine schriftliche Zusammenfassung.

8.3 Transkription

Zunächst erfolgt anhand der Sprachaufzeichnung der Interviews eine schriftliche Transkription (siehe Anlage IV), um daraufhin eine Auswertung und Analyse erfolgen zu lassen. Daraus resultiert der Fakt, dass alle Interviews wortwörtlich zitiert werden. Mayring erwähnt, dass eine wörtliche Transkription die Grundlage einer umfassenden, interpretativen Auswertung darstellt (Mayring, 2002, S. 89). Der Prozess des Transfers von audio-visuellen Medien/Materialien zur schriftlichen Form wird als Transkription bezeichnet. Im Allgemeinen umfasst das Material Gespräche, Interviews oder Diktate (gem. Dresing & Pehl, 2015, S. 17). Die Transkription ermöglicht es, Details zu bewahren und die Erinnerung daran exakt niederzuschreiben, wie es sich auch tatsächlich dargestellt hat. Die Vorgehensweise nach Dresing & Pehl wird nun aufgeführt, um zu verdeutlichen, wie während des Transkriptionsprozess ein einheitlicher Stil verfolgt werden kann (Dresing & Pehl, 2015, S. 24).

Tabelle 6 - Transkriptionsprozess

1.	Zeichen und Abkürzungen werden ausgeschrieben, zum Beispiel <i>Prozent, Meter, und so weiter</i> .
2.	Wortverkürzungen wie <i>runtergehen</i> statt <i>heruntergehen</i> oder <i>mal</i> statt <i>einmal</i> werden genauso geschrieben, wie sie gesprochen werden.
3.	Englische Begriffe werden nach deutschen Rechtschreibregeln in Groß- und Kleinschreibung behandelt.
4.	Anredepronomen der zweiten Person (du und ihr) werden klein geschrieben, die Höflichkeitsanrede-Pronomen (Sie und Ihnen) werden groß geschrieben.
5.	Zahlen werden wie folgt dargestellt: a) Zahlen null bis zwölf im Fließtext mit Namen, größere in Ziffern. b) Auch weitere Zahlen mit kurzen Namen schreibt man aus, vor allem Runde: zwanzig, hundert, dreitausend. c) Dezimalzahlen und mathematische Gleichungen sind stets in Ziffern zu schreiben. Also: „4 + 5 = 9“ und „3,5“. d) Bei nur ungefähr gemeinten Zahlenangaben schreibe man den Zahlennamen, bei exakt gemeinten die Ziffernform. Also: <i>Die fünfzig Millionen Euro Staatshilfe</i> . e) Wo feste Konventionen zugunsten einer Schreibweise herrschen, befolge man diese. Hausnummern, Seitenzahlen, Telefonnummern, Kontonummern, Datum oder Ähnliches werden nie ausgeschrieben. Also: „auf Seite 11“ und „Am Markt 3“. Ein einfaches Transkriptionssystem
6.	Auch Redewendungen/Idiome werden wörtlich und Standarddeutsch wiedergegeben, z.B. <i>übers Ohr hauen</i> (statt: <i>über das Ohr hauen</i>).
7.	Wird in der Aufnahme wörtliche Rede zitiert, wird das Zitat in Anführungszeichen gesetzt: und ich sagte dann „ <i>Na, dann schauen wir mal</i> “.
8.	Einzelbuchstaben werden immer großgeschrieben, zum Beispiel wie <i>Vogel</i> mit <i>V</i> .
9.	Aufzählungen: ein großer Buchstabe ohne Klammer.

(Dresing & Pehl, 2015, S. 24)

8.4 Pretest

Laut Schaffer ist es ratsam einen Pretest durchzuführen, um Eventualitäten bezüglich Fehler und Probleme innerhalb des Interviewprozesses zu vermeiden (Schaffer, 2009, S. 176). So wird mit einer Testperson das erste Interview geführt und dadurch erprobt, während dabei die Interviewer bezüglich der Beherrschung des Instruments und der ausreichenden sozial-kommunikativen Kompetenzen geprüft werden. In diesem angewandten Verfahren innerhalb der vorliegenden Forschung wurde der Pretest mit einem Kommilitonen, Fabian, ausgeführt.

9. Auswertung der Ergebnisse

An dieser Stelle erfolgt eine Erläuterung der durchgeführten Auswertung mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse. Anfangs wird eine Aufführung der soziologischen und personellen Informationen der Probanden aufgezeigt, um daraufhin die Teil- und Hauptfragen zu reflektieren und um diese mit dem theoretischen Fachwissen abzugleichen. Dazu ergänzend wird der Bereich der non- und paraverbalen Information bearbeitet und mit Aussagen versehen. Die besagten Informationen wurden während des Interviews wahrgenommen und erlagen einer Interpretation. Insgesamt wurden sechs Personen befragt, die eine Altersspanne von 28-61 Jahre aufweisen und sich aus drei männlichen, als auch sechs weiblichen Teilnehmern zusammensetzt. Vier der Probanden bewegen sich in dem ungefähren gleichen Alterssegment. So sind diese Probanden 25, 28 und die anderen zwei sind 30 Jahre alt. Die restlichen zwei Probanden sind zum einen 58 und zum anderen 61 Jahre alt. Alle sechs Probanden stellen Personal des OT-Heims dar, wobei einer bzw. Fabian keine Festanstellung hat und als Praktikant geführt wird. Alle Probanden weisen einen pädagogischen Hintergrund auf. Einer von ihnen ist als Erzieher angestellt, während der Rest einen sozialpädagogischen Abschluss vorweisen kann und Fabian sich noch in dem Studium befindet.

9.1 Ergebnisse der Interviews

Kategorisch betrachtet wurde sich hier nach den aufgestellten Teilfragen orientiert. Die Teilfragen beinhalten Faktoren wie praktische Medienkenntnisse, Selbsteinschätzung-Wahrnehmung und Teameinschätzungen bzw. Fremdwahrnehmungen. In Bezug auf die ergebnisorientierte Sichtweise ist zu erwähnen, dass nicht das Alter eine Rolle auf das kristalline Wissen spielt, sondern die Haltung und die Gewichtung der privaten Rolle des Bereichs „Medien“. Spielen Medien in dem privaten Umfeld und in der eigenen Betrachtung eine Rolle, so ändert sich die Haltung und die Bereitschaft, dieses Feld weiterhin zu erlernen und steht im Kontrast zu dem Personal, was keine persönliche, private Gewichtung dem Bereich zuschreibt und so weniger Bereitschaft aufweist, dieses Feld weiter theoretisch aufzuarbeiten. Dies ist unter anderem dem Umstand geschuldet, dass viele Arbeitsfelder und Begrifflichkeiten erst durch das Quiz angeschnitten wurden. Die Altersunterschiede wurden bei der Ergebnisaufbereitung jedoch auch berücksichtigt.

9.2 Postkriptum

Interview I - Alina

Alina wirkte sehr gefasst während des Interviews. Sie war sehr entspannt in ihrer Körpersprache und antwortete sehr direkt. In den Momenten, wo sie mit ihren Ergebnissen konfrontiert wurde, reagierte sie nicht überrascht und konnte die Ergebnisse mit ihrer Selbsteinschätzung vereinheitlichen. Ihr Blickkontakt war aufrecht und lange auf den Interviewer, Fabian, gerichtet. In den Bereichen, in denen sie positive Ergebnisse erzielen konnte, war sie sichtlich stolz.

Interview II - Doris

Doris zeigte eine hohe Lernbereitschaft und war sehr interessiert an ihren Ergebnissen. Sie war jedoch auch sehr gefasst, was ihre Ergebnisse betraf. Das Thema war für sie sehr interessant, da sie auch die Homepage der Einrichtung wartet und pflegt. Ihre negativen Ergebnisse nahm sie mit Humor, was das Gespräch sehr auflockerte und bei den positiven Punkten reagierte sie sehr wissbegierig und interessiert. Ihre Körperhaltung war grundlegend entspannt und in dem Punkt der Neugierde wurde sie sichtlich angespannter bzw. zeigte eine maximierte Aufmerksamkeit. Im Anschluss des Interviews unterhielten Fabian und Doris sich noch länger über den Lebensraum der Jugendlichen und diesbezüglich über die Bedeutung der Medien. Sie empfand das Interview zudem als sehr aufschlussreich und nahm ein Buch zu dem Thema mit nach Hause.

Interview III - Josef

Josef war sehr entspannt und gelassen, aber auch deutlich interessiert und bedacht in seinen Antworten. Er reagierte auf negative Ergebnisse mit einer hohen Akzeptanz und einer hohen Gelassenheit, da diese ihn nicht überrascht haben. Er nahm sich einige Denkpausen, äußerte aber monologartig auch seine Gedankengänge, bis er zu einer direkten Antwort kam. Er stellte zudem auch viele Verständigungsfragen, um eine angemessene Antwort formulieren zu können. Dies erzählte er im Anschluss des Interviews. Sein Blickkontakt war stets vorhanden. In dem Bereich des organisatorischen Teils war Josef noch interessierter und klarer in seinen Antworten, da er als Leitung Erfahrungen vorweisen kann, wie er Fabian ebenfalls nach dem Interview erzählte.

Interview IV - Lisa

Lisa war ruhiger, aber sehr ehrlich und gefestigt in ihren Aussagen. Sie reagierte sehr direkt und war sehr offen. Ihre Körpersprache war entspannt und einladend bzw. signalisierte Offenheit und Interesse. Der Blickkontakt war stets gegeben und ihre Stimme klar und ruhig. Die Ergebnisse überraschten sie teilweise, welches manchmal mit kurzer Freude und manchmal mit einem erstaunten Blick signalisiert wurde. Sie empfand das Interview als sehr hilfreich und konnte klare Aussagen treffen, was sie leisten könnte und wo sie ihren Schwerpunkt sieht.

Interview V - Fabian

Fabian war sehr entspannt und sehr ruhig in seiner Art, wobei er auch sehr neugierig war. In dem Bereich der Selbsteinschätzung war er sehr gefasst und nicht überrascht. In dem Bereich der Fremdwahrnehmung und konkreten Ideenfindungen war er sehr involviert und man sah dort sein deutliches Interesse. Die Körpersprache war grundlegend ruhig, jedoch die genannten Themenbereiche ließen ihn sich präsenter verhalten, in dem er aufrechter saß und einen sehr fokussierten Blick hatte. Das Interview war für ihn eher eine schriftliche Bestätigung seiner eigenen Wahrnehmung und eine schriftliche Ideensammlung, welches er als sehr hilfreich einstuft.

Interview VI - Tobias

Tobias war sehr konzentriert und aufrecht in seiner Körpersprache. Er war sehr interessiert im Bereich der Fremdwahrnehmung und den praktischen Lösungsansätzen. Der Blickkontakt war stets gegeben. Die Ergebnisse haben ihn nicht überrascht. Er reagierte auf positive, als auf negative Ergebnisse sehr fokussiert und mit einer hohen Akzeptanz.

9.4 Zusammenfassung

Die Zusammenfassung nach Phillip Mayring ist ein Analyseverfahren, welches eine systematische, regelgeleitete Struktur aufweist und den Inhalt auf einen essentiellen Bereich beschränkt bzw. reduziert. Die Technik bezieht sich aufgrund der Merkmale ebenfalls auf die Charakteristika der quantitativen Methoden. Der zu analysierende Text bezieht sich auf die Interviews, in denen die Probanden mit den Ergebnissen des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz in Rahmen der Forschung innerhalb dieser Bachelorarbeit konfrontiert wurden. Die Interviews stellten eine Überprüfung der Selbsteinschätzung bezüglich der Ergebnisse des Quizzes dar und sollten ebenfalls den eigenen Stand bezüglich der persönlichen Interessen und Ziele herausfiltern. In den Interviews ging es von daher um die Festlegung der Haltung zu bestimmten Themen, zu der Definition von konkreten Zielen, sowie um die Einschätzung des Teams in Hinblick auf diese. Die Durchführung der Interviews stellt innerhalb der Forschung den Vorweg zur konkreten, praktischen Ausarbeitung des Konzeptes dar.

Die Probanden selbst haben alle den professionellen Hintergrund des Sozialarbeiters und weisen eine Altersspanne von 25 bis 62 Jahren auf. Sie sind alle Mitarbeiter der Einrichtung. Die Gespräche fanden einzeln in einem Büro der Einrichtung statt. Der zeitliche Rahmen war auf eine Stunde jeweils eingeplant, um ein ausreichendes Zeitfenster und eine entspannte Atmosphäre zu garantieren.

Der Grundsatz für die Zusammenfassung lautet wie folgt:

Das Material möglichst so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion soll ein überschaubarer Korpus erschaffen werden, welcher immer noch Abbild des Grundmaterials ist (Mayring, 2002, S. 115). Ebenso wird die Forschungsfrage (*„Sollte mediale Kenntnis Teil der Fachlichkeit eines Sozialarbeiters im OKJA Bereich sein*

und wie kann diese in die Arbeit konzeptionell eingebunden werden?“) für die Kategorienbildung und das Analyseverfahren berücksichtig. Demzufolge gibt die Forschungsfrage die Kategorienbildung und das Abstraktionsniveau vor, um eine Analyse und Beantwortung der Forschungsfrage zu ermöglichen. Die Kodierungs- und Kontexteinheiten umschreiben die Reduktion auf den Materialumfang. Die Kodierungseinheit bezeichnet hierbei den kleinsten Textbereich, der anhand der Kriterien ausgewählt wird. Die Kontexteinheit wiederum umschreibt den größten Auswahlbereich des Textes, der einer Kategorie zugeordnet werden kann. Zusammen mit den Kriterien und den Kategorien wird die Texteinheit letztendlich bestimmt. Die aufgeführten Textteile beziehen sich auf die Fragen innerhalb des teilstandisierten Interviews, als auch deren Antworten seitens der Probanden. Diese werden als Kodier- und Kontexteinheit jedoch nicht angegeben und finden in dem Analyseteil und der damit verbundenen Interpretation ihre Berücksichtigung.

Die Kategorien für die Zusammenfassung sind folgende:

- Ausmaß des Themas
- Neue Sichtweisen
- Eigener Wissensbedarf
- Haltung bzgl. medialer Kenntnisse
- Anforderungen an eine mediale Implementierung
- Eigenanteil an Verwirklichung
- Mehrwert für die Fachlichkeit
- Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen
- Fremdeinschätzung bzgl. Weiterbildung und Motivation
- Konzeptgestaltung

Die Kriterien für die Kodier- und Kontexteinheit sind folgende:

- Es muss eine Einschätzung oder/und Erkenntnis sein
- Übereinstimmung mit dem Fachlichkeitsbereich der medialen Kenntniss
- Entwicklung von subjektiven Anforderungen
- Entwicklung von strukturellen Anforderungen
- Entwicklung von organisatorischen Rahmenbedingungen
- Fachlichkeit steht im Fokus
- Berücksichtigung der aktuellen Situation der Einrichtung
- Planerische Vision wird angestrebt

Die *Kodiereinheit* gibt den *kleinsten auszuwertenden Anteil* vor, der ausgewertet werden darf und sagt aus, welcher minimale Textteil unter einer Kategorie fallen darf.

Der *kleinst auszuwertende Anteil* stellt sich in Bezug auf das teilstandisierte Interview wie folgt dar:

- Bedeutung/Ausmaß
 - War Ihnen das Ausmaß bewusst?
 - Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?
 - Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?

- Persönliche Meinung
 - Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?
 - Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?
 - Welchen dieser Bereiche könnten Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken?

- Mehrwert
 - Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung?
 - Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?
 - Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA

- Lebenswelt
 - Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?
 - Wie bewerten Sie den Medienraum in Bezug auf die Jugendlichen?
 - Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen?

- Weiterbildung
 - Sind Sie bereit sich fortzubilden?
 - Wie hoch ist die Motivation, sich fortzubilden?
 - Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?
 - Sind Möglichkeiten zur Kompetenzerneuerung bekannt?
 - Wie schätzen Sie die Haltung des Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?

- Konzept
 - Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?
 - Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraumes?

Der minimale Textbestandteil in Bezug auf die jeweilige Kategorie ist:

Kategorie	Minimaler Textbestandteil
Ausmaß des Themas	○ War Ihnen das Ausmaß bewusst?
Neue Sichtweisen	○ Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung?
Eigener Wissensbedarf	○ Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?
Haltung bzgl. medialer Kenntnisse	○ Wie hoch ist die Motivation, sich fortzubilden?
Anforderungen an eine mediale Implementierung	○ Sind Möglichkeiten zur Kompetenzaneignung bekannt?
Eigenanteil an Verwirklichung	○ Welchen dieser Bereiche könnten Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken
Mehrwert für die Fachlichkeit	○ Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?
Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen	○ Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen?
Fremdeinschätzung bzgl. Weiterbildung und Motivation	○ Wie schätzen Sie die Haltung des Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?
Konzeptgestaltung	○ Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?

Tabelle 7 - Kodiereinheiten

Die *Kontexteinheit*, sprich der *größte Textbestandteil* einer zuzurordnenden Kategorie, bezeichnet sie so:

Kontexteinheit	Größte Textabschnitt
Ausmaß des Themas	○ War Ihnen das Ausmaß bewusst?
Neue Sichtweisen	○ Welchen dieser Bereiche könnten Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken?
	○ Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung?
	○ Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?
	○ Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung?
Eigener Wissensbedarf	○ Sind Sie bereit sich fortzubilden?
	○ Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?
Haltung bzgl. medialer Kenntnisse	○ Wie hoch ist die Motivation, sich fortzubilden?

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum? ○ Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?
Anforderungen an eine mediale Implementierung	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sind Möglichkeiten zur Kompetenzaneignung bekannt?
Eigenanteil an Verwirklichung	<ul style="list-style-type: none"> ○ Welchen dieser Bereiche könnten Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken?
Mehrwert für die Fachlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung? ○ Welchen Mehrwert sehen Sie für sich? ○ Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?
Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen? ○ Wie bewerten Sie den Medienraum in Bezug auf die Jugendlichen? ○ Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen?
Fremdeinschätzung bzgl. Weiterbildung und Motivation	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wie schätzen Sie die Haltung des Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?
Konzeptgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> ○ Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden? ○ Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraumes?

Tabelle 8 - Kontexteinheiten

Der Punkt, indem die Definition der Analyseinheit vollzogen wird, beschreibt die Festlegung einer Reihenfolge, in der die einzelnen Textteile ausgewertet werden.

Reihenfolge	Kategorie	Textteil
1	Ausmaß	War Ihnen das Ausmaß bewusst?
2	Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen	Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?
3	Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen	Wie bewerten Sie den Medienraum in Bezug auf die Jugendlichen?
4	Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen	Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen?
5	Haltung bzgl. medialer Kenntnisse	Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?
6	Haltung bzgl. medialer Kenntnisse	Wie hoch ist die Motivation, sich fortzubilden?

7	Neue Sichtweisen	Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?
8	Mehrwert für die Fachlichkeit	Wo sehen Sie den Mehrwert für die Einrichtung?
9	Mehrwert für die Fachlichkeit	Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?
10	Mehrwert für die Fachlichkeit	Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?
11	Anforderungen an eine mediale Implementierung	Sind Möglichkeiten zur Kompetenzaneignung bekannt?
12	Eigenanteil an Verwirklichung	Welchen dieser Bereiche könnten Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken?
13	Eigener Wissensbedarf	Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?
14	Fremdeinschätzung bzgl. Weiterbildung und Motivation	Wie schätzen Sie die Haltung des Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?
15	Konzeptgestaltung	Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?
16	Konzeptgestaltung	Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraumes?

Tabelle 9 - Reihenfolge der auszuwertenden Texteinheiten

9.4 Interpretation der Zusammenfassung

Wie bereits bei dem Grundsatz für die Zusammenfassung erwähnt, wurde bei der Zusammenfassung das Material so reduziert, dass die wesentlichen Inhalte erhalten wurden und durch Abstraktion ein überschaubarer Korpus geschaffen wurde, welcher immer noch Abbild des Grundmaterials ist (Mayring, 2002, S. 115). Zudem wurde für die Kategorienbildung und das Analyseverfahren, die Forschungsfrage „Sollte mediale Kenntnis Teil der Fachlichkeit eines Sozialarbeiters im OKJA Bereich sein und wie kann diese in die Arbeit konzeptionell eingebunden werden?“, berücksichtigt. Diese gibt letztlich die Kategorienbildung und das Abstraktionsniveau vor und ermöglicht somit eine Analyse sowie die Beantwortung der Forschungsfrage.

Für die Kategorienbildung stellten sich die Ergebnisse anhand folgender Bereiche dar:

- (1) Die Bedeutung/das Ausmaß umfasst Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter bzgl. der unzähligen Berührungspunkte und inwiefern das Quiz ihre Sicht auf das Thema verändert hat. Des Weiteren fanden Aussagen bezüglich des Umfangs bzw. des Ausmaßes der dadurch entstehenden Handlungsfelder sowie zu neuen Erkenntnissen durch das Quiz, ihre Berücksichtigung.
- (2) Die persönliche Meinung enthält grundsätzliche Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter zu einem Medienraum sowie zu sozialen Medien. Weiter werden Aussagen getätigt, die Aufschluss über die Bereiche geben, welche die

Teilnehmer/Mitarbeiter nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken können.

- (3) Der Mehrwert bündelt Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter auf der Mikro- (Teilnehmer/Mitarbeiter selbst), Meso- (die Einrichtung OT-Heim St.Nikomedes) und Makroebene (die gesamte OKJA).
- (4) Die Lebenswelt umfasst Beschreibungen der Teilnehmer/Mitarbeiter zu dem Lebensraum der Jugendlichen sowie zu dem Bezug zwischen dem Medienraum und ihrem Lebensraum. Weiter werden Aussagen über einen Zusammenhang von Medien mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen getroffen.
- (5) Der Bereich Weiterbildung enthält Aussagen über die Bereitschaft bzw. Motivation der Teilnehmer/Mitarbeiter, sich hinsichtlich der Themen soziale Medien und Mobilgeräte selbstständig weiterzubilden sowie über den eigenen Bedarf einer Weiterbildung und Möglichkeiten für die Umsetzung. Des Weiteren wurden Aussagen zu den Haltungen des Teams im Hinblick auf eine Fortbildung getroffen.
- (6) Der Bereich Konzept bündelt Aussagen zu Punkten, die ein erfolgreiches Konzept erfassen sollte sowie zu möglichen Gefahren bei der Nutzung eines Medienraumes in der Einrichtung.

9.4.1 Bedeutung/Ausmaß

Der erste Bereich für die Kategorienbildung basiert auf den Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter hinsichtlich der Bedeutung bzw. des Ausmaßes des Themas, den dabei entstehenden unzähligen Berührungspunkten sowie neuen Sichtweisen seitens der Teilnehmer/Mitarbeiter durch das Quiz. Die Auswertung der Interviews hat hier deutlich gezeigt, dass das Ausmaß des Themas den Teilnehmern/Mitarbeitern durchaus bewusst ist. So fanden zudem Aussagen bezüglich der dadurch entstehenden Handlungsfelder, wie auch zu neuen Erkenntnissen ihre Berücksichtigung.

Tobias Sicht hierzu war beispielsweise die Folgende:

„Das war mir durchaus bewusst, durch das Quiz sind mir die verschiedenen Facetten nochmal aufgezeigt worden.“ (Interview V, Zeilen 20 f., S. 123) Die Durchführung des Quiz in Verbindung mit dem im Anschluss geführten Interview gab Tobias nochmals eine Bestätigung für seine Sichtweise. *„Verändert nicht wirklich, eher wurde ich in meiner bisherigen Ansicht bestätigt.“ (Interview V, Zeile 23, S. 123)* Für Josef eröffneten sich ebenfalls neue Sichtweisen. *„(...)die positiven Eigenschaften waren interessant in Form der Fragen zu begreifen und der Schritt der Ressourcenaktivierung ist heranzuziehen, um sich einen guten Umgang aneignen zu können.“ (Interview III, Zeilen 32 ff., S. 115)* Die Sicht auf das Thema hat sich bei den Teilnehmern/Mitarbeitern auf unterschiedliche Weise verändert. Alina ist beispielsweise zu der Erkenntnis gekommen, dass sie ihr Wissen mehr an andere Menschen vermitteln sollte (Interview I, Zeile 19, S. 108). Einigkeit herrschte

größtenteils in der Erkenntnis, dass „(...)da noch Nachholbedarf ist.“ (Interview V, Zeile 19 f., S. 120) oder „(...)dass wir uns noch viel mehr damit beschäftigen müssten.“ (Interview II, Zeilen 42 f., S. 111 f.)

Das hier dargestellte Verfahren der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring (2002) bezieht sich auf die zuvor aufgeführten Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter des OT Heims St. Nikomedes. Die Aussagen wurden aus dem zuvor geführten Interview entnommen. In der unten dargestellten Tabelle sind die zusammengetragenen Generalisierungen aufgeführt, welche in einer abschließenden Reduktion zu der Kategoriebildung ‚Bedeutung/Ausmaß‘ führten.

Tabelle 10 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Bedeutung/Ausmaß'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß war nicht bewusst • Wissen nicht weitergegeben • neue Fachbegriffe gelernt 	Bedeutung/Ausmaß
II	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß- größeres Ausmaß • Ausmaß, Auswirkung auf Lebensweise erfassen • Auseinandersetzung intensivieren • unsicher im offenen Bereich 	
IV	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß des Themas war grundsätzlich bewusst 	
V	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß des Themas war bewusst • Nachholbedarf in Bezug auf die Klienten • Mehr Elternarbeit könnte leistbar sein 	
VI	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß war bewusst • Ansicht wurde bestätigt 	

9.4.2 Persönliche Meinung

Der zweite Bereich, die persönliche Meinung enthält grundsätzliche Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter zu einem Medienraum sowie zu sozialen Medien. Weiter werden Aussagen getätigt, die Aufschluss über die Bereiche geben, welche die Teilnehmer/Mitarbeiter nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken können. Grundsätzlich waren alle Teilnehmer/Mitarbeiter positiv gestimmt bezüglich eines Medienraumes. Den Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter war darüber hinaus zu entnehmen, dass ein gewisses Angebot an Spielen (z.B. PC, Konsole, etc.) für den Medienraum sinnvoll wäre, da die Jugendlichen ein solches Angebot gerne in Anspruch nehmen würden. So sieht Tobias die Funktion und Aufgabe des Medienraumes eher in Form eines Zocker Raums, dieser hätte für ihn momentan eher Priorität (Interview VI, Zeilen 41 ff., S. 124). Auch Alina hält eine solche Nutzung des Raumes für sinnvoll, u.a. aufgrund der hohen Kosten für die Jugendlichen. So können die Jugendlichen wenigstens in der Einrichtung ‚zocken‘ (Interview I, Zeilen 40 ff., S. 108 f.). Für andere Teilnehmer/Mitarbeiter liegt der Fokus eher auf den ‚Rahmenbedingungen, wie die Fachlichkeit, Personal und Technik‘ (Interview III, Zeilen 62 f., S. 116), andere sehen den Raum als ‚Schutzraum für die Jugendlichen‘ (Interview V, Zeilen 38 f., S. 121), indem sie

sich sicher bewegen können und jederzeit Hilfe oder Unterstützung erwarten können. Einstimmigkeit herrscht bei den Teilnehmern/Mitarbeitern hinsichtlich des Personals bzw. der Qualifikation. Hier sollte ein „wirklich topfitter Mitarbeiter der das wirklich technisch und inhaltlich drauf hat“ (Interview II, Zeile 75, S. 112) die Leitung übernehmen. Somit wäre zudem ein Mehrwert des Medienraumes zu sehen. (Interview VI, Zeilen 45 f., S. 124) Bezogen auf soziale Medien sind die Standpunkte der Teilnehmer/Mitarbeiter durchaus identisch. Soziale Medien werden größtenteils von zwei Seiten betrachtet, die positive Seite, welche durch gute Vernetzung, einfache Kommunikation ermöglicht und somit auch die Möglichkeit beinhaltet, schnell Hilfe zu holen (Interview II, Zeile 79, S. 112). Sowie „aus der Sicht der beruflichen Perspektive können sie behilflich sein, eine entsprechende Zielgruppe zu erreichen (...) diese in ihrem Lebensraum anzutreffen und sie für bestimmte Angebote zu werben.“ (Interview VI, Zeilen 48 ff., S. 124) Es sollte in jedem Fall ein verantwortungsvoller und bewusster Umgang damit erfolgen, dann können sie von positivem Nutzen und sehr effizient sein. (Interview IV, Zeile 42, S. 118 & Interview V, Zeile 41, S. 121) Alina Standpunkt zu sozialen Medien ist eher negativ belastet, so führt sie einerseits gesellschaftliche Probleme wie Cyber Mobbing und andererseits die Unwissenheit und Leichtigkeit im Umgang mit sozialen Medien an. (Interview I, Zeilen 44 ff., S. 109) Josef betrachtet die sozialen Medien eher als gefährlich, da auch die Vorteile, die soziale Medien mit sich bringen, auch gezielt missbraucht werden. So bürden z.B. soziale Netzwerke „die Gefahr der Anonymität und der Meinungsmache“ (Interview III, Zeile 65, S. 116). Um den Jugendlichen auch ein entsprechendes Angebot bieten zu können, müssen deren Ansprüche in verschiedenen Bereichen auch eine Berücksichtigung finden. Die Bereiche aus dem alltäglichen Gebrauch können von allen Teilnehmern/Mitarbeitern angedeckt werden. Josef wollte sich hier jedoch auf keinen direkten Bereich festlegen, jedoch könnte er sich vorstellen, die Rahmenbedingungen zu schaffen. (Interview III, Zeilen 87 f., S. 116) Für einen „verantwortungsvollen Umgang mit Medien und Wissensvermittlung“ (Interview IV, Zeile 57, S. 119) könnte Lisa sorgen. Fabian würde „(...) die theoretische Grundlage schaffen, (...) einen Leitfaden erstellen und im Team zusammen den Jugendlichen das praktisch und theoretisch vermitteln (...).“ (Interview V, Zeilen 57 ff., Seite 121)

Die nachfolgende Tabelle zeigt den Vorgang der Kategorienbildung ‚Persönliche Meinung‘ auf der Grundlage der Aussagen von den Teilnehmern/Mitarbeitern.

Tabelle 11 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Persönliche Meinung'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	2	<ul style="list-style-type: none"> • Medienraum ist sinnvoll • hat positive Seiten aber auch Risiken (Dinge wie Privateinstellungen) • aus täglichem Gebrauch bewusst 	Persönliche Meinung
II	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Sichtweisen • Mehrwert für die Einrichtung • Umfang war nicht ersichtlich 	

IV	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Sichtweise • Bewusstsein über den Umfang des medialen Bereichs hat sich verändert • Umfang des Themas wurde bewusster 	
VI	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Erkenntnis • Thema ist omnipräsent und sehr wichtig für die Zielgruppe 	

9.4.3 Mehrwert

Der Punkt des Mehrwertes beinhaltet den Zuwachs für die eigene Fachlichkeit, die Einrichtung und die gesamte OKJA. Der Mehrwert bündelt Aussagen der Teilnehmer/Mitarbeiter auf der Mikro- (Teilnehmer/Mitarbeiter selbst), Meso- (die Einrichtung OT-Heim St. Nikomedes) und Makroebene (die gesamte OKJA). Der Mehrwert ist als Chance für beide Seiten zu begreifen Fabian sagt in Zeile 63 auf Seite 121-122: *„Der Mehrwert für unsere Einrichtung wäre zum einen, dass sie attraktiver werden würde daraus. Man eine breitere Zielgruppe ansprechen könnte und besonders eine Zielgruppe die sonst nicht zu den Stammesbesuchern zählt in unserem Haus.“* Die Einrichtung muss das Vertrauen der Zielgruppe vermitteln, um den Raum als Schutzraum, als auch Erfahrungs- und Erlebnisraum zu verstehen und anzunehmen. Mithilfe der medialen Kenntnis kann ein Medienraum der Zielgruppe die Möglichkeit bieten, in ihr Reifeprozesse wahrzunehmen und sie kann somit adäquat begleitet werden. Tobias sagt hierzu (Zeile 101-103, S. 125): *„Es wird ein zusätzlicher Raum für Jugendliche geschaffen, wir sind dort auf dem neuesten Stand der Technik. Wir können der Zielgruppe das bieten, sind gleichzeitig attraktiver. Von der Atmosphäre könnte viel bieten und sich auf das gesamte Haus übertragen. Er ist ansehnlich, modern und lädt ein. Zudem kann eine gezieltere Einzelfallhilfe stattfinden.“* Tobias weiteres Zitat (Zeile 92-95, S.125) fasst den Mehrwert bezeichnend als Grundverständnis der Probanden zusammen: *„Es wird ein zusätzlicher Raum für Jugendliche geschaffen, wir sind dort dem neuesten Stand der Technik. Wir können der Zielgruppe das bieten, sind gleichzeitig attraktiver. Die Atmosphäre könnte viel bieten und sich auf das gesamte Haus übertragen. Er ist ansehnlich, modern und lädt ein.“* Die Probanden sehen den Mehrwert auch als Anpassung ihrer Haltung bzgl. der Medien und des Zugangs. Josef sagt hierzu (Zeile 93-4, S. 116): *„Meine eigene konservative Haltung ein Stück weit aufzugeben und was Neues zu lernen, mich mehr dafür zu öffnen.“* Der Mehrwert für die gesamte OKJA wird von den Probanden grundlegend gleich definiert. Er liegt in der Attraktivitätssteigerung, dem optimierten Zugang zum Klientel und das man dem aktuellen Zeitgeschehen und Trend folgt. Doris sagt hierzu bezeichnend (Zeile 105-107, S. 113): *„Man muss aktuell sein, dann kommt man an Medien nicht vorbei. Das ist einfach Fakt. Deswegen ist es wichtig auf einem guten Level zu sein und auch zu bleiben, wer weiß was noch so kommt.“*

Tabelle 12 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Mehrwert'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für die Fachlichkeit 	Mehrwert
III	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert ist die Chance für beide Seiten • Einrichtung muss Vertrauen geben • Zielgruppe kann reifen durch Erfahrung und Begleitung 	
IV	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für die ortsansässige Einrichtung ist, dass mehr Kontakt zur Zielgruppe erreicht werden kann 	
V	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Attraktivität der Einrichtung spricht eine breitere Zielgruppe an • eigene Fachlichkeit wird durch Fortbildungen erhöht • Gemeinsames Modelllernen wird ermöglicht 	
VI	7	<ul style="list-style-type: none"> • zusätzlicher Raum für die Zielgruppe • Attraktivitätssteigerung • Medienraum lässt die Einrichtung sich breiter aufstellen • eine gezieltere Einzelfallhilfe ist möglich • Zugang zu großen Gruppen • Medienraum ist Erfahrungs- und Erlebnisraum • inhaltliches Einwirken wird durch die Mitarbeiter geleistet 	

9.4.4 Lebenswelt

Die Lebenswelt umfasst Beschreibungen der Teilnehmer/Mitarbeiter zu dem Lebensraum der Jugendlichen sowie zu dem Bezug zwischen dem Medienraum und ihrem Lebensraum. Weiter werden Aussagen über einen Zusammenhang von Medien mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen getroffen. Die Lebenswelt wird von Alina als „spannend, vielseitig und individuell“ wahrgenommen (Zeile 86, S. 110). Die Lebenswelt bietet den Jugendlichen medialen Zugang und eine hohe Interaktionsrate innerhalb dieser. Die Jugendlichen sind oftmals in dem, seitens der Probanden beobachteten, Zugzwang ständig erreichbar und kommunizieren zu müssen. Ebenso ermöglicht die mediale Lebenswelt eine stetige Verfügbarkeit und begrenzt die Jugendlichen in ihrer Freizeitgestaltung. Doris sagt hierzu (Zeile 109-111, S. 113): „Als relativ isoliert würde ich das bezeichnen, man hat sich früher verabredet und getroffen, heute sitzt man zuhause und kommuniziert bei Handy, PC oder ähnlichem. Es ist vor allem nicht mehr so persönlich.“ Die Lebenswelt birgt laut den Probanden auch Gefahren, dass die Zielgruppe u.a. der medialen Welt alleine ausgesetzt ist und sie sich dabei aber auch schwer von der Erwachsenenwelt abgrenzen kann. Die Erwachsenen nehmen nämlich laut Tobias (Zeile 105-11, S. 125-126) ebenfalls an der medialen Welt, sprich in den sozialen Netzwerken, auch teil: „Ich sehe die Lebenswelt der Jugendlichen als Raum der Möglichkeiten, Informationen. Sie sind immer im Zugzwang zu interagieren (WhatsApp und Co.) und können kaum abschalten. Ebenso finde ich es schwer für Jugendliche, sich Lebensräume zu erkämpfen. Ich finde es schwer für Jugendliche, sich von den Jugendlichen abzugrenzen. Erwachsene nähern sich immer mehr den Jugendlichen, anders als in den 60ern. Den

Jugendlichen fehlt es an persönlicher Zeit, was ein weniger selbstbestimmtes Handeln herbeiführt.“ Lisa führt den hohen Zeitaufwand an, den die Jugendlichen für die Teilnahme an der medialen Welt aufbringen (Zeile 69-70, S. 119): „*Sie bewegen sich viel in sozialen Medien und es wird immer schwieriger meiner Meinung nach, nach draußen zu gehen und das sie sich selber beschäftigen.*“ Alina führt als Bewertung der Medien bezogen auf den Lebensraum der Jugendlichen an (Zeile 89-90, S. 110), dass „*sie sich durch die Medien schon sehr einschränken lassen, aber es trotzdem noch schaffen face-to-face Kontakte zu haben.*“ Die grundlegend positive Haltung bezüglich eines Medienraumes ist in dem Bereich der Lebenswelt deutlich anhand der Teammitglieder zu erkennen. Josef beschreibt ihn (Zeile 103-105, S. 116) „*als große Chance für beide Seiten. Wir müssen ihnen Vertrauen geben und sie müssen die Chance als solche erkennen, daran wachsen und neue Erfahrungen zu sammeln.*“ Die einzige kritische Meinung ging von Fabian aus, der zum Medienraum folgende Einschätzung hat (Zeile 83-86, S. 122): „*Ich glaube der Medienraum spiegelt nicht die tatsächliche Wahrnehmung dar, wie sie ihre Umwelt erleben, sondern bietet vielmehr einen Schutzraum für sie. Jedoch das eigentlich Erlebte passiert im Kontext von Schule, auf der Straße oder bei Freunden.*“ Die Bedeutung der Lebenswelt in Bezug auf die Zielgruppe bewerten alle Probanden mit einer grundlegend einheitlichen Betrachtungsweise. So schreiben alle Mitarbeiter den Medien innerhalb der Lebenswelt der Jugendlichen eine große Bedeutung zu und das sie „*lebensnotwendig*“ sind (Alina, Zeile 93, S. 110).

Tabelle 13 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Lebenswelt'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	8	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen ist gegeben und auch die Attraktivität/Bedeutung 	Lebenswelt
III	8	<ul style="list-style-type: none"> • Trends bestimmen u.a. die Bedürfnisse der Zielgruppe • Die Zielgruppe wird in ihrer Lebenswelt unzureichend begleitet und ist demnach überfordert • Medienwelt ist für die Zielgruppe, als auch für Erwachsene ein Inhalt • demnach ist es ein Inhalt der OKJA 	
IV	8	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensweltorientierung an die Zielgruppe ist gegeben, in dem man die Planung anpasst und die Attraktivität des Inhalts in Relation setzt • kann einen Zugang zu einer größeren Zielgruppe herstellen und breitere Themengebiete aufzeigen • Jugendliche verbringen viel Zeit in der medialen Welt • Es ist schwierig für sie, dass sie sich selbst beschäftigen und rausgehen • Gemäß der Lebensweltorientierung ist ein Medienraum zeitgemäß und attraktiv • Gemäß der Lebensweltorientierung stellen Medien eine große Bedeutung für Lisa und die Zielgruppe dar 	
V	8	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung an die Lebenswelt ist in Form eines Medienraumes nicht mehr zeitgemäß, bietet aber einen Schutzraum • Lebensraum der Jugendlichen • Schule 	

		<ul style="list-style-type: none"> • soziale Medien • Vereine • Medienraum ist nicht passend, da er nur ein Schutzraum ist. Meiste Anzahl an Erlebnissen passiert wo anders • Medien sind ein großer Bestandteil in der Lebenswelt der Jugendlichen. Von daher muss sich damit befasst werden 	
VI	8	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Medien als Lebenswelt der Jugendlichen ist zu sehen • Zugang und Erreichbarkeit kann gegeben werden • Datenschutz ist wichtig und schwierig zu verstehen • anderes Verhalten in der Realität als online ist zu beachten • Medienraum kann Zugang zu der Zielgruppe legen • Fortbildungen sind ein Reiz • Lebenswelt • ist bestimmt durch Teilnahme der Erwachsenen • hoher Zeitaufwand in dem Lebensraum • es ist schwer für sie, selbstbestimmtes Handeln zu entwickeln • Medien nehmen einen großen Teil ein • hoher Zeitaufwand • große Bedeutung 	

9.4.5 Weiterbildung

Der Bereich Weiterbildung enthält Aussagen über die Bereitschaft bzw. Motivation der Teilnehmer/Mitarbeiter, sich hinsichtlich der Themen soziale Medien und Mobilgeräte selbstständig weiterzubilden sowie über den eigenen Bedarf einer Weiterbildung und Möglichkeiten für die Umsetzung. Des Weiteren wurden Aussagen zu den Haltungen des Teams im Hinblick auf eine Fortbildung getroffen. Die Meinung in Bezug auf die Haltung der Mitarbeiter ist in Bezug auf der eigenen Haltung und der Fremdeinschätzung differenziert zu betrachten. So ist bei allen Hauptamtlichen in Bezug auf sich selbst eine positive Grundhaltung in Bezug einer Weiterbildung zu verzeichnen, jedoch ist die Fremdwahrnehmung in Bezug auf die Bereitschaft der anderen Teammitglieder mit einer geringen Motivation versehen. Die Bereitschaft in Bezug auf die Selbsteinschätzung ist hoch, hängt aber von der Bewertung und dem Zugang des jeweiligen Fortbildungsbereichs ab. Bezeichnend sagt Tobias (Zeile 126-130, S. 126): *„Fortbildung ist immer positiv, jedoch ist der Bereich nicht der größte Teil meines Fokus. Sehe ich den direkten Nutzen, bin ich definitiv bereit. Dort ist zu gucken, in welchem Umfang es möglich ist, sich weiterzubilden. Praktische „Know How“ Stunden in Bezug der Anwendung würden mir definitiv was bringen, jedoch interessiert mich weniger der Hardware/Software Hintergrund.“* Die Meinung in Bezug auf die Fremdschätzung ist zusammenfassend, nach Lisa (Zeile 89, S. 120), so zu zitieren und zu deuten: *„Es ist abhängig von der Motivation.“* Als möglicher Weiterbildungsbereich wurde u.a. die Erlernung der medialen Terminologie, der Bereich des Vertragsrechts und der praktischen Handhabung von Apps und sozialen Netzwerken genannt. Josef sagt zu der Frage, ob Fortbildungsmöglichkeiten

bekannt sind (Zeile 124-125, S. 117): „Also ich weiß das es welche gibt, das heißt ich muss sie nur suchen, buchen und dann machen.“ Ferner muss bei jedem Thema die Sinnhaftigkeit geprüft werden und auf das jeweilige Alter des Mitarbeiters bezogen werden.

Tabelle 14 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Weiterbildung'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	3	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für: • Einrichtung, • Sich selbst, • Gesamte OKJA 	Weiterbildung
I	4	<ul style="list-style-type: none"> • aufregende Lebenswelt mit und durch Medien • Aber auch eingeschränkt • Leben ohne Medien unvorstellbar 	
I	5	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterbildung • Lernbereit • Hoch motiviert • Bereits Fortbildung gehabt • Einrichtung, Cenk, LWL • Geringe Haltung des Teams • Weiterbildungsoptionen sind bekannt 	
I	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung ist der Haltung des Teams ist eher gering 	
II	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • Fortbildungsbedarf 	
II	4	<ul style="list-style-type: none"> • Haltung bzgl. Medialer Kenntnisse • positiv, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt werden • Meinung zu sozialen Medien ist gut • Haltung zur Anforderung der Wissensaneignung ist positiv 	
II	5	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über Fortbildungsangebote ist bekannt 	
III	3	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenaktivierendes Arbeiten ist nötig • Eigener Wissensbedarf • Terminologie lernen • praktische Fähigkeit muss erworben werden 	
III	4	<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Haltung zur Weiterbildung ist positiv • positive Haltung, sofern Rahmenbedingung erfüllt wird • Fachlichkeit, Personal und Technik • Eigene Haltung muss offener werden • Eigene Haltung ist positiv • hohe Bereitschaft zur Fortbildung • Adressaten müssen auch berücksichtigt werden • Alter muss bzgl. Arbeitsaufwand- und Umfang nach Sinnhaftigkeit hinterfragt werden • Person kann als nicht gleichwertig wahrgenommen werden • Eigene Bereitschaft zur Fortbildung ist hoch 	
III	5	<ul style="list-style-type: none"> • mediale Implementierung • kann über Fortbildungsmöglichkeiten realisiert werden • Bewusstsein der Verfügbarkeit ist gegeben 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Fortbildungsmöglichkeiten müssen realisiert werden
III	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung • grundsätzlich hohe Bereitschaft • Fokus muss gesetzt werden • Persönlicher Kontakt darf nicht reduziert werden
IV	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf ist nicht konkret fassbar • Lisa versteht sich als klassischen Allrounder
IV	4	<ul style="list-style-type: none"> • eigene Haltung ist positiv und Medienraum wird als vernünftig empfunden • Haltung bzgl. sozialer Medien ist positiv, bedarf jedoch eines verantwortungsvollen Umgangs • Grundsätzlich positive Haltung zur Weiterbildung • Hohe Bereitschaft bzgl. Weiterbildung
IV	5	<ul style="list-style-type: none"> • Fortbildungsoptionen sind gegeben und bekannt
IV	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung • Motivation bestimmt die Haltung
V	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • Nutzungsbedingungen • WLAN • ähnliche Bereiche bzgl. Nutzungsbedingungen
V	4	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Haltung zu Medien, wenn sie bewusst verwendet werden • Positive Haltung zur Weiterbildung • Sehr hohe Motivation bzgl. Fortbildung
V	5	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis bzgl. Fortbildungsoptionen ist vorhanden • Möglichkeit zur Kompetenzerneuerung ist vorhanden
V	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung in Bezug auf das Team ist geteilt, in Bezug auf die Haltung • abhängig vom Thema und vom Mehrwert
VI	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • im Administrationsbereich • im Vertragsrechtsbereich • im praktischen, medialen Umgang
VI	4	<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Haltung ist positiv in Bezug zur Weiterbildung • Grundsätzlich positive Einstellung zur Fortbildung • steht nicht im Fokus • Praktische Fähigkeit steht im Fokus, zu erlernen
VI	5	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Fortbildungsoptionen sind bekannt • Keine Literatur ist vorhanden
VI	9	<ul style="list-style-type: none"> • Geringe Motivation seitens des Teams • Anforderung ist, dass sich ein Hauptamtlicher auskennt

9.4.6 Konzept

Der Bereich Weiterbildung enthält Aussagen über die Bereitschaft bzw. Motivation der Teilnehmer/Mitarbeiter, sich hinsichtlich der Themen soziale Medien und Mobilgeräte selbstständig weiterzubilden sowie über den eigenen Bedarf einer Weiterbildung und Möglichkeiten für die Umsetzung. Für die Entwicklung eines Konzeptes ist es einheitlich als wichtig empfunden worden, dass Rahmenbedingungen definiert und leistbar sind. Die

Leistbarkeit ist u.a. bezogen auf die Fachlichkeit der Mitarbeiter, die alle den gleichen Wissenstand haben sollen. Tobias sagt hierzu (Zeile 143-146, S. 135): „*Der IST Stand sollte erfasst werden, sowie Bedarfsgrundlagen. Ist diese Zielgruppe überhaupt zu erreichen, oder ist es nur aufgedeckt. Finanzierung muss Inhalt sein, Zielsetzung muss klar sein. Ebenso muss es klar sein, wie der Erfolg des Konzepts gemessen wird.*“ Dazu ergänzend ist die Absicherung der rechtlichen Grundlage zu beachten und zu befolgen. Angebote und Projekte können intern in Form von Gruppen stattfinden, jedoch können und sollen auch Einzelpersonen angesprochen werden. Die Gefahren dürfen bei dem Konzept nicht ignoriert werden und müssen bei der Gestaltung, sowie bei der Reflexion stets beachtet werden. Tobias Meinung hierzu stellt die erkennbare, grundlegende Haltung des Teams dar (Zeile 148-151, S. 126): „*Angst habe, ich das Dinge passieren, die wir nicht überwachen können. Eventuell auch, dass wir von der Flut der Informationen, Bedarfe überrannt werden. Mir fällt es schwer, manche Dinge im Bereich der Medienfragen anhand einer Gewichtung zu priorisieren.*“ Die Konzeptgestaltung muss stets die Zielgruppe berücksichtigen. Der Medienraum muss eine feste Zuordnung und Funktion beinhalten. Der Bereich des Missbrauchs ist zu definieren und innerhalb der Arbeit stets in die Planung mit einzubinden.

Tabelle 15 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Konzept'

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	6	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Konzeptes • Fachliches Know-how in allen Bereichen • Geklärte Rechtsgrundlagen 	Konzept
I	10	<ul style="list-style-type: none"> • Privateinstellungen könnten Thema für die Zielgruppe sein 	
II	10	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptgestaltung • Angebote und Projekte können intern in Form von Gruppen stattfinden • Konzeptgestaltung • Ziele müssen Prozesse und die Gestaltung mit einbinden • Angst vor Übersichtsverlust • Übersicht muss bewahrt werden 	
III	6	<ul style="list-style-type: none"> • Josefs Eigenanteil ist die Definition der Rahmenbedingung 	
III	10	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderung an die Konzeptgestaltung • differenzierte Betrachtung für Qualitätsfestlegung und Ausrichtung auf Zielgruppe • Soziale Netzwerke bergen Gefahren • Anonymität • Meinungsmache • Neugestaltung muss positive Dinge berücksichtigen • Konzepterstellung • Frage nach Auswahl des Mediums • damit verbundenen Zeitaufwand • damit verbundenen konstruktiven Sinn • Konzepterstellung 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Missbrauch muss definiert werden, um sich und die Zielgruppe davor zu schützen 	
IV	6	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenanteil von Lisa ist den verantwortungsvollen Umgang in der medialen Arbeit zu realisieren 	
IV	10	<ul style="list-style-type: none"> • Konzepterstellung • Umgang in Bezug auf Medienplattformen und Downloads muss definiert werden • Hinweise in Bezug auf die AGB Berücksichtigung • Gefahr beachten, dass Jugendliche ihre Mediennutzung erhöhen und das durch die Einrichtung gefördert wird 	
V	6	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenanteil • Leitfaden und theoretische Grundlage kann erstellt werden • Praktisches Arbeiten ist möglich 	
V	10	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderung an ein Konzept • Technologieaufrüstung • Fortbildung • beide essentiell für einen Zugang zur Zielgruppe • Rahmenbedingungen müssen erfüllt werden: • Personal • -Aufgaben • Zuständigkeiten • Zielsetzung • Zielgruppe • Finanzierungsgestaltung • aktueller Wissensstand wird der Zielgruppe nicht gerecht und erzeugt ein negatives Bild in der Öffentlichkeit 	
VI	6	<ul style="list-style-type: none"> • Der Eigenanteil ist: • Initiatorrolle • Erkennen von Bedarfen und organisatorischer Planer • kann derzeit keine praktische Durchführung leisten 	
VI	10	<ul style="list-style-type: none"> • Medienraum muss Funktion und Aufgabe zugewiesen haben, um positiv sich auszuwirken • intern leistbar muss es sein • zunächst als Zockerraum betrachtet • Anforderung an ein Konzept sind: • Reibungslose Nutzung ohne Experten • Raum als Einladung/Ort der Möglichkeit für Zielgruppe • Es muss leistbar sein • Rahmenbedingungen müssen definiert werden • IST Stand muss erfasst werden • Finanzierung muss geplant werden • Zielsetzung muss gesetzt werden • Auswertung des Erfolges muss festgelegt werden • Angst • zu viele Anforderungen • fehlende Überwachungsmöglichkeit • fehlende Gewichtung der Inhalte 	

10. Ausarbeitung der Gruppendiskussion in Form eines Workshops

Die Gruppendiskussion soll im Rahmen eines Workshops stattfinden. Die Teilnehmer des Workshops sind zum einen alle Hauptamtlichen Mitarbeiter des OT-Heims sowie wir als Leiter der Diskussion.

Zunächst werden den Gruppenmitgliedern die Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz mithilfe einer PowerPoint-Präsentation präsentiert. Anschließend werden die Eindrücke der Teilnehmer bzgl. der Diskrepanz zwischen den persönlichen und den allgemeinen Ergebnissen thematisiert. Die Eindrücke werden in einer Mindmap festgehalten.

Als nächsten Punkt wird den Teilnehmern die Auswertung der Interviews veranschaulicht. Hierbei wäre es wünschenswert, wenn erste Ideen der Mitarbeiter zum Aufbau und Inhalt für das geplante Konzept, eingebracht werden. Die Ideen werden direkt auf einem Flipchartpapier festgehalten. Anschließend wird die Diskussion gestartet, indem die Vorstellungen zum Aufbau und Inhalt des Konzeptes präsentiert und mit den Ideen der Mitarbeiter verglichen werden. Die Ergebnisse der Diskussion werden ebenfalls auf einem Flipchart festgehalten. Am Ende des Tages sollte ein grobes Gerüst für das Konzept entstanden sein. Dies ist die Grundlage für die Ausarbeitung. Wichtig ist, dass die Mitarbeiter das Gefühl bekommen, dass ihre Wünsche und Anregungen beachtet werden und in das Konzept mit einfließen. Abschließend wird noch eine mündliche, kurze Abfrage unter den Mitarbeitern gemacht, um zu erfragen, wie sie sich bei der Gesprächsrunde gefühlt haben.

10.1 Ablauf der Gruppendiskussion

Der Ablauf der Gruppendiskussion wurde von der Forschungsgruppe im Vorfeld festgelegt und geplant. Tobias Schrader, David Marx und Fabian Post leiteten somit die Diskussion und hatten die dynamisch wechselnde Rolle des Beobachters, des Protokollanten und des Moderators untereinander aufgeteilt. Die Gruppendiskussion nahm zwei Stunden gemäß der Planung ein und diese wurde auch tatsächlich erreicht. In der Einführungsphase wurden die Ergebnisse aus dem YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz vorgestellt und es wurde der Aufbau der Gruppendiskussion, als auch mögliche Fragen besprochen. Die Einführungsphase nahm 30 Minuten ein. In dem Hauptteil wurde das Konzept bzw. die Ideenfindung vorangetrieben und abschließend gab es eine Ergänzungs-Fragerunde. Der inhaltliche Arbeitsteil der Konzeptfindung bzw. der Hauptteil betrug 60 Minuten. Die gesammelten Ideen wurden während des Prozesses direkt auf eine Flipchart aufgenommen. In den letzten 40 Minuten wurde eine offene Austauschrunde und eine Nachbesprechung der Ergebnisse, sprich der Ideen, durchgeführt.

10.2 Reflexion der Gruppendiskussion

Die Diskussion gestaltete sich als sehr vielfältig und produktiv. Alle Beteiligten bzw. Mitarbeiter waren pünktlich da und zeigten eine hohe Motivationsbereitschaft. Die Flipchart erwies sich als ein effizientes Hilfsinstrument, welches sich als eine visuelle

Gedankenstütze für den Prozess eignete. So konnten die Mitarbeiter die vorherigen Gedanken und Ergebnisse in ihren Denkprozess stets miteinbeziehen. Die Vorbereitung und die grundlegende Verfahrensweise konnten einen optimalen Effekt in der Durchführung hervorbringen. So konnte man durch die Erhebung der Ergebnisse des Quizzes eine reflexive Befragung heranziehen, in der die Mitarbeiter mit ihren Ergebnissen konfrontiert wurden und ihre Selbsteinschätzung, als auch ihre kritische Haltung gegenüber dem Team und dessen Zielen, hinterfragt werden konnten. Der Aufbau gestaltete sich als sehr klar und transparent. So wurde anfangs einer Einführung und eine Fragerunde angesetzt, dann die Impulsfragen abgehandelt und währenddessen immer der aktuelle Klärungsbedarf erfragt. Die Mitarbeiter wurden ermutigt, stets ihren Beitrag zu leisten, wenn sie es für angemessen hielten. Sollte Klärungsbedarf bestehen, so wurden für diesen Fall Regeln festgelegt.

Die Rolle der Studierenden war die des Moderators und diese teilten sich alle drei Studenten in einem wechselnden Ablauf. Während einer aktiv die Diskussion führte, nahm ein anderer die Gestalter Rolle ein und ergänzte die Flipchart, während der dritte die Beobachter Rolle einnahm und den Redeanteil überwachte. So kam es, dass gezielt Mitarbeiter angesprochen wurden, die manchmal aufgrund des hohen Redeanteils anderer Mitarbeiter und der hohen Beitragsrate keinen Beitrag abgeben konnten. Diese wurden von dem Beobachter angesprochen, woraufhin dieser in die Moderatorrolle wechselte. Durch die exakte Vorbereitungsphase konnten sich die Studierenden auf den Prozess konzentrieren und die Absprachen sicherten ihr Handeln, als auch Vertrauen in sich und die Kommilitonen. Die Synergie, die freigesetzt wurde, erwies sich als äußerst effizient und effektiv für den Durchführungsprozess. Die angesetzte Zeit war letztendlich passend und wurde dem Prozess gerecht. Die Ergebnisse bzw. Beiträge der Mitarbeiter wurden direkt auf eine Flipchartseite übernommen und gaben dem OT-Heim Team die Sicherheit, dass jeder Beitrag zählt und alle Gedanken berücksichtigt werden.

10.3 Ausarbeitung des Konzeptes

Anfangs wurde eine Einleitung durchgeführt und auf einer Flipchart (siehe Anlage VII) wurden die Ergebnisse der Interviews aufgeführt. Diese Ergebnisse wurden benutzt, um die Ideenfindung eines Konzeptes zu erleichtern und voranzubringen. Links wurden die Übereinstimmungen aufgeführt, welche im Gegensatz zu den Abweichungen/Ergänzungen einen deutlich größeren Anteil darstellten. So kam heraus, dass alle über die Ergebnisse positiv, als auch negativ überrascht waren. Besonders im Bereich der Kollegen/Organisation/Klienten gab es eine niedrigere Verwunderung, wobei im Gegenteil es eine hohe Einigung in dem Bereich der nötigen Wissensaneignung in Bezug auf Medien/Funktionen und Begriffe gab. Die Verbesserung im Bereich der Professionalität sahen eher wenige als notwendig an. Als optimierungsbedürftig wurden die Bereiche der Elternarbeit, die offene, aber dennoch konzeptionelle, feste Implementierung des medialen Bereichs und die grundsätzlich positive Haltung in Bezug eines kritischen Umgangs mit medialen Themen genannt. Ebenso positiv spiegelten die Ergebnisse die gleiche

Auffassung der Eigenschaften, Werte und Funktionalität des Raumes wieder. Dieser soll als Schutzraum, didaktische Möglichkeiten, soziales Lernen und eine Teilhabe sichern bzw. ermöglichen. Es wurden in der Wahrnehmung einige gemeinsame Beispiele für eine mediale Umsetzung bzw. Implementierung genannt. Das Maß an Sicherheit und Daten- und Jugendschutz war für alle Probanden ein essentielles Anliegen, um ein Konzept zu erstellen. Es wurde ebenfalls öfter der Präventionsansatz genannt, der dort ermöglicht werden sollte. Als Experte, den man intern hätte auf die Organisationsstruktur übertragen, wurde von allen Fabian genannt. Über die Möglichkeiten die er leisten, als auch bieten könnte, wurden ebenfalls Punkte erfasst und verschriftlicht. So kann Fabian in der Initiatorrolle in dem „Zockerbereich“ agieren, als auch in der Theorie und dem Leitfaden gerecht seine Expertenrolle wahrnehmen. Die Planung des Personals und der Kosten könnte er zudem im planerischen Prozess gut bestimmen. Die letzten Punkte der Übereinstimmung bildeten die gleiche Sichtweise der Lebenswelt der Zielgruppe und dass der Mehrwert eines medialen Konzeptes für alle Mitarbeiter klar ersichtlich ist.

Im Kontrast dazu standen die Abweichungen und Ergänzungen, die nun beschrieben werden. Kritisch gesehen wurde das Gefühl, dass die Klienten sich durch den präventiven Ansatz und des Personalschlüssels nicht belehrt, bevormundet oder eingeengt fühlen sollen. In dem Bereich des eigenen Wissensstandes gab es bis auf Fabian viele Bereiche, die nicht intern abgedeckt werden können aufgrund des mangelnden Wissensstandes in bestimmten medialen Bereichen. Doris kann hier wesentlich mehr leisten als die anderen Mitarbeiter, nimmt man Fabian außen vor. Die anderen Mitarbeiter können in einigen Teilbereichen mit ihrem Wissensstand auf die Zielgruppe wirken, welche aber nicht ausreichend seien. Von Fabian kam der Einwand, dass die Installation eines Medienraumes nicht zeitgemäß ist, da die Zielgruppe ihre Smartphones stets bei sich hat und auch überall verwendet. Lediglich ein Zockerraum sollte der Raum nicht sein, auch der Name ist kritisch zu hinterfragen. Dieser Punkt wurde in der Gruppendiskussion mit aufgenommen. In Bezug auf die Lebenswelt der Teenies wurde auch erwähnt, dass es durch die Teilnahme der Erwachsenen für die Zielgruppe schwieriger wird, sich von den Erwachsenen abzugrenzen.

In dem Prozess der Konzeptideenfindung wurden aufgrund dieser Informationen Punkte gesammelt, die diese Erkenntnisse, als auch Einschätzungen berücksichtigen. Ebenso war es auch die Aufgabe von David, Tobias und Fabian neben dem Moderieren Impulse zu setzen. Die Punkte für eine Konzeptidee waren insgesamt acht, die Oberbegriffe bzw. Fragestellungen beinhalteten. Auf diese wurden mit konkreten Ideen und Antworten eingegangen und somit konnte die Konzepterstellung durchgeführt werden. Die Punkte und Ideen lauteten wie folgt:

1.	Was sind die Kernpunkte für ein Konzept?	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgebildetes Personal • Rechtliche Grundlage • Visionen/Zielgruppe • Finanzierung • Konkurrenzangebote/Doppelstruktur vermeiden • Partizipation • Prävention • Medialer Umgang und Wissensvermittlung stehen im Fokus
2.	Gibt es dazu noch ergänzende Unterpunkte?	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenplan • Bestandsaufnahme • Ziele • Altersgruppe • Feste Öffnungszeiten • Lernen von Selbstschutz • Evtl. Schützen für die Nutzung
3.	Wie könnte die Durchführung praktisch umgesetzt werden?	<ul style="list-style-type: none"> • Externes Fachpersonal • Schulungen/Fortbildungen • Gewährleistung des Jugend-/Datenschutzes - Aufsicht • Medienschutz • Spezielle Öffnungszeiten • Konsum eingrenzen • Hoher Personalschlüssel • Wahrung des Schutzraumes • Regeln • Kostenplan
4.	Was könntest du leisten?	<ul style="list-style-type: none"> • Raumvergabe - Doris • Honorar/Fachkräfte /wenn möglich - Josef • Werbung - Alina & Tobias • Weiteres Personal finden - Josef & Fabian • Aufsicht (Alle) • Jugend-Datenschutz beachten - Doris • Hilfe beim Konzept/Überwachung - Lisa
5.	Was könnten die anderen leisten?	<ul style="list-style-type: none"> • Jugend-Datenschutz beachten • Regeln/Konsum einhalten • Aufsicht • Begleiter/Ansprechpartner • Bedürfnisse erkennen und Angebote gezielt anbieten • Schulungen, Wissen und Möglichkeiten den anderen Mitarbeitern mitteilen
6.	Welche Bereiche können intern abgedeckt werden?	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Punkt Fünf • Office Suite kann jeder verwenden • Adobe InDesign - Tobias

7.	Welche Schulungen/Fortbildungen/Kurse oder Literatur wird benötigt, um sich das Wissen anzueignen?	<ul style="list-style-type: none"> • Fortbildung <ul style="list-style-type: none"> ○ Medienkompetenz ○ Umgang mit sozialen Netzwerken ○ Jugend-Datenschutz ○ Hard-Software <ul style="list-style-type: none"> ▪ Soll alles abgedeckt werden? ▪ Fachperson (genaue Aufgabenbeschreibung/Anforderungen) ▪ Kreativer Umgang mit Fotos kann durch Alina, Tobias und Fabian (auch Videos) angeboten werden ▪ Hard- und Software sollte jeder bedienen können
8.	Ist eine den Regeln & Normen der Gesellschaft entsprechende Nutzung überhaupt möglich?	<ul style="list-style-type: none"> • Schutz/Filtermaßnahmen für das Jugendschutzgesetz muss gesichert sein • Dialog mit der Zielgruppe • Schutzraum einhalten mit pädagogischen Wirken/Spiegeln des Verhaltens/Alternativen aufzeigen • Regeln/Normen definieren wir/Jugendschutz gibt es schon - ob dies der Gesellschaft gefallen wird, wird sich zeigen • Prävention und Schutz vor Gewalt und Pornographie steht im Vordergrund/Fokus

Tabelle 16 - Die Punkte der Konzeptidee

Die folgenden Punkte wurden von den Studierenden aufgegriffen: Begriff Medienkompetenz hinterfragen, Transfer zum Fachmann/Experten, Konsum und Visionen. Diese Punkte wurden aufgenommen und besprochen. Zu dem Punkt Medienkompetenz wurde diskutiert, ob diesem Begriff nicht Fachpersonen gerecht werden müssten. Der Umfang der Medienkompetenz könnte intern nicht geleistet werden, da dies eine zusätzliche Qualifikation erfordert. Vielmehr ist hier von medialen Wissen und Umgang auszugehen, da dort Wissensaneignungen erfolgen können, die noch in dem möglichen Rahmen der Fortbildungsmöglichkeiten liegen würden und keine Auswirkungen auf die übliche Einrichtungsstruktur ausüben. Die Eigenschaft bzw. Bereiche eines sogenannten Mediencoaches wurden von David dargestellt und die Abgrenzung der internen Leistungen wurde daraufhin von den Probanden diskutiert und die Anforderungen an das Fachpersonal wurden dementsprechend verschriftlicht. Der Konsum war ebenfalls ein Impuls, der sich auf eine temporäre Nutzung als Einigung belief. Die Nutzung der Medien sollte nicht mehr als dreißig Minuten sein und eine Pause von mindestens 15 Minuten mit sich bringen. Bei Projekten ist es von der Idee her an den Mitarbeiter gelegen, eine genaue Beobachtung der Teilnehmer anzuwenden und die Pausen mit Beachtung des Prozesses, als auch der Gesundheit anzulegen. Hierbei sind der Umstand und die Wahrung der eigenen Absicherung erwähnt worden, der sich auf die Gesetzeslage bezieht. Diese müsste der Mitarbeiter genau in Erfahrung bringen, bevor man die Idee im Projektbereich realisiert. Die Vision ist mit der Zielsetzung gleichzusetzen und findet in der Diskussion aufgrund des Impulses eine rege Diskussion. Die Vision ist eine pädagogisch adäquate Teilhabe und ein ebenso nachhaltiges Wirken in einem Schutzraum unter Einbehaltung der internen

Regeln und Achtung der Gesetzeslage, als auch ein gesundes Verhalten zu bieten und sicherzustellen. Der Begriff der Prävention wurde aus dem Interview mit Josef aufgenommen und als Impuls kam seitens der Forschungsgruppe die Frage, wie man Suchtkomponenten erkennt und wie man die Prävention gewährleisten kann. Ebenso kam die Frage an die Probanden auf, wie man mit der Variabilität des Konzeptes umgeht. Hier waren alle Mitarbeiter einer Meinung und zwar der, dass das Konzept sich flexibel an die Lebenswelt, die Erfahrungen und die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen sollte. Ein Denkanstoß der Studierenden war dazu Gesprächsrunden mit Feedback/Updates zum aktuellen Stand im Zyklus anzudenken und anzuwenden. Um der Lebenswelt der Zielgruppe gerecht zu werden und den aktuellen Stand sowie die Anforderungen einzusehen, wurde in Ergänzung dazu die Ansetzung eines Dialoges mit allen Beteiligten als Vorschlag gegeben. In dem Dialog wurde von dem OT-Heim Team festgehalten, dass es dazu einen Infoabend, einen Medientag und eine Fortbildung geben sollte. Zu einem gewissen Teil können die Pädagogen und Praktikanten außerdem neben dem Mediencoach den Multiplikatoreneffekt nutzen. Dies ging aus einem weiteren Impuls durch die Studierenden hervor, wobei dieser aufgrund der einheitlichen Meinung bezüglich der Rollenfunktion entstand. Alle Probanden verstehen sich im medialen Umgang als Begleiter und Ansprechpartner. Dazu kommt, dass sie sich bewusst sind, was sie selbst leisten können und welche Bereiche von einem Mediencoach abgedeckt werden können. Die Aufgaben eines Mediencoaches wurden dem Team von David und Tobias vorgestellt. Die Aufgaben lauten wie folgt:

- Antrieb für Medientrends und Entwicklungen im Bereich der Medien
- Vermittlung der Erkenntnisse an Pädagogen bzw. Teamkollegen
- Koordination und Vermittlung von Aufgaben, Erkenntnissen und Bedürfnisse
- Weiterleitung an externe Angebotsmöglichkeiten zur Fortbildung/Förderungen der Lernfelder
- Unterstützende Beratung - Impulse setzen und Medienfragen klären
- Ansprechperson für Eltern und Besucher
- Fortbildungsinteresse auch bei sich selbst zu haben
- Nutzung der Internetplattform für andere Mediencoaches

Der Mehrwert des Einsatzes eines Mediencoaches wäre ein Multiplikatoreneffekt, der durch den Impuls auch anerkannt und für positiv befunden wurde. Der Punkt der Schulungen war bereits im YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz zu finden und wurde in den Interviews ebenfalls aufgefasst. In diesem Punkt waren alle Mitarbeiter wieder einer Meinung.

11. Schlussfolgerungen der Forschung

Dieser Bereich der Forschung zeigt die Erkenntnisse und Ergebnisse auf, die durch diese entstanden sind.

11.1 Beantwortung der Teilfragen nach Bedarf, Schwierigkeiten, Instrumenten und Vorgehensweisen der Eignungsfeststellung

In diesem Punkt werden alle Teilfragen der Reihe nach mit Einbeziehung der Aspekte, Bedarf, Schwierigkeiten, Instrumenten und Vorgehensweisen der Eignungsfeststellung beantwortet.

- *Welche Bedeutung schreiben die Mitarbeiter der Einrichtung Medienkenntnis für die Arbeit im OKJA Bereich zu?*

Die Mitarbeiter sehen die Bedeutung in Bezug auf die Zielgruppe und ihrer Lebenswelt als sehr hoch an. Den digitalen Wandel und bestimmte mediale Trends, als auch Anforderungen zu akzeptieren und in die eigene Fachlichkeit einfließen zu lassen, ist für alle Mitarbeiter ein absolut erkenntlicher Umstand, dem sie sich fügen müssen. Der Bedarf für einen medialen Umgang ist für alle Mitarbeiter seitens der Zielgruppe klar erkennbar. Die Schwierigkeit liegt darin, diesen medialen Umgang in Form der Leistbarkeit der eigenen Fachlichkeit umzusetzen, da nicht jeder Mitarbeiter über einen ausreichenden Wissensstand in dem Bereich verfügt. Das Instrument war hierfür das Interview, aus dem die einheitliche Antwort sich herausstellte.

- *Sind die fachlich ausgebildeten Mitarbeiter imstande dieses zu leisten bzw. besitzen sie die nötigen Kenntnisse dafür?*

Anhand der Interviews konnte festgestellt werden, dass nicht alle Mitarbeiter über den genügenden Wissensstand verfügen. Hier wurde klar ein Bedarf an Wissensaneignung festgestellt. Anschließend konnte durch die Gruppendiskussion, mithilfe der Beschreibung des Profils eines Mediencoaches, abgegrenzt werden, welche Verantwortungs- und Aufgabebereiche die Mitarbeiter im medialen Bereich übernehmen könnten. Die Schwierigkeit liegt hierin, den Wissensstand aller Personen im gleichen Maß anzupassen.

- *In welchem Umfang können die Mitarbeiter gegebenenfalls geschult werden, um dieses Konzept umsetzen zu können?*

Der Bedarf der Wissensaneignung ist durch die Interviews und die Gruppendiskussion klar zu erkennen und stellt die Anforderungen an Schulungen bzw. Wissenserweiterungen dar. Die möglichen Varianten wären hier, aktiv nach Schulungen zu suchen und diese wahrzunehmen. Ebenso ist es möglich, vorhandene und ergänzende Literatur heranzuziehen. Als Idealfall ist jedoch der Multiplikatoreneffekt mithilfe des Mediencoaches zu nutzen. Die Schwierigkeit besteht zudem darin, die Schulungen zeitlich und in Hinsicht des strukturellen Rahmens wahrzunehmen. Außerdem ist es nicht ersichtlich, ob es finanziell leistbar ist, einen Mediencoach oder eine externe Fachkraft als Multiplikator heranzuziehen. Die Erhebung dieser Erkenntnis geschah durch die Gruppendiskussion und durch die Interviews, in denen sich bereits die kritische Haltung gegenüber der finanziellen Ermöglichung bemerkbar machten.

- *Inwieweit wird Hilfe von Außenstehenden benötigt?*

Innerhalb der Gruppendiskussion und bereits durch die Interviews zeichnete sich der Bedarf seitens des Personals ab, dass die Umsetzung von Medienkompetenz nicht intern leistbar sei. So wurde ersichtlich, dass die Heranziehung eines Mediencoaches als Idealfall zu betrachten ist und dass eine externe, fachliche Kraft ansonsten essentiell für die Realisierung der Konzeptidee ist. Die Schwierigkeit liegt hier ebenfalls in der Finanzierung dieser Annahme bzw. Anforderung.

- *Auf welche Gefahren sind hinzuweisen?*

Die Schwierigkeit liegt hierbei in der Anforderung, dass das Personal den gleichen Wissensstand aufweisen muss. Ebenso muss eine Sicherung und Wahrung den Daten- und Jugendschutz vorgenommen werden. Diese beiden Aspekte gilt es einzuhalten und dies war als klare Anforderung innerhalb der Gruppendiskussion zu erkennen. Der Bedarf, präventiv zu arbeiten, ist hier klar zu sehen und auch als Anspruch zu verstehen. Besonders im Jugendschutz sieht das Personal die Bemühung, die Zielgruppe vor rechtswidrigen Inhalten zu schützen. Als weiteres Thema wäre Suchtverhalten, Cybermobbing und eine gewisse Ressourcenaktivierung der Informationsumwandlung zu benennen.

- *In wie weit können die vier Dimensionen der Medienkompetenz nach Baacke in die Ausarbeitung des Konzeptes eingebunden werden?*

Die vier Dimensionen nach Baacke können nur unter Berücksichtigung eines Mediencoaches erfüllt werden. Das ansonsten heranzuziehende externe Fachpersonal gilt es zunächst zu finden. Ebenso liegt eine weitere Schwierigkeit darin, dieses zu bezahlen und exakt zu schauen, welchen Mehrwert es hat bzw. was es abdecken kann. Der Bedarf an einem medialen Umgang erfährt anhand aller angewandten Methoden (Quiz, Interview und Diskussion) einen hohen Zuspruch, als auch einen hohen Qualitätsstandard, den das Team erzielen will. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass das Personal diese Thematik als sehr wichtig für die Zielgruppe einstuft und die Lebenswelt als Chance sieht, präventiv und begleitend mit dieser zu arbeiten. Letztendlich kann das OT-Heim Team die zwei Dimensionen Medienkritik und Medienkunde in einem gewissen Anteil leisten, benötigt jedoch Ergänzung in Form von Schulungen und Personal.

- *Welche Punkte sollte das Konzept beinhalten beziehungsweise erfassen?*

Die Vision und die Rahmenbedingungen des Konzeptes, als auch deren Anforderungen stellen den Anspruch an Qualität dar, den die Mitarbeiter der gesamten Konzeptidee zusprechen. Diese Ansprüche wurden durch die Gruppendiskussion entwickelt und als Stichpunkte in die Projektskizze übernommen. Die Schwierigkeit liegt in der Realisierung sowie der eigentlichen Ermöglichung bestimmter Punkte wie die Einstellung eines Mediencoaches, der Technik und der Schulungen. Alles ist letztendlich an den Finanzierungsplan gekoppelt, der Entscheidungen und Möglichkeiten vorgibt. Die Punkte stellen sich wie folgt dar:

Inhaltliche Aspekte

- Inhalte altersgemäß vermitteln und dabei ein bewusstes Augenmerk auf die wertvollen Möglichkeiten, aber auch auf die immensen Risiken legen
- Suchtkomponenten erkennen
- Prävention gewährleisten
- Medienberatung auf pädagogischer Beratungsgrundlage

Systematik des Konzepts

- Der aktuelle Stand der Skizze ist immer als eine Momentaufnahme zu betrachten
- Das Konzept muss „just in time“ und flexibel umgestaltet werden können
- Multiplikatoreneffekt - Lehrer, Pädagogen, Eltern und Praktikanten als Coaches
- Einsatz eines Hausinternen Mediencoach
- Schulung der anderen Mitarbeiter
- Gesprächsrunden mit Feedback/Updates zum aktuellen Stand im Zyklus
- Dialog aller Beteiligten (Infoabend, Medientag oder Fortbildung)

Aufgaben eines Mediencoaches

- Wachsamkeit für das Thema
- Intrinsischer Antrieb für Medientrends und Entwicklungen im Bereich der Medien
- Vermittlung der Erkenntnisse an Pädagogen bzw. Teamkollegen
- Koordination und Vermittlung von Aufgaben, Erkenntnissen und Bedürfnisse
- Weiterleitung an externe Angebotsmöglichkeiten zur Fortbildung/Förderungen der Lernfelder
- Unterstützende Beratung - Impulse setzen und Medienfragen klären
- Ansprechperson für Eltern und Besucher
- Fortbildungsinteresse auch bei sich selbst zu haben
- Nutzung der Internetplattform für andere Mediencoaches

11.2 Beantwortung der Forschungsfrage

Die Forschungsfrage kann durch das ausgearbeitete Konzept beantwortet werden und erst die Realisierung, als auch Legitimierung und Reflexion des Konzeptes liefern Erkenntnis über den Erfolg. Ebenso kann erst dann geschaut werden, ob dieser Erfolg ausreichend ist, um das Konzept als mögliche Adaption für andere Einrichtungen der OKJA zu betrachten. Die Forschungsfrage wurde in der Hinsicht beantwortet, dass ein mögliches Konzept inhaltlich realisierbar ist und liefert Auskunft, wie dieses sich speziell darstellen würde. Ein positiver Faktor ist, dass die Konzeptidee einheitlich erstellt wurde und dass bestimmte, essentielle Faktoren, wie eine offene Grundhaltung und die Ressourcen zur Selbst- und Fremdwahrnehmung seitens der Mitarbeiter, bereits im Forschungsplanteil klar ersichtlich waren.

Die Konzeptidee lässt sich so herunterbrechen: Um einen Medienraum und eine pädagogische, visionsgeleitete als auch konzeptionelle Medienarbeit in die OKJA einzubinden bedarf, es der Erfüllung der strukturellen, der finanziellen

Rahmenbedingungen und der Ermöglichung des Einsatzes einer externen Fachbesetzung, welche im Idealfall ein Mediencoach ist. Ferner ist zu beachten, dass das externe Fachpersonal und das hauptamtlichen Team sich unbedingt als eine Einheit verstehen sollten und den kollegialen bzw. fachlichen Dialog stets weiterführen müssen, um das Konzept gemeinsam flexibel, zielgruppenorientiert und bedarfsgerecht anzupassen und zu evaluieren.

Um die Forschungsfrage detaillierter zu berücksichtigen, wird die mögliche Konzeptidee vorgestellt, die durch die Gruppendiskussion entwickelt und in Form von Stichpunkten zusammengetragen wurde. Diese Stichpunkte werden mit Hintergrundinformationen und Erläuterungen ergänzt und zudem beschrieben. Die Stichpunkte, sprich die Ausarbeitung der Konzeptidee bzw. die Bilder der Flipchart, befindet sich im Anhang als Anlage VII bzw. Anlage VI, wobei sich die erwähnten Inhalte auf diese beziehen. Die aufgeführten Inhalte auf der Flipchart spiegeln eine einheitliche Übereinstimmung des Teams des OT-Heims wieder, was bedeutet, dass alle Mitglieder die aufgeführten Punkte als wichtig empfanden und diese für die konkretere Ausarbeitung aufnehmen wollten. Dies bedeutet letztendlich, dass es teilweise kritisch diskutierte Punkte waren, als auch Punkte, die von allen Mitarbeitern für sinnvoll bzw. wichtig erachtet wurden und somit alle in die Konzeptidee aufgenommen wurden.

Die grundlegenden Werte sind im ersten Punkt „*Was sind die Kernpunkte für ein Konzept?*“ aufgeführt. So ist es in diesem Punkt als wichtig erachtet worden, ausgebildetes Personal zu besitzen. Diese Aussage bezieht sich auf das OT-Heim in Bezug auf die Medienkunde und deren Aneignung als Wissensstand, als auch auf die Verfügbarkeit eines Mediencoaches im inhaltlichen Arbeitsbereich der OKJA. Die Aufgabenbeschreibung eines Mediencoaches ging auf den Impuls der Forschungsgruppe zurück sowie das kritische Hinterfragen des Medienkompetenzbegriffs. Die Aufgaben des Mediencoaches sind innerhalb dieser Arbeit in dem Abschnitt 7.7 zu finden und gegebenenfalls nachzulesen. Hierbei wurde klar, dass das OT-Heim die vier Dimensionen nach Baacke nicht erfüllen kann. Dieter Baacke gliederte den Begriff in vier Dimensionen: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung (Baacke, 1997, S. 98 f.) Ein Mediencoach kann diese hingegen schon abdecken, wobei das OT-Heim in einem gewissen Anteil die Dimension der Medienkunde, wie auch Medienkritik erfüllen kann. Dieser Aspekt wird in Punkt sechs, „*Welche Bereiche können intern abgedeckt werden?*“ behandelt. Die rechtlichen Grundlagen zum Schutz der Einrichtung als Zugangsgeber zum Internetangebot sollten unbedingt abgedeckt werden sowie der Bereich Daten- und Jugendschutz. Ebenso wäre es hier wichtig für den präventiven Ansatz, weitere Informationen zum Thema Streaming Dienste, Soziale Netzwerke, Urheberrechte und Gefahren z.B. Cybermobbing zu erhalten, um diese Themen basierend auf der rechtlichen Grundlage der Zielgruppe begrifflich zu machen und um diese zu sensibilisieren. Dieser Anspruch ging auch bereits aus den Interviews hervor und wurde somit zu 100% Übereinstimmung aufgenommen. Die rechtlichen Grundlagen liegen zudem in dem

Kompetenzprofil des Mediencoachs, der die Grundlagen an die Probanden bzw. Teammitglieder des OT-Heims weitergeben kann und spezifische Wissensvermittlung zu bestimmten Themen in seine eigene Arbeit miteinbringen kann. Eine Vision zu haben wurde für essentiell betrachtet und diese an die Zielgruppe zu orientieren ebenfalls. Die Probanden empfanden als Vision den Mediencoach, welcher den Schlüssel zum Zugang der Zielgruppe darstellte, um ihnen einen Schutzraum mit Lern- und Selbsterfahrungsmöglichkeiten bieten zu können. Hier wurde der Begriff der Prävention nochmal besonders als Anspruch definiert sowie die Medienkompetenz, wobei letzteres kritisch hinterfragt wurde und für die Mitarbeiter des OT-Heims Medienkenntnis bedeutet. Diese gilt es sich anzueignen und zu vermitteln, als auch die kritische Haltung selber durch fachliches Hintergrundwissen zu stärken und diese bei der Zielgruppe anzuregen. Der Einsatz des Mediencoaches und die benötigte Technik brachte das Team des OT-Heims zu dem weiteren Kernpunkt, dem Finanzaspekt. Der finanzielle Rahmen muss mit der Haushaltsplanung einhergehen und kann durch weitere Anträge bzw. Finanzierungshilfen eventuell ergänzt werden. Hier waren sich alle Mitglieder einig, dass dies für eine Umsetzung erforderlich ist und eine Finanzierungshilfe mit hoher Wahrscheinlichkeit unabdinglich ist. Um die Zielgruppe zu erreichen und um Kosten, als auch den Zeitaufwand zu minimieren, sollte man auf eine mögliche Doppelstruktur achten. Damit sind Konkurrenzangebote gemeint und es sollte in der Planung genau geprüft werden, was der Bedarf ist und ob es hinsichtlich dessen bereits Angebote intern und extern vorhanden sind. Ebenso darf es auch intern nicht dazu führen, dass der Personalschlüssel und die Leistung für den normalen OKJA Betrieb extrem minimiert wird, da dieser Bereich sonst nicht leistbar sei. In Bezug auf den Bedarf und die Planung der Anschaffungen ist es dem Team wichtig, die Besucher partizipativ in den Prozess mit einzubinden.

Im zweiten Punkt wurden ergänzende Unterpunkte genannt. Hierzu ist die Erstellung eines Kostenplans zu nennen und die nötige Bestandsaufnahme bezüglich der Anschaffungsplanung. Die Vision und der Bedarf sollten zudem in Ziele festgehalten werden, die reflektiert werden und angepasst werden sollen für die weitere inhaltliche Arbeit in dem Bereich. Die exakte Altersgruppe muss festgelegt werden, wobei die grundlegende Übereinstimmung bei 12 - 16 Jahren liegt. Die Festlegung der Altersspanne beeinflusst auch die Angebots- oder Öffnungszeiten, welche eher fest definiert sein sollen und gegebenenfalls angepasst werden können.

Das Lernen vom Selbstschutz steht in dem präventiven Inhalt eindeutig im Fokus. Hier sollen Kinder und Jugendliche lernen, sich im Netz durch Privatsphäreneinstellungen, Filtereinstellungen zum browsen und durch genauere Signaleinschätzungen vor Gewalt, Missbrauch, Pornographie oder Missbrauch und ähnliche negative Aspekte zu schützen. Als kritischer Punkt wurde eine eventuelle Gebühr für die Nutzung der Geräte aufgenommen, wobei es hier keine klare Mehrheit gab für eine positive oder negative Haltung diesbezüglich.

„Wie könnte die Durchführung praktisch umgesetzt werden?“ war der dritte Punkt

innerhalb der Konzeptideenfindung. Als erstes wurde in Hinblick auf den Mehrwert des Mediencoaches externes Fachpersonal genannt, welches in der inhaltlichen Arbeit involviert sein soll. Dies geschieht, um den vier Dimensionen nach Baake gerecht zu werden und orientiert sich an die Beschreibung des Mediencoaches (siehe Punkt 7.7, S. 67). Um als hauptamtlicher Mitarbeiter des OT-Heims sich selber in dem Bereich fortzubilden, sind Schulungen und Fortbildungen ein einheitliches Anliegen, welchem Folge zu leisten ist und welches zudem bei allem Mitarbeitern einer Offenheit und gewisse Grundmotivation erfordert. Die Gewährleistung des rechtlichen Rahmens, z.B. die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes, könnte zudem so auch unabhängig von der Verfügbarkeit des Mediencoaches realisiert werden. Der Medienschutz als Punkt bezieht sich auf die Verfügbarkeit der Hardware, die nur durch Personal verfügbar gemacht werden und durch Pfandlisten umgesetzt werden soll. Hier tragen sich die Jugendlichen mit ihrem Namen und ihrer Anfangszeit ein und geben ein Pfand ab. Hierbei ist es dann nun an den Mitarbeitern gelegen, den Konsum zu überwachen und den Hausregeln, als auch den gesundheitlichen Auflagen Folge zu leisten.

In Bezug auf die festen Öffnungszeiten wurde in diesem Punkt festgelegt, dass es spezielle Öffnungszeiten geben soll. Dies hat den Vorteil, dass interne Prozesse weiterhin bestehen bleiben und keine Minimierung des Personalschlüssels stattfindet. Außerdem kann somit die Vision des Schutzraumes und Erfahrungs-Lernraum weiterhin verfolgt werden. Laut dem Team ist ein weiterer positiver Aspekt, dass so ein hoher Personalschlüssel während der Öffnungszeiten möglich wäre und auch dem Anspruch entsprechen würde bzw. sogar notwendig wäre. Durch den hohen Personalschlüssel kann zudem eine dezidiere Betreuung stattfinden und die Rahmenbedingungen können besser eingehalten werden, da so eine aufgeschlüsselte Aufgabenvergabe und Verantwortungsverteilung möglich ist. Als kritisches Argument wurde der Kostenplan genannt, der dem hohen Personalschlüssel entsprechen muss und auch sonst die inhaltliche Arbeit innerhalb des Konzeptes legitimieren muss.

Der vierte Punkt behandelte die Vorschläge in Bezug auf die *eigenen Leistungserbringungsmöglichkeiten*. Doris schlug vor, dass sie die Raumvergabe und Bereitstellung der Räume übernimmt. Hier zählen auch für sie der Medienschutz, die Wartung und die Sicherstellung der Leistungsverfügbarkeit der Hardware dazu. Josef könnte den Finanzplan aufstellen und das Honorar für die Fachkraft oder Fachkräfte berechnen. Hier lag die Betonung, trotz Akzeptanz aller Mitglieder in Bezug auf den Mehrwert des Mediencoaches, dass die Entscheidung sich strikt dem Haushaltsplan unterordnen muss und eine Bezuschussung erforderlich ist. Für die Werbung fanden sich Alina und Tobias zusammen, was für sie bedeutet, die Zielgruppe und mögliche Multiplikatoren wie Eltern, Vereine und Co. über die verfügbaren Kommunikationskanäle zu informieren. Hier geht es vor allem um die Vorstellung des Raumes, der Möglichkeiten und der Vision. Fabian wurde aufgrund der aktuellen Beschäftigung im OT-Heim zu Josefs weiteren Bereich, der Personalfindung, hinzugezogen. Der Bereich der Aufsichtspflicht

und deren Rolle sowie die Erfüllung der an sie gestellten Anforderungen, sollen von allen Mitarbeiter leistbar sein. Zu diesem Punkt wurde ergänzt, dass das externe Fachpersonal mit der Konzeption der Einrichtung einverstanden sein muss und diese auch in die Arbeit bzw. in seine praktische Fachlichkeit implementieren sollte. Jugendschutz beachten ist als gesonderter Punkt aufgeführt, den Doris sich annehmen wird. Doris wird für die Filtereinstellungen sorgen und die aktuelle Rechtslage im Blick behalten, um das Klientel und die Einrichtung vor Rechtswidrigkeiten zu schützen. Letztendlich nimmt sich Lisa der Konzeptgestaltung an, die sie auch in der Durchführung qualitativ auswerten und auch prozess- und ergebnisorientiert überwachen würde.

In dem fünften wurde die Frage gespiegelt und lautete wie folgt: „*Was könnten die anderen leisten?*“ Jugendschutz beachten während der inhaltlichen Arbeit mit der Zielgruppe sollte jeder leisten können und einhalten. Die Überwachung der Regeleinhaltung und des Konsums ist ebenfalls von jedem Mitarbeiter zu kontrollieren. Die Aufsichtsfunktion der Mitarbeiter des OT-Heims ist, gemessen an der Abgrenzung zum Mediencoach, laut Definition des Teams: Die Mitarbeiter können Begleiter und Ansprechpartner sein. Ebenso muss der externe Mitarbeiter die Leistung ergänzen durch seine Fachlichkeit, aber ebenfalls sich an die Konzeption der Einrichtung orientieren und als vollwertiges Mitglied betrachtet werden seitens der hauptamtlichen Mitarbeiter, als auch dementsprechend agieren können. Dies bedeutet zum Beispiel, dass auch er innerhalb der Arbeit mit der Zielgruppe durchaus befugt, ist Sanktionen und Regulierungen vorzunehmen. Im Umkehrschluss bedeutet dies auch, dass seine Meinung bzw. Reflexion innerhalb der Teamrunde Gehör finden muss und dass hier seine Fachlichkeit auch die Ziele mitgestalten kann, soll und muss. Hinzu kommt, dass innerhalb der Teamrunde und durch die Überwachung des Konzeptes durch Lisa neue Bedürfnisse, Angebote und Veränderungsmaßnahmen zu besprechen sind. Der Mediencoach wäre in Abgrenzung zum Schulungsangebot und zum Stundenkontingent verpflichtet, die Mitarbeiter des OT-Heims über Schulungen, Gesetzesänderungen und weiteren Faktorenänderungen, die die Rahmenbedingungen des Konzeptes betreffen, zu informieren.

„*Welche Bereiche können intern abgedeckt werden?*“ bildete den sechsten Punkt. Hier wurde auf die vorherigen Vorschläge von Punkt fünf verwiesen und wurde dennoch letztendlich durch einige Punkte ergänzt. So wurde festgestellt, dass jeder Mitarbeiter die Microsoft Office Suite in den Grundlagen bedienen kann. Adobe In-Design kann von Tobias, Doris und Josef bedient werden und ist für die Werbung bzw. Einhaltung des Corporate Designs der Einrichtung essentiell. Die Raumvergabe kann grundsätzlich jeder übernehmen. Die Kostenplanung bzw. die Finanzplanung wird intern durch Josef abgedeckt, das Konzept wird Lisa als weiteren Aufgabenbereich in ihrem Arbeitsplan ergänzen und die Einhaltung der Visionen, Rahmenbedingungen und Zielvorgaben ist auch an sie gekoppelt. Hier ist jedoch deutlich von allen Mitarbeitern zu erwähnen, dass jeder an sich den Anspruch hat, seine Beobachtungen und Einschätzungen in die Reflexion miteinfließen zu lassen.

Im siebten und vorletzten Punkt geht es darum, herauszufinden, *welche Schulungen, Fortbildungen, Kurse oder Literatur benötigt werden, um sich das benötigte Wissen anzueignen*. Die Frage bezieht auch auf den Fall, dass kein externes Fachpersonal herangezogen werden kann. So kam als Idee unter anderem heraus, dass gezielt nach Medienkompetenz als Schulungsform gesucht werden sollte und dass dort das Augenmerk auf den Umgang mit sozialen Netzwerken, Datenschutz und Hard/Software aufgrund von finanziellen Ressourcen liegen soll. Für den Bereich Hard/Software wird bereits eine Honorarkraft eingesetzt, die sich bei Problemen, Wartungen der bestehenden Technik kümmert oder für Neuanschaffungen um die Realisierung bzw. Durchführung zuständig ist. Hier ist laut dem Team zu hinterfragen, was genau im Hinblick auf die Vision, der Anspruch und die Zielvorgabe ist, was mit der vorhandenen, internen Leistung bzw. dem hauptamtlichen Personal abgedeckt werden kann. Wenn die Finanzplanung einen Medienecoach nicht berücksichtigen kann, so ist es wichtig, die mögliche externe Stelle mit den möglichen Anforderungen zu versehen und daraus eine feste Anforderung an diese zu adressieren. Als Multiplikatoren im kreativen Umgang mit Fotos können Alina und Tobias eingesetzt werden und in Bezug des kreativen Umgangs im Videobereich und in Rahmen sozialer Netzwerke kann Fabian sein Wissen weitergeben. Die Hard/Software sollte von jedem bedient werden können. Bei Fragen ist die Honorarkraft heranziehbar, als auch die Hilfe untereinander möglich.

Abschließend beschäftigt sich der letzte Punkt mit der Frage: *„Ist eine, den Regeln & Normen der Gesellschaft entsprechende Nutzung des Raumes überhaupt möglich?“* Hier wurde als erstes die Sicherung des Jugendschutzes genannt, da die Einrichtung in der Pflicht ist, diese einzuhalten und die Zielgruppe vor nicht altersentsprechenden oder rechtmäßigen Inhalte zu schützen. Ebenso sollte der Datenschutz eingehalten werden und gegebenenfalls Rückmeldungen zu oder Einverständniserklärungen von den Eltern stattfinden. Allgemein ist der Dialog mit der Zielgruppe zu führen, um den Bedarf festzustellen und die Vision einzuhalten. Hier ist es neben dem Schutzraum und Erfahrungslernort ein einheitliches Anliegen, pädagogisches Wirken in Form von Verhaltenspiegelungen und Alternativaufzeigung vorzunehmen. Die Regeln und Normen werden von der Einrichtung bzw. von dem Team (inklusive externes Fachpersonal) definiert, die Rechtslage existiert bereits und die Verbindung dieser beiden Planungspunkte mit der Vision, als auch der Ziele muss von der Gesellschaft zunächst beobachtet, erfahren und dann zurückgemeldet werden. Eher kann laut dem Team keine Einschätzung in Bezug auf die gesellschaftliche Akzeptanz vorgenommen werden. Der Präventionscharakter steht in der gesamten Betrachtung des Konzeptes im Fokus und spiegelt den Anspruch an die gesamte Vision und letztendlich Konzeptgestaltung wieder.

11.3 Stärken und Schwächen der Studie

Die Stärken der Studie liegen in dem verwendeten Methodenmix, der das Team des OT-Heims auf die Thematik ausreichend vorbereiten konnte. So konnte das Team einen Einblick in die verschiedenen Felder bzw. Bereiche erhalten, diese kritisch hinterfragen

und eine Selbst- und Fremdeinschätzung vornehmen. Dies bedeutet im Umkehrschluss für die Forschung, dass die Probanden ihre Offenheit und ihren aktuellen Stand, als auch den weiteren Prozess für die Beantwortung der Forschungsfrage selber darlegten. Die Forschungsgruppe konnte durch den angewendeten Methodenmix bzw. der Verwendung des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz, die Interviews und die Gruppendiskussion der Probanden zur Forschungsfragenbeantwortung führen. Dies bedeutet, dass die Probanden in ihrer Professionalität, trotz der allgemein eher neueren Thematik, wahrgenommen wurden und ressourcenorientiert- als auch aktivierend an die Planung des Konzeptes herangeführt wurden und allgemein die Moderation der Forschungsgruppe im Prozess positiv, als auch stärkend und führend auf die Mitarbeiter eingewirkt hat. Eine Schwäche der Studie ist die Tatsache, dass sie eine Einzelfallstudie und induktiv ist. Sie geht demnach vom Einzelfall in die allgemeine Theoriebildung über. Die konzeptionelle Ausarbeitung der Forschungsfrage als Beantwortung könnte durchaus für andere Einrichtungen in Frage kommen. Hier ist der Konjunktiv zu beachten und als Schwäkekriterium zu betrachten, da aufgrund der Diversität der Einrichtungen im OKJA Bereich, in Bezug auf die Trägerschaft und deren Rahmenbedingungen, keine allgemeingültige Adaption der Konzeptidee gegeben werden kann.

11.4 Empfehlungen für mögliche, weitere Forschungen

Der erarbeitete Teil ist nur ein kleines Puzzleteil in einem großen Gesamtkonstrukt. Diese Konzeptidee ist speziell auf die Einrichtung des OT-Heims Steinfurt ausgerichtet. Wenn man die ausgearbeitete Konzeptidee beispielsweise auf eine andere Einrichtung anwenden möchte, ist es unumgänglich, das Konzept an die vorhandenen Gegebenheiten, Strukturen und Situationen anzupassen. In anderen Einrichtungen gibt es beispielsweise unterschiedliche Voraussetzungen, was die vorhandene Hardware und Software angeht. Auch die vorhandenen Kenntnisse der Mitarbeiter müssen wieder beachtet und genau erfasst werden, um abschätzen zu können, welche Hilfe man sich in welcher Form von außen holen muss und inwieweit man sich selbst innerhalb der Einrichtung beweisen kann. Eine Empfehlung für den Verfahrensprozess wäre, bezogen auf den Interviewteil, ein schriftliches Interview durchzuführen, anstelle zu transkribieren. Im Dialog kann manche Aussage eine Hemmschwelle darstellen und das Ergebnis gegebenenfalls beeinflussen. Zudem entfällt dadurch eine nötige Transkription und somit auch ein gewisser Zeitanteil. Ebenso ist es ratsam, das Ziel bzw. den Mehrwert für die Profession im Untersuchungsdesign zu berücksichtigen, um eine exaktere Auslegung dessen vornehmen zu können.

12. Reflexion

Die Erstellung des Forschungsplans stellte sich als gut organisierter Punkt dar, welcher fristgerecht erstellt wurde. Die Zusammenarbeit und Absprachen waren hier optimaler, als im Verlauf danach bzw. während des Zeitraumes April 2016 bis Oktober 2016. Fabian nahm ab August bis zum Ende Dezember 2016 eine Stelle in der Flüchtlingshilfe an, die 40

Wochenstunden umfasste und er diese Anzahl in Bezug auf den Abstudierprozess klar überschätzte und die Arbeitsstelle unter anderem an viele Termine im Abendbereich gekoppelt war. Tobias wurde im Juni 2015 das erste Mal Vater und bekam im Dezember 2016 weiteren Zuwachs. Zudem war Tobias bis im Juni 2016 in drei verschiedenen Arbeitsbereichen tätig, der ambulanten Betreuung, in der OGS und der Schulsozialarbeit. Seitdem arbeitet Tobias aufgrund der Inklusion nur noch in der ambulanten Betreuung. Seit März 2017 ist Tobias als Vollzeitkraft eingestellt. David arbeitete mit 35 Stunden auch fast in Vollzeit und hatte seine ehrenamts- sowie vereinsbezogenen Aufgaben. Hier wäre ein deutlicher Fokus auf die Bearbeitung der Bachelorarbeit von allen Beteiligten ratsam gewesen und auch eine transparente Kommunikation, Zielvorgabe und ein gut strukturierter Organisationsplan. Allgemein war während des Sommers die Motivation, wie auch Kommunikation nicht sonderlich zielführend. So kam es im Hinblick auf die fortgeschrittene Zeit und den möglichen beruflichen Angeboten dazu, dass alle drei Mitglieder sich trafen und sich das Ziel setzten, den 19. Mai als Abgabetermin wahrzunehmen. Von dem Zeitpunkt an machte sich eine hohe Bereitschaft, eine gute Zusammenarbeit und ein positiver Verlass bemerkbar. Man könnte sagen, dass alle positiven Eigenschaften, die bereits während der Forschungsplanerstellung vorhanden waren, wieder einkehrten und zu einer rechtzeitigen Abgabe führen konnten.

13. Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Erarbeitung des Untersuchungsplans deutlich gezeigt hat, was für die Forschung berücksichtigt werden muss. Des Weiteren wurden auf diese Art Erkenntnisse für die Forschung vermittelt. So konnten durch die Pretests das Forschungsinstrument verbessert werden und zudem konnte er somit genauer und zielgerichtet auf die angestrebte Forschung justiert werden. Durch die Erstellung der Tätigkeitsliste sowie des Gantt-Diagramms wurde der Umfang nochmals deutlich aufgezeigt und ließ eine genaue Planung der Zeiträume und der zur Verfügung stehenden Zeit zu. So konnten die Grundlage für die Forschung und somit der erste Schritt der Bachelorarbeit fertiggestellt, verbesserungsfähige Aspekte erarbeitet und ausgerichtet werden. Der Methodenmix und die Auswertung, als auch Aufbereitung der Ergebnisse lieferten die benötigten Antworten in Bezug auf die Teilfragen und die Forschungsfrage. Die Bachelorthesis (*Eine Verinnerlichung eines gemeinschaftlichen Konzeptes zum pädagogischen, medialen Umgang innerhalb der Offenen Kinder- und Jugendarbeit stellt eine wichtige Anforderung der aktuellen Fachlichkeit des Sozial Arbeiters in dem Bereich dar*) kann hierdurch klar durch den Einzelfall bestätigt werden. Abschließend lässt sich sagen, dass die Forschung als mögliche Adaption zu betrachten ist und innerhalb dieser bestimmte Vorgehensweisen zu entnehmen sind. Hierfür wären alle Methoden verwendbar. Diese Arbeit zeigt zudem die Relevanz, die Weite und den theoretischen Hintergrund der Medien und dessen Kunde. In Bezug auf die OKJA nennt sie Möglichkeiten und bietet Erkenntnisse, wie es im Einzelfall sich in Bezug einer kritischen, gruppeneinheitlichen Auseinandersetzung darstellen kann.

Literaturverzeichnis

- Baacke, D. (1997). *Medienkompetenz*. Tübingen: Niemeyer Verlag.
- Baacke, D. (1999). Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In *Handbuch Medien: Medienkompetenz*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Baacke, D. (2004). Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In Bergmann, Susanne/Lauffer, Jürgen/Mikos, Lothar/Thiele, Günther/Wiedemann, & Dieter, *Medienkompetenz. Modelle und Projekte* (S. 21-25). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Barsch, A., & Erlinger, H. (2002). *Medienpädagogik, eine Einführung*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Budde. (2010). Konzeption. *Beschreibung der offenen Kinder- und Jugendarbeit*.
- Dresing, T., & Pehl, T. (2015). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. (6. Ausg.). Marburg. Abgerufen am 14. März 2017 von www.audiotranskription.de/praxisbuch
- Feierabend, S., & Klingler, W. (2009). *Kinder und Medien: Ergebnisse der Kim-Studie 2008. Mediennutzung und soziokulturelle Verortung bei Kindern*. Abgerufen am 22. März 2017 von http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/08-9_Feierabend.pdf
- Feierabend, S., Plankenhorn, T., & Rathgeb, T. (2015). *JIM 2015 Jugend, Information, (Multi-) Media*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs).
- Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikation. (01. 06 2016). *Dieter Baacke Preis Projekte*. Von <http://www.dieterbaackepreis.de/index.php?id=68> abgerufen
- Grgic, M., Holzmayer, M., & Züchner, I. (2013). Medien, Multur und Sport im Aufwachsen junger Menschen. In *Das Projekt MediKuS. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung* (S. 8(1)).
- Grunwald, K., & Thiersch, H. (2004). *Praxis Lebensweltorientierter Sozialer Arbeit - Handlungszugänge und Methoden in unterschiedlichen Arbeitsfeldern*. Weinheim/München: Juventa.
- Hamidian, K., & Kraijo, C. (2013). Digitalisierung-Status quo. In *Digitalisierung und Innovation* (S. 1-23). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Himme, A. (2007). *Gütekriterien der Messung: Reliabilität, Validität und Generalisierbarkeit*. Gabler.
- Jörissen, Benjamin/Marotzki, & Winfried. (2010). Medienbildung in der digitalen Jugendkultur. In K.-U. Hugger, *Digitale Jugendkulturen, 1. Aufl.* (S. 103-117). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kommer, S. (2010). *Kompetenter Medienumgang? Eine qualitative Untersuchung zum medialen Habitus und zur Medienkompetenz von SchülerInnen und Lehramtsstudierenden, 1. Aufl.* Leverkusen: Budrich UniPress Ltd.
- Lauffer, J., & Röllecke, R. (2009). *Dieter Baacke Preis Handbuch 4 - Kinder im Blick - Medienkompetenz statt Medienabstinenz*. Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK).
- Leipold, R., & Trinczek, R. (2009). Experteninterview. In *Handbuch Methoden der Organisationsforschung*.
- Liebold, R., & Trinczek, R. (2009). Experteninterview. In *Handbuch Methoden der Organisationsforschung* (S. 32-56). VS Verlag für Sozialwissenschaften. ISO 690.

- Lüders, V. C. (2012). *Soziale Lebenswelten. Lebenswelten Jugendlicher*. Bielefeld: Bertelsmann Verlag.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung - Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken* (12., überarbeitete Ausg.). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- medienanstalten, d. (2016). *Medienkompetenz*. Leipzig: VISTAS Verlag.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2015). *JIM-Studie 2015 - Jugend, Information, (Multi-) Media - Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Abgerufen am 29. 12 2015 von http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM-Studie_2015.pdf
- Meuser, M., & Nagel, U. (2010). *ExpertInneninterview*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Otto, H., Kutscher, N., Klein, A., & Iske, S. (2005). *Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet? Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zu Online-Nutzungsdifferenzen und Aneignungsstrukturen von Jugendlichen*. Abgerufen am 22. März 2017 von <https://pub.uni-bielefeld.de/luur/download?func=downloadFile&recordOld=2315442&fileOld=2319791>
- Schaffer, H. (2002). *Empirische Sozialforschung für die Soziale Arbeit - Eine Einführung*. Freiburg im Breisgau: Lambertus-Verlag.
- Schaffer, H. (2009). *Empirische Sozialforschung für die Soziale Arbeit - Eine Einführung*. Freiburg im Breisgau: Lambertus-Verlag.
- Siemer, L., & Siefen, U. (2014). *YOWOMO2.0*. (HeurekaNet – Freies Institut für Bildung, Forschung und Innovation e.V.) Von <https://yowomo2.wordpress.com/> abgerufen
- Theunert, H. (2008). Qualitative Medienforschung. In U. Sander, F. von Gross, & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 301-306). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Thiersch, H. (2005). *Lebensweltorientierte Soziale Arbeit - Aufgaben der Praxis im sozialen Wandel*. Weinheim/München: Juventa.
- Wagner, U. (2008). *Medienhandeln in Hauptschulumilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource*. München: kopaed.
- Wiedemann, D., & Volkmer, I. (2006). *Schöne neue Medienwelten? Konzepte und Visionen für eine Medienpädagogik der Zukunft*. (D. Wiedemann, & I. Volkmer, Hrsg.) Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK).

Internetverzeichnis

Abgerufen am 22.02.2017, erhalten unter:

https://www.google.de/search?hl=de&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=604&q=medienkompetenz&oq=medien&gs_l=img.1.4.0110.6824.8296.0.15552.7.7.0.0.0.103.542.5j1.6.0.voicev2e%2Cevd%3D1%2Cvfo-evf%3D1%2Cvfo-vft%3D0-9%2Ccfro%3D1...0...1.1.64.img..1.6.535.0.xEmO_mkN8vY#imgcr=SJ0ZGqxNBKj4YM:

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikation. *Dieter Baacke Preis Projekte*. Abgerufen am 01. 06 2016, erhalten unter: <http://www.dieterbaackepreis.de/index.php?id=68>

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2015). *JIM-Studie 2015 - Jugend, Information, (Multi-) Media - Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Abgerufen am 29. 12 2015, erhalten unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM-Studie_2015.pdf

Siemer, L., & Siefen, U. (2014). *YOWOMO2.0*. (HeurekaNet – Freies Institut für Bildung, Forschung und Innovation e.V.). Abgerufen am 17.02.2016, erhalten unter: <https://yowomo2.wordpress.com/>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen	25
Abbildung 2 - Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen	26
Abbildung 3 - Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen	26
Abbildung 4 - Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen	27
Abbildung 5 - Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche	27
Abbildung 6 - Chancen in der Arbeit mit Eltern	28
Abbildung 7 - Arbeit mit Kollegen	33
Abbildung 8 - Arbeiten in einer Organisation	34
Abbildung 9 - Professionelle Identität	37

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - SMART Analyse des Forschungsziels	15
Tabelle 2 - Operationalisierung der Schlüsselbegriffe	17
Tabelle 3 - Definitionen der Schlüsselbegriffe der Teilfragen	18
Tabelle 4 - Erhebungsmethoden für die Teilfragen	22
Tabelle 5 - Tätigkeitsliste	24
Tabelle 6 - Transkriptionsprozess	44
Tabelle 7 - Kodiereinheiten	50
Tabelle 8 - Kontexteinheiten	51
Tabelle 9 - Reihenfolge der auszuwertenden Texteinheiten	52
Tabelle 10 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Bedeutung/Ausmaß'	54
Tabelle 11 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Persönliche Meinung'	55
Tabelle 12 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Mehrwert'	57
Tabelle 13 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Lebenswelt'	58
Tabelle 14 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Weiterbildung'	60
Tabelle 15 - Reduktionsvorgang der Kategorie 'Konzept'	62
Tabelle 16 - Die Punkte der Konzeptidee	68
Tabelle 17 - Meine Klienten: Jugendliche und Eltern (Segment 1)	109
Tabelle 18 - Meine Kollegen und meine Organisation (Segment 2)	110
Tabelle 19 - Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten (Segment 3)	111
Tabelle 20 - Zusammenfassende Inhaltsanalyse	147

Anlagenverzeichnis

Anlage I - YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz.....	86
Anlage II - Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz (tabellarisch).....	109
Anlage III - Interviewleitfaden.....	112
Anlage IV - Transkribierung der Experteninterviews.....	114
Anlage V - Reduktionsdurchgang im Rahmen der zusammenfassenden Inhaltsanalyse.....	133
Anlage VI - Letzte Reduktion der zusammenfassenden Inhaltsanalyse.....	148
Anlage VII - Transkribierung der Gruppendiskussion vom 19.04.2016.....	155
Anlage VIII - Gantt-Diagramm.....	165
Anlage IX - Bilder der Flipchart.....	168
Anlage X - Konzeptentwurf.....	170

Meine Klienten: Jugendliche und Eltern

In diesem Teil des Quiz werden folgende Themen behandelt:

- Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen
- Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen
- Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen
- Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen
- Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche
- Chancen in der Arbeit mit Eltern

-Seite 1 von 6-

Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen

Q.1

Haben Sie eine Vorstellung davon, wie groß das soziale Umfeld der Jugendlichen (z.B. Schule, Freunde, Nachbarn, Hobbys, Vereine) ist?

- Ja
- Nein

Q.2

Verstehen Sie die Bedeutung von sozialen Medien und Mobilgeräten im Leben der Jugendlichen?

- Ja
- Nein

Q.3

Verstehen Sie die verschiedenen Freundesgruppen der Jugendlichen und wie sie in Kontakt treten?

- Ja
- Nein

Q.4

Verstehen Sie die sozialen Medien und Mobilgeräte, die die Jugendlichen nutzen?

- Ja
- Nein

Q.5

Verstehen Sie, was die Jugendlichen mit sozialen Medien und Mobilgeräten machen z. B. mit wem sie in Kontakt treten und wie dies geschieht?

- Ja
- Nein

Q.6

Bekommen Sie mit, in wie weit die Jugendlichen die unterschiedlichen sozialen Medien und Mobilgeräte verstehen? ... z.B. wie sie damit umgehen, mit wem sie in Kontakt treten, was sie teilen/posten etc.

- Ja
- Nein

Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen

Q.7

Können Sie gefährdeten Jugendlichen verdeutlichen, dass die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten mit Risiken verbunden ist?

- Ja
- Nein

Q.8

Können Sie das Risiko für den Jugendlichen, das dessen Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten für ihn bedeutet, einschätzen?

- Ja
- Nein

Q.9

Können Sie den Jugendlichen die unterschiedlichen Arten von Risiken, die bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten vorhanden sind, vermitteln?

- Ja
- Nein

Q.10

Verdeutlichen Sie die potentiellen Konsequenzen von riskantem Verhalten?

- Ja
- Nein

Q.11

Können Sie ermitteln, wie gut der Jugendliche geschützt ist?

- Ja
- Nein

Q.12

Verdeutlichen Sie den Jugendlichen, dass sie es letztlich selbst in der Hand haben, für ihre Sicherheit zu sorgen?

- Ja
- Nein

Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen

Q.13

Helfen Sie Jugendlichen, Selbstschutzmaßnahmen, die ihm angeboten werden, umzusetzen?

- Ja
- Nein

Q.14

Bekommen Sie die Jugendlichen dazu, dass sie verstehen, dass die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten erhebliche langfristige - potentiell negative - Auswirkungen für sie haben kann?

- Ja
- Nein

Q.15

Können Sie Jugendlichen positive Aspekte von sozialen Medien und mobilen Geräten nahe bringen?

- Ja
- Nein

Q.16

Bringen Sie Jugendlichen zu deren Hobbys/Interessen passende soziale Medien und Apps nahe?

- Ja
- Nein

Q.17

Ermutigen Sie Jugendliche dazu, Interessen und Wünsche mit zu teilen, um den Jugendlichen passende Gruppen oder Communities zu empfehlen?

- Ja
- Nein -Seite 4 von 6-

Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen

Q.18

Verdeutlichen Sie Eltern, dass es auch sie etwas angeht, wenn ihre Kinder häufig sozialen Medien und Mobilgeräte nutzen?

- Ja
- Nein

Q.19

Verdeutlichen Sie den Eltern, warum es wichtig für sie ist, die sozialen Medien und Mobilgeräte zu verstehen, die ihre Kinder nutzen?

- Ja
- Nein

Q.20

Sprechen Sie mit ihnen ausführlich über die Risiken und Gefahren, die sich bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten, für ihre Kinder ergeben?

- Ja
- Nein

Q.21

Machen Sie Eltern darauf aufmerksam, dass es wichtig ist, zu verstehen, was ihre Kinder in sozialen Netzwerken per Computer, Telefon und anderen internetfähigen Geräten machen?

- Ja
- Nein

Q.22

Vermitteln Sie den Eltern Hintergründe über soziale Medien und Mobilgeräte und zeigen Sie ihnen verschiedene Wege auf, wie man soziale Medien und Mobilgeräte nutzen kann? ... z. B. soziale Kontakte knüpfen, sich mit anderen austauschen, etc.

- Ja
- Nein

Q.23

Vermitteln Sie den Eltern Hintergründe über genau die sozialen Medien und Mobilgeräte, die ihre Kinder nutzen?

- Ja
- Nein

Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche

Q.24

Schulen Sie die Eltern hinsichtlich der populärer sozialen Medien und Mobilgeräten, sodass sie dieses wiederum ihren Kindern vermitteln können?

- Ja
- Nein

Q.25

Sprechen Sie mit ihnen über die Risiken und Gefahren, die sich im Umgang mit sozialen Medien und Geräten für ihre Kinder ergeben können?

- Ja
- Nein

Q.26

Können Sie den Eltern Beispiele für riskante Nutzung durch Jugendlichen geben?

- Ja
- Nein

Q.27

Verdeutlichen Sie den Eltern die Motive der Jugendlichen bei deren Online Aktivitäten?

- Ja
- Nein

Q.28

Vermitteln Sie den Eltern von gefährdeten Jugendlichen Selbstschutzstrategien, die ihre Kinder anwenden können und sollten?

- Ja
- Nein

Q.29

Informieren Sie die Eltern, dass sie regelmäßig die Datenschutzeinstellungen von Onlinediensten und Apps kontrollieren müssen, da die jeweiligen Anbieter diese oft nachteilig aktualisieren?

- Ja
- Nein

Chancen in der Arbeit mit Eltern

Q.30

Verdeutlichen Sie Eltern, dass sie, auch wenn die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten Risiken beinhaltet, ihre Kinder nicht davon abhalten sollen, diese zu nutzen, da das wenig effektiv und praktisch kaum durchsetzbar ist?

- Ja
- Nein

Q.31

Verdeutlichen Sie Eltern, dass ihre Kinder von einer angemessenen Nutzung auch profitieren können?

- Ja
- Nein

Q.32

Geben Sie Beispiele für eine positive Nutzung?

- JA
- Nein

Q.33

Verdeutlichen Sie Eltern, dass es im Internet auch zahlreiche Gruppen und Organisationen gibt, die darauf spezialisiert sind, Jugendlichen zu helfen?

- Ja
- Nein

Meine Kollegen und meine Organisation

In diesem Teil des Quiz werden folgende Themen behandelt:

- Arbeit mit Kollegen
- Arbeiten in einer Organisation

-Seite 1 von 2-

Arbeit mit Kollegen

Q.1

Erklären Sie ihren Kollegen, warum die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten durch Klienten ein wichtiges Thema ist, wenn diese sehr aktive Nutzer sind?

- Ja
- Nein

Q.2

Verdeutlichen Sie ihren Kollegen, warum es wichtig ist, die sozialen Medien und Mobilegeräte, die das Klientel verwendet, zu verstehen?

- Ja
- Nein

Q.3

Sprechen Sie mit ihnen ausführlich über die Risiken und Gefahren für Klienten, die sich aus der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten ergeben?

- Ja
- Nein

Q.4

Verdeutlichen Sie ihre Kollegen ein, wie wichtig es für sie ist, zu verstehen, was die Klienten mit sozialen Medien (Computer, Handys und andere internetangeschlossenen Geräte) machen?

- Ja
- Nein

Q.5

Geben Sie Kollegen Hintergrundinformationen über soziale Medien und Mobilgeräte? ... z.B. zeigen Sie Ihnen unterschiedliche Wege, wie man soziale Medien und Mobilgeräte zum Kontakte knüpfen oder zum Austausch nutzt?

- Ja
- Nein

Q.6

Vermitteln Sie Kollegen Hintergründe über genau die sozialen Medien und Mobilgeräte, die ihre Klienten nutzen?

- Ja
- Nein

Q.7

Verdeutlichen Sie Kollegen, dass sie, auch wenn die Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten Risiken beinhaltet, ihre Klienten nicht davon abhalten sollen, diese zu nutzen, da das wenig effektiv und praktisch kaum durchsetzbar ist?

- Ja
- Nein

Q.8

Verdeutlichen Sie Kollegen, dass ihre Klienten von einer angemessenen Nutzung auch profitieren können?

- Ja
- Nein

Q.9

Geben Sie Kollegen Beispiele für eine positive Nutzung?

- Ja
- Nein

Q.10

Erläutern Sie Kollegen, dass es für Jugendliche normal ist, soziale Medien und Mobilgeräte zu nutzen?

- Ja
- Nein

Q.11

Verdeutlichen Sie Kollegen, dass es im Internet auch zahlreiche Gruppen und Organisationen gibt, die darauf spezialisiert sind, Jugendlichen zu helfen?

- Ja
- Nein

Arbeiten in einer Organisation

Q.12

Können sie unterschiedliche Richtlinien und Vorschriften zur Nutzung von Sozialen Medien und Mobilgeräten umsetzen?

- Ja
- Nein

Q.13

Leiten Sie ihre KollegInnen bei der Arbeit gemäß dieser Richtlinien und Vorschriften an?

- Ja
- Nein

Q.14

Sind Sie in der Lage, die Qualität der Jugendarbeit mithilfe von Sozial Medien und Mobilegeräten zu verbessern?

- Ja
- Nein

Q.15

Können Sie die Kriterien für Effizienz, Qualität und kontinuierliche Verbesserung - bezogen auf den Einsatz von Sozialen Medien und Mobilgeräten - operationalisieren (messbar machen)?

- Ja
- Nein

Q.16

Sind Sie in der Lage, sich mit Fachleuten anderer Disziplinen zu vernetzen?

- Ja
- Nein

Q.17

Können Sie die Probleme bei der Nutzung von sozialen Medien und Mobilgeräten bestimmen, bei denen Sie Hilfe von anderen Fachleuten brauchen, um diese professionell zu lösen?

- Ja
- Nein

Q.18

Nutzen Sie geeignete Plattformen und soziale Medien für die Kommunikation mit anderen Akteuren?

- Ja
- Nein

Q.19

Sind Sie in der Lage, die eigene Organisation - entsprechend den Organisationsrichtlinien - mithilfe von sozialen Medien und Mobilgeräten zu repräsentieren?

- Ja
- Nein

Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten

In diesem Teil des Quiz werden folgende Themen behandelt:

- Professionelle Identität
- Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten

-Seite 1 von 2-

Professionelle Identität

Q.1

Halten Sie sich an die "Netiquette" und beachten deren Auswirkungen auf die virtuelle Gemeinschaft?

- Ja
- Nein

Q.2

Können Sie ihre professionelle digitale Identität managen?

- Ja
- Nein

Q.3

Halten Sie sich an einen ethischen Verhaltenskodex für ihre Online-Arbeit?

- Ja
- Nein

Q.4

Erleben Sie Grenzen in ihrem Umgang mit sozialen Medien und Mobilgeräten und versuchen Sie diese zu überwinden?

- Ja
- Nein

Q.5

Engagieren Sie sich für digitales Bürgertum (digital citizenship)?

- Ja
- Nein

Q.6

Befassen Sie sich mit den entsprechenden Gesetzen, die sich auf soziale Medien und digitale Jugendarbeit beziehen?

- Ja
- Nein

Q.7

Befassen Sie sich aktiv mit ihren eigenen Kompetenzlücken in Bezug auf sozialen Medien und Mobilgeräte?

- Ja
- Nein

Q.8

Können Sie mit unterschiedlichen Zielgruppen kommunizieren und dabei auf deren Sprachgebrauch (z.B. cyber language) reagieren?

- Ja
- Nein

Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten

Q.9

Können Sie eine Website "bookmarken"?

- Ja
- Nein

Q.10

Vergleichen Sie verschiedene Websites, um zu entscheiden, ob die Informationen stimmen?

- Ja
- Nein

Q.11

Blockieren Sie unerwünschte Werbung oder Junk-Mail-Spam?

- Ja
- Nein

Q.12

Wechseln Sie ihre Filter Referenzen?

- Ja
- Nein

Q.13

Löschen Sie die Aufzeichnungen, welche Websites sie besucht haben (Browser history)?

- Ja
- Nein

Q.14

Ändern Sie die Datenschutzeinstellungen auf einem Social-Networking-Profil?

- Ja
- Nein

Q.15

Blockieren Sie die Nachrichten von Personen, mit den sie nichts zu tun haben wollen?

- Ja
- Nein

Q.16

Sind Sie in der Lage, Pop-ups zu sperren?

- Ja
- Nein

Q.17

Haben Sie ausreichende Informationen, wie Sie das Internet sicher nutzen können?

- Ja
- Nein

Q.18

Posten Sie einen Kommentar zu einem Blog, Webseite oder Forum?

- Ja
- Nein

Q.19

Laden Sie Bilder, Videos oder Musik auf sozialen Medien?

- Ja
- Nein

Q.20

Sind Sie in der Lage einen Blog zu erstellen?

- Ja
- Nein

Q.21

Können Sie Apps herunter laden?

- Ja
- Nein

Q.22

Können Sie eine Verbindung zu einem WiFi-Netzwerk mit ihrem Smartphone herstellen?

- Ja
- Nein

Q.23

Benutzen Sie die gleichen Dokumente, Kontakte und Apps auf allen ihren Mobilgeräten (Daten synchronisieren)?

- Ja
- Nein

Q.24

Vergleichen Sie verschiedene Apps mit ähnlichen Funktionen, um die eine, die am zuverlässigsten ist, zu wählen?

- Ja
- Nein

Q.25

Deaktivieren Sie die Funktion, die ihren Standort weiter gibt?

- Ja
- Nein

Q.26

Blockieren Sie Push-Benachrichtigungen aus verschiedenen Apps?

- Ja
- Nein

Q.27

Sind Sie in der Lage Pop-ups zu sperren, die von Apps, Spielen oder anderen Dienstleistungen ausgehen und kostenpflichtig sind?

- Ja
- Nein

Q.28

Schützen Sie ihr Smartphone mit einer PIN oder mit einem Rastermuster?

- Ja
- Nein

Q.29

Haben Sie ausreichende Informationen darüber, wie Sie Ihr Smartphone sicher nutzen?

- Ja
- Nein

Q.30

Haben Sie ausreichend Informationen, wie ein Status-Update auf sozialen Medien funktioniert?

- Ja
- Nein

Q.31

Machen Sie ein Foto oder ein kurzes Video mit Ihrem Smartphone und laden Sie dieses auf sozialen Plattformen hoch?

- Ja
- Nein

(Quelle: <https://yowomo2.wordpress.com/>)

Anlage II - Ergebnisse des YOWOMO2.0 Kompetenz Quiz

<i>Meine Klienten: Jugendliche und Eltern</i>		
Q-Nr.	Ja (in %)	Nein (in %)
Arbeit mit Jugendlichen im Allgemeinen		
1	100,00	0,00
2	100,00	0,00
3	83,33	16,67
4	83,33	16,67
5	66,67	33,33
6	50,00	50,00
Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen		
7	83,33	16,67
8	66,67	33,33
9	50,00	50,00
10	83,33	16,67
11	33,33	66,67
12	100,00	0,00
Chancen in der Arbeit mit Jugendlichen		
13	33,33	66,67
14	33,33	66,67
15	83,33	16,67
16	50,00	50,00
17	50,00	50,00
Eltern- und Angehörigenarbeit im Allgemeinen		
18	33,33	66,67
19	50,00	50,00
20	16,67	83,33
21	50,00	50,00
22	50,00	50,00
23	16,67	83,33
Elternarbeit im Hinblick auf gefährdete Jugendliche		
24	0,00	100,00
25	50,00	50,00
26	83,33	16,67
27	16,67	83,33
28	16,67	83,33
29	16,67	83,33
Chancen in der Arbeit mit Eltern		
30	50,00	50,00
31	50,00	50,00
32	50,00	50,00
33	16,67	83,33

Tabelle 17 - Meine Klienten: Jugendliche und Eltern (Segment 1)

Meine Kollegen und meine Organisation		
Q-Nr.	Ja (in %)	Nein (in %)
Arbeit mit Kollegen		
1	83,33	16,67
2	83,33	16,67
3	50,00	50,00
4	83,33	16,67
5	66,67	33,33
6	83,33	16,67
7	83,33	16,67
8	100,00	0,00
9	100,00	0,00
10	100,00	0,00
11	33,33	66,67
Arbeiten in einer Organisation		
12	33,33	66,67
13	33,33	66,67
14	83,33	16,67
15	50,00	50,00
16	66,67	33,33
17	83,33	16,67
18	100,00	0,00
19	66,67	33,33

Tabelle 18 - Meine Kollegen und meine Organisation (Segment 2)

Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten		
Q-Nr.	Ja (in %)	Nein (in %)
Professionelle Identität		
1	66,67	33,33
2	66,67	33,33
3	100,00	0,00
4	83,33	16,67
5	33,33	66,67
6	66,67	33,33
7	66,67	33,33
8	50,00	50,00
Praktische Nutzung von Internet, sozialen Medien und mobilen Geräten		
9	33,33	66,67
10	83,33	16,67
11	83,33	16,67
12	33,33	66,67
13	50,00	50,00
14	50,00	50,00
15	33,33	66,67
16	50,00	50,00
17	66,67	33,33
18	33,33	66,67
19	50,00	50,00

20	33,33	66,67
21	100,00	0,00
22	50,00	50,00
23	33,33	66,67
24	50,00	50,00
25	33,33	66,67
26	50,00	50,00
27	50,00	50,00
28	100,00	0,00
29	50,00	50,00
30	33,33	66,67
31	50,00	50,00

Tabelle 19 - Meine Professionalität und meine praktischen Fertigkeiten (Segment 3)

Anlage III - Interviewleitfaden

1. Ergebnisse des Quiz:

- Haben Sie diese Ergebnisse erwartet?
- Welches Ergebnis hat Sie überrascht (Bereich)?
- Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?
- Haben Sie andere, evtl. bessere Ergebnisse erwartet? (Speziell in welchen Bereichen?)
- Gab es Bereiche in denen Sie besonders gut abgeschnitten haben, wenn ja, welche waren das?
- Gab es Bereiche in denen Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche waren das?

2. Bedeutung/Ausmaß

- War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?
- Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?
- Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?
- Welches Thema sollte Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen, um einen Medienraum in adäquater Weise anbieten zu können?

3. Persönliche Meinung

- Was glauben Sie, wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz abgeschnitten hätten?
- Würden Sie Ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die Medienkompetenz Ihrer Besucher (durchschnittlich)?
- Gibt es einzelne Bereiche, in denen Ihnen die Jugendlichen „voraus“ sein könnten?
- Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?
- Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?
- Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu installieren?
- Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?
- Haben Sie bereits Erfahrungen in anderen Einrichtungen mit einem Medienraum gemacht? Wenn ja, wie waren diese?
- Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung nach für die Nutzung eines Medienraums abgedeckt werden?
- Welchen dieser Bereiche könnten Sie Ihrer Meinung nach den Ansprüchen der Jugendlichen entsprechend abdecken?

4. Mehrwert

- Wo sehen Sie den Mehrwert für Ihre Einrichtung?
- Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?
- Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?

5. Lebenswelt

- Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?
- Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf den Lebensraum der Jugendlichen?
- Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der Lebensweltorientierung der Jugendlichen?

6. Weiterbildung

- Sind Sie bereit sich weiterzubilden?
- Wie hoch ist die Motivation, sich in dem Bereich fortzubilden?
- Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?
- Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?
- Wie schätzen Sie die Haltung Ihres Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?
- Verfügen Sie über entsprechende Literatur?

7. Konzept

- Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?
- Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?

Anlage IV - Transkribierung der Experteninterviews

1 Interview I - Alina

2

3 I.: „Haben Sie die Ergebnisse erwartet?“

4 A: „Teilweise“

5 I.: „Welches Ergebnis hat sie überrascht, in welchem Bereich?“

6 A: „Ähm, die 63% bei meine Kollegen und meiner Organisation“

7 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“

8 A: „Über das, was ich gerade genannt habe.“

9 I.: „Haben Sie andere, eventuell bessere Ergebnisse erwartet, wenn ja, in welchen
10 Bereichen speziell?“

11 A: „Ja, bei den Jugendlichen und bei der Professionalität.“

12 I.: „Gab es Bereiche in den Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
13 waren das?“

14 A: „Ja bei Jugendlichen, meine Klienten.“

15 I.: „Dann kommen wir zum zweiten Punkt: Bedeutung und Ausmaß.
16 War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?“

17 A: „Wie groß das war? Ääh Nein.“

18 I.: „Inwiefern hat das Quiz ihre Sicht auf das Thema verändert?“

19 A: „Das ich vielleicht doch mehr Menschen darüber informieren müsste.“

20 D: „Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“

21 A: „Ja ich habe neue Fachbegriffe gelernt, wie zum Beispiel... Was Push-Nach-
22 richten sind, das wusste ich vorher nicht“

23 I.: „Welches Thema sollten Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen um
24 einen Medienraum Ihrer Meinung nach in adäquater Weise anbieten zu können?“

25 A: „Bei den Klienten? Eigentlich gar nicht. Ich bin der Meinung, dass die alle so gut
26 informiert sind, es wird so viel darüber geredet, dass man das Thema nur noch
27 totredet und denen eigentlich, so wie soll ich das sagen, umso mehr man was
28 dagegen sagt, umso mehr nutzen die das eigentlich. Die Sachen die machen
29 möchte, kann ich eigentlich und die die Jugendlichen machen möchten.“

30 I.: „Dann kommen wir zum dritten Punkt: Die persönliche Meinung. Was glauben sie,
31 wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz abgeschnitten hätten?“

32 A: „Besser.“

33 I.: „Würden Sie ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die ihrer
34 durchschnittlichen Besucher?“

35 A: „Nein.“

36 I.: „Gibt es einzelne Bereiche in denen Ihnen die Jugendlichen voraus sein könnten?“

37 A: „Ja auf jeden Fall, den ganzen neuen Instagram und so, kennen die sich besser aus
38 als ich, hab ich nicht mal.“

39 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“

40 A: „Du meinst jetzt so wie hier das? Ich find das gut, dass es den Jugendlichen

41 angeboten wird, denn die Dinge sind eh total teuer und dann können die wenigstens
42 hier zocken.“

43 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“

44 A.: „Gespalten, zum einen sind sie gut, man kann sich über sie unterhalten. Aber auch
45 mit Cyber Mobbing und so, der Unwissenheit, der Leichtfertigkeit mit der die da
46 manchmal umgehen ist das eher schlecht.“

47 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
48 installieren?“

49 A.: „Gut.“

50 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“

51 A.: „Außer das er genutzt wird, keine Ahnung, eigentlich nur, dass es den Jugendlichen
52 Freude bereitet und sie ihren Hobbies nachgehen können, wenn sie es zuhause nicht
53 können.“

54 I.: „Haben Sie bereits in anderen Einrichtungen Erfahrungen mit einem Medienraum
55 gemacht, wenn ja, wie waren diese?“

56 A.: „Ähm, ja an der Hauptschule, den Computerraum. Die gehen damit
57 Verantwortungsbewusst um, die wissen das die Spiele spielen dürfen, also ab
58 welchem Alter. Zum Beispiel das es Counter Strike auch für jüngere gibt, dass es da
59 nicht so krass ist, ich finde das in Ordnung“

60 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung nach für eine adäquate Nutzung eines
61 Medienraums abgedeckt werden?“

62 A.: „Also beim Internetzugang sollten die pornografischen Seiten gesperrt sein, also
63 das man da nicht drauf kann, auch nicht ausversehen und ja, dass man mögliche
64 Risiken aufzeigt, vielleicht an Wänden oder so. Wie das und das ist verboten, wenn
65 du das und das machst, kann das und das passieren. Fertig.“

66 I.: „Welchen dieser Bereiche können Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
67 Jugendlichen entsprechend abdecken?“

68 A.: „Ehm, meinst du sowas wie Privateinstellungen bei Facebook und so?“

69 I.: „Da wo Sie das Gefühl haben, dass Sie was können.“

70 A.: „Ja das kann ich, ich kann Sachen im Internet aufrufen, ich kann auch Sachen
71 runterladen. So allgemein was man eher im alltäglichen Gebrauch hat kann ich
72 schon.“

73 I.: „Dann kommen wir zum nächsten Punkt: Mehrwert. Wo sehen Sie den Mehrwert
74 für Ihre Einrichtung?“

75 A.: „Es kann ein Anziehungspunkt für die Jugendlichen sein, wenn man die neue
76 Playstation hat, dadurch kommen mehr Besucher, dass ist der Mehrwert.“

77 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“

78 A.: „Einen sicheren Umgang im Internet allgemein, mit den Medien.“

79 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte Offene Kinder und Jugendarbeit?“

80 A.: „Es könnte leichter sein mit der Welt zu kommunizieren, sich nach außen hin zu
81 tragen, Öffentlichkeitsarbeit zu machen, alles was im politischen und
82 Öffentlichkeitsbereich wichtig ist können wir hinaustragen. Und warte! Und

83 natürlich auch die Klienten nach hier hin einladen.“

84 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Lebenswelt. Wie beschreiben Sie den Lebensraum der
85 Jugendlichen?“

86 A.: „Spannend, vielseitig, individuell.“

87 I.: „Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf die Lebenswelt der
88 Jugendlichen?“

89 A.: „Ähm, dass sie sich durch die Medien schon sehr einschränken lassen, aber es
90 trotzdem noch schaffen face-to-face Kontakte zu haben.“

91 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang der
92 lebensweltorientierung der Jugendlichen?“

93 A.: „Also Medien sind für die Lebensnotwendig schon fast würde ich sagen und sie
94 sind auch nicht mehr wegzureden und wegzudenken, die gehören einfach mit
95 dazu.“

96 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Weiterbildung. Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“

97 A.: „Ja“

98 I.: „Wie hoch ist die Motivation sich in dem Bereich fortzubilden?“

99 A.: „Ja schon sehr hoch, da ich mich ja schon fortgebildet habe bei der LWL Klinik. Da
100 war das mit Smartphone und Pads wie man zum Beispiel Filme drehen und kann
101 oder das es so aussieht als wenn man durch geschlossene Türen gehen kann und
102 solche Sachen“

103 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“

104 A.: „Eher mit den neuen letzten Medien die angekommen sind. Oder Apps, soziale
105 Plattformen, Instagram und so, alles außer Facebook und WhatsApp.“

106 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“

107 A.: „Bei dir, bei Cenk und in der LWL Klinik“

108 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung des Teams ein sich in dem Bereich fortzubilden?“

109 A.: „Nicht sehr hoch.“

110 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“

111 A.: „Ja. In der Uni-Bibliothek, wo ich noch meinen Ausweis habe“

112 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Konzept. Für eine Konzepterstellung, welche Punkte
113 sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?“

114 A.: „Also erstmal sollte jemand das Konzept machen der sich wirklich sehr gut in allen
115 Themen auskennt und der sollte den Raum so schützen, dass den Jugendlichen
116 nichts passieren kann und das andere ist rechtlich vorgegeben.“

117 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“

118 A.: „Vandalismus, Diebstahl und vielleicht das die Eltern es nicht unbedingt
119 unterstützen das die Kinder hier so lange dann davor sitzen, was bei ihnen zuhause
120 dann nicht so möglich beziehungsweise erlaubt ist.“

121 I.: „Okay, dann bedanke ich mich bei Ihnen für das Interview.“

122 A.: „Gerne.“

1 Interview II - Doris Watermann

2

3 I.: „Haben Sie diese Ergebnisse erwartet?“

4 D.: „Ähm nein. Also ich glaube, dass ich meine Professionalität höher eingeschätzt
5 hätte. Mit den Kollegen würde ich sagen ist okay, bei den Klienten, bei den
6 Jugendlichen selber ist auch okay, weil ich selber eher den Kinderbereich mache
7 und nicht mit den Jugendlichen über diese Themen spreche.“

8 I.: „Welches Ergebnis hat Sie überrascht (Bereich)?“

9 D.: „Mit meiner Professionalität, weil ich schon glaube das ich mich relativ gut
10 auskenne, aber dadurch das ich es nicht anwende, habe ich wahrscheinlich öfters
11 „nein“ angekreuzt. Weil ich mich auch manchmal davor sträube solche Sachen
12 öffentlich zu machen, also Facebook zu benutzen, weil ich weiß das es gefährlich
13 ist und ich mir nicht sicher bin, ob ich alles so sperren kann das es auch wirklich
14 gut ist.“

15 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“

16 D.: „Also das beste Ergebnis habe ich ja im Austausch mit meinen Kollegen
17 bekommen, da scheint ja, dass wir das innerhalb des Teams auch als Thema haben.“

18 I.: „Haben Sie andere, evtl. bessere Ergebnisse erwartet? (Speziell in welchen
19 Bereichen?)“

20 D.: „Ja jetzt doppelt sich das so ein bisschen. Also eigentlich hatte ich glaube ich schon
21 so komplett mehr erwartet. Also in allen Bereichen, dass ich zumindest so die 60%
22 auch erreiche, da hatte ich mich besser eingeschätzt und da kann ich auch nicht
23 nachvollziehen warum das nicht so ist, aber das wird ja wohl so seine Richtigkeit
24 haben.“

25 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie besonders gut abgeschnitten haben, wenn ja, welche
26 waren das?“

27 D.: „Das wir scheinbar im Team gerade auch in der letzten Zeit mit den Medien zu tun
28 haben, dass wir den Jugendlichen auch versuchen wollen was vernünftiges anzubieten
29 und das wir uns darüber selbst eben auch austauschen.“

30 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
31 waren das?“

32 D.: „Also auffällig sind schon mit den Jugendlichen, aber die öffnen sich auch nicht so.
33 Und alles was die einem erzählen kann man auch nicht als Wahrheit wahrnehmen,
34 deswegen habe ich mit Sicherheit auch anders angekreuzt.“

35 I.: „War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?“

36 D.: „Ja ich hatte sogar mit mehr gerechnet in einigen Punkten, mit mehr Fachfragen
37 ansonsten war das schon ziemlich umfangreich.“

38 I.: „Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?“

39 D.: „Also ich denke zunächst erstmal um überhaupt herauszufinden wie wir mit dem
40 Thema umgehen und einem nochmal bewusst wird wie umfangreich es inzwischen
41 geworden ist. Wie einfach sich damit die Lebensweise von den Jugendlichen und
42 auch für uns ändert. Und ich glaube als Resümee könnte ich daraus ziehen, dass wir

- 43 uns noch viel mehr damit beschäftigen müssten. Weil ganz viel auch im offenen
 44 Bereich noch von den Besuchern gehandhabt wird. Wodurch die Kinder in
 45 Gefahren geraten können, deswegen sind in Schulen beispielsweise Handys oftmals
 46 verboten.“
- 47 I.: „Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“
- 48 D.: „Der Umfang des Themas war mir in der Form nicht bewusst.“
- 49 I.: „Welches Thema sollte Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen, um einen
 50 Medienraum in adäquater Weise anbieten zu können?“
- 51 D.: „Also wir sollten auf jeden Fall nochmal über die Ausstattung nachdenken, was
 52 nötig uns und was nicht. Dann in diesem Zockerraum der im Moment ja nur zum
 53 spielen eingerichtet wird, brauchen wir auf jeden Fall nochmal vernünftige PC's,
 54 entsprechende Kameras damit die Jugendlichen mit YouTube experimentieren können.
 55 Ja und dann sollte schon Medienkompetenz auch nochmal inhaltlich vermittelt
 56 werden. Hintergrundwissen etc.“
- 57 I.: „Was glauben Sie, wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz
 58 abgeschnitten hätten?“
- 59 D.: „Ich schätze relativ gut. Weil die sich echt mit diesen Medien auskennen, wobei ich
 60 glaube das Mädchen weniger experimentierfreudiger sind und manchmal auch die
 61 Möglichkeiten nicht unbedingt haben, bei den Jungs ist das schon weiter
 62 fortgeschritten in puncto Ausstattung und Möglichkeiten.“
- 63 I.: „Würden Sie Ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die Medienkompetenz
 64 ihrer Besucher (durchschnittlich)?“
- 65 D.: „Also ich glaube nicht, auch.“
- 66 I.: „Gibt es einzelne Bereiche, in denen Ihnen die Jugendlichen „voraus“ seien
 67 könnten?“
- 68 D.: „Auf jeden Fall bei Facebook, weil ich mich damit überhaupt noch nicht befasst
 69 habe und es auch eigentlich nicht will. Word und Photoshop beispielsweise kann
 70 ich sicherlich besser, weil die es teilweise auch einfach nicht können wollen. Alles
 71 was mit modernen Plattformen wie YouTube oder Facebook zu tun hat, haben die
 72 Jugendlichen definitiv mehr Ahnung als ich.“
- 73 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“
- 74 D.: „Find ich gut mit einem entsprechenden regelmäßigem Angebot und einem
 75 wirklich topfiten Mitarbeiter der das wirklich technisch und inhaltlich drauf hat.“
- 76 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“
- 77 D.: „Eigentlich ganz gut, weil ich kenn ja auch noch die Zeit wo man kein Handy hatte
 78 und es hat sich dadurch einfach verändert, wenn auch nicht immer zum Positiven.
 79 Man kann aber natürlich schnell Hilfe holen und ist gut vernetzt.“
- 80 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
 81 installieren?“
- 82 D.: „Wie eben bereits erwähnt nur mit fachlich ausgebildeter Unterstützung.“
- 83 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“
- 84 D.: „Man sollte ohne Probleme ins Internet kommen können, ihn sowohl für private

- 85 aber auch schulische Zwecke verwenden können. Ein öffentliches WLAN wäre
86 ebenfalls von Vorteil.“
- 87 I.: „Haben Sie bereits Erfahrungen in anderen Einrichtungen mit einem Medienraum
88 gemacht? Wenn ja, wie waren diese?“
- 89 D.: „Nein“
- 90 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung für die Nutzung eines Medienraums
91 abgedeckt werden?“
- 92 D.: „Ja Bereiche auf jeden Fall Möglichkeiten Sachen für Facebook,
93 Internetrecherchen, Musik und so weiter“
- 94 I.: „Welchen dieser Bereiche könnten Sie Ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
95 Jugendlichen entsprechend abdecken?“
- 96 D.: „Ich kann überall mitmischen, aber nichts so richtig.“
- 97 I.: „Wo sehen Sie den Mehrwert für Ihre Einrichtung?“
- 98 D.: „Es kann einfach nur ein Serviceangebot für Jugendliche sein, eventuell könnten
99 kleine Gruppen entstehen die an einem Projekt arbeiten, ansonsten geschieht vieles
100 zuhause.“
- 101 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“
- 102 D.: „Für mich, dass ich gezwungen werde mich mit gewissen Themen
103 auseinanderzusetzen.“
- 104 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?“
- 105 D.: „Man muss aktuell sein, dann kommt man an Medien nicht vorbei. Das ist einfach
106 Fakt. Deswegen ist es wichtig auf einem guten Level zu sein und auch zu bleiben,
107 wer weiß was noch so kommt.“
- 108 I.: „Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?“
- 109 D.: „Als relativ isoliert würde ich das bezeichnen, man hat sich früher verabredet und
110 getroffen, heute sitzt man zuhause und kommuniziert bei Handy, PC oder
111 ähnlichem. Es ist vor allem nicht mehr so persönlich.“
- 112 I.: „Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf den Lebensraum der
113 Jugendlichen?“
- 114 D.: „Ich würde sagen, dass man da vielleicht Wert drauf legt, dass man mit Gruppen
115 arbeitet und über das Medium nochmal versucht soziale Kompetenzen da rein zu
116 bekommen.“
- 117 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der
118 Lebensweltorientierung der Jugendlichen?“
- 119 D.: „Sie sind nicht mehr wegzudenken denke ich mal. Ohne Medien müsste man schon
120 auf einer einsamen Insel leben.“
- 121 I.: „Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“
- 122 D.: „Ja, mache ich schon.“
- 123 I.: „Wie hoch ist die Motivation, sich in dem Bereich fortzubilden?“
- 124 D.: „Also wenn ich was Passendes finden würde, würde ich das gerne machen.“
- 125 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“
- 126 D.: „Also Facebook, die komplette Palette. Auch den Internetauftritt für unser Haus.“

- 127 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“
 128 D.: „Ja es gibt hier eine Volkshochschule da geht das. Hin und wieder gibt es auch
 129 Angebote über das Bistum.“
 130 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung Ihres Teams ein, sich in dem Bereich fortzu
 131 bilden?“
 132 D.: „Unterschiedlich glaube ich.“
 133 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“
 134 D.: „Literatur, ich glaube nicht.“
 135 I.: „Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept
 136 unbedingt erfasst werden?“
 137 D.: „Es muss vorher klar sein, was man für Ziele hat, was man erreichen will.
 138 Ansonsten noch Gruppendynamische Prozesse sollten mit drin sein und im
 139 Endeffekt auch wie man die Sachen anbietet.“
 140 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“
 141 D.: „Das man vielleicht doch irgendwann den Überblick passiert und das dann Dinge
 142 passieren, die nicht so wirklich legal sind.“

1 Interview III - Josef

2

- 3 I.: „Haben Sie diese Ergebnisse erwartet?“
 4 J.: „Ein bisschen schon, denn wenn ich mich selbst betrachte was die Entwicklung in
 5 der medialen Welt betrifft ist schon klar zu erkennen, dass ich großen
 6 Nachholbedarf habe.“
 7 I.: „Welches Ergebnis hat Sie überrascht (Bereich)?“
 8 J.: „Die Prozentsätze, aber eigentlich auch keine. Ich bin mir jedoch aber auch sicher,
 9 dass ich wie gesagt Alters- oder Lebensbedingt Nachholbedarf habe und ich auch
 10 aus meiner Professionalität heraus diesen Bereich nicht als Schwerpunkt innerhalb
 11 meiner Arbeit sehe“
 12 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“
 13 J.: „Ich bin ja auf 42% bekommen, in dem Bereich Meine Kollegen, da liege ich weit
 14 über dem anderen Ergebnis, also die praktische Anwendung. Das heißt, dass ich die
 15 Bedeutung schon wahrnehme, wobei es weniger als 50% ist, aber dafür
 16 wahrheitsgetreu ist.“
 17 I.: „Haben Sie andere, evtl. bessere Ergebnisse erwartet? (Speziell in welchen
 18 Bereichen?)“

- 19 J: „Nein, eigentlich nicht. Das wäre ja auch Unsinn, wenn man meine Wahrnehmung
20 nimmt und diese mit den Beobachtungen der Kollegen und Besuchern vergleicht,
21 die sie mir täglich spiegeln. Dann müsste ich ja ein derart verzerrtes Bild von mir
22 haben, welches nicht gerade reflektiert genug wäre meine Rolle bzw. Position
23 wahrzunehmen.“
- 24 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie besonders gut abgeschnitten haben, wenn ja, welche
25 waren das?“
- 26 J: „Die gibt es nicht, denn 42% war mein maximaler Prozentwert.“
- 27 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
28 waren das?“
- 29 J: „Das ist ja hier eindeutig, ich habe 32% in einem bestimmten Bereich und dieser
30 hängt mit der Notwendigkeit des praktischen Könnens zusammen“
- 31 I.: „War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?“
- 32 J.: „Mir ist schon bewusst wie es gesamtgesellschaftlich zu betrachten ist, aber die
33 positiven Eigenschaften waren interessant in Form der Fragen zu begreifen und der
34 Schritt der Ressourcenaktivierung ist heranzuziehen, um sich einen guten Umgang
35 aneignen zu können.“
- 36 I.: „Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?“
- 37 J: „Es hat nochmal deutlich gemacht, dass meine Nicht Fähigkeit in Bezug auf meine
38 Wahrnehmung sich bestätigt hat und dass die Anforderung doch hoch ist in
39 manchen Themenbereichen diese zu bilden.“
- 40 I.: „Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“
- 41 J: „Die wichtigste ist die, dass ich genau filtern muss. Wo sind die positiven Aspekte
42 zu sehen und zu finden, auch wenn sie mir nicht gefallen. Auch in Hinblick der
43 Organisation muss man gucken, welche Qualität es braucht und welcher Standard
44 erforderlich ist, so dass ich ihn auch erreichen kann und es auch für die Zielgruppe
45 passt letztendlich.“
- 46 I.: „Welches Thema sollte Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen, um einen
47 Medienraum in adäquater Weise anbieten zu können?“
- 48 J: „Vertieft werden muss auf jeden Fall das Positive der neuen Medien, wo liegt
49 wirklich der Vorteil und wie kann man den Kindern die Begrifflichkeit herleiten, als
50 aber auch die Gefahren aufzeigen.“
- 51 I.: „Was glauben Sie, wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz
52 abgeschnitten hätten?“
- 53 J: „Das ist schwer zu sagen, aber in bestimmten Abschnitten von 80- bis 100%.“
- 54 J.: „Ich glaube schon, dass sie mehr Ahnung haben als ich im persönlichen Bezug.“
- 55 I.: „Würden Sie Ihre Medienkompetenz höher Einschätzen als die Medienkompetenz
56 ihrer Besucher (durchschnittlich)?“
- 57 J.: „Natürlich nicht, sonst hätte ich ja höhere Zahlen.“
- 58 I.: „Gibt es einzelne Bereiche, in denen Ihnen die Jugendlichen „voraus“ seinen
59 könnten?“
- 60 J.: „Also nicht nur könnten, sie können es.“

61 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“

62 J.: „Grundsätzlich positiv, wenn Rahmenbedingungen erfüllt sind. Fachlichkeit,
63 Personal und Technik.“

64 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“

65 J.: „Soziale Netzwerken bürden die Gefahr der Anonymität und der Meinungsmache,
66 wie auf Twitter und als konkretes Beispiel die AfD auf Facebook, die sich doch
67 sehr vernetzt hat und den Vorteil des Netzwerkes wahrgenommen hat.“

68 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
69 installieren?“

70 J.: „Grundsätzlich gerne, finde ich gut.“

71 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“

72 J.: „Man kann mit den Medien und Kindern verantwortungsvoll arbeiten, als auch die
73 positiven und negativen Aspekte herausarbeiten und ihnen diesen
74 Erfahrungsspielraum geben.“

75 I.: „Haben Sie bereits Erfahrungen in anderen Einrichtungen mit einem Medienraum
76 gemacht? Wenn ja, wie waren diese?“

77 J.: „Ich glaube nicht das ich bereits Erfahrungen gemacht habe. Höchstens in einer
78 Schule oder sonst wo, aber nicht in einer OKJA Einrichtung wie wir sie sind.“

79 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung für die Nutzung eines Medienraums
80 abgedeckt werden?“

81 J.: „Mir wäre es wichtig, dass man Filme schneidet und man mit den Medien kreativ
82 umgeht und den Kindern die Informationsumwandlung so klar an die Hand gibt,
83 dass sie Inhalte kritisch hinterfragen können und sich die positiven Aspekte des
84 Internets zu eigen machen können.“

85 I.: „Welchen dieser Bereiche könnten Sie Ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
86 Jugendlichen entsprechend abdecken?“

87 J.: „Zur Zeit keinen, ich könnte mir aber vorstellen für die Rahmenbedingungen zu
88 sorgen.“

89 I.: „Wo sehen Sie den Mehrwert für Ihre Einrichtung?“

90 J.: „OKJA heißt es, sich an die Trends zu orientieren, da man das Bedürfnis der
91 Jugendlichen berücksichtigen muss.“

92 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“

93 J.: „Meine eigene konservative Haltung ein Stück weit aufzugeben und was Neues zu
94 lernen, mich mehr dafür zu öffnen.“

95 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?“

96 J.: „Man muss die positiven Dinge nutzen und damit was Neues gestalten.“

97 I.: „Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?“

98 J.: „Grundsätzlich als sehr vielfältig, er ist leider sehr Erwachsenen unbesetzt und ich
99 erlebe es häufig, dass die Jugendlichen allein gelassen werden und sie Dingen
100 ausgesetzt sind, die sie kaum überschauen können.“

101 I.: „Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf den Lebensraum der
102 Jugendlichen?“

103 J.: „Als eine große Chance für beiden Seiten. Wir müssen ihnen Vertrauen geben und
104 sie müssen die Chance als solche erkennen, daran zu wachsen und neue
105 Erfahrungen zu sammeln.“

106 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der
107 Lebensweltorientierung der Jugendlichen?“

108 J.: „Eine große Bedeutung, da sie in der jugendlichen Welt drin vorkommt und das
109 nicht zu knapp, sowie in der Erwachsenenwelt ebenfalls. Dem müssen wir uns
110 widmen.“

111 I.: „Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“

112 J.: „Eigentlich ziemlich groß, man muss ja nicht nur neues lernen, sondern auch die
113 Adressaten berücksichtigen. Das macht ganz viel Arbeitszeit aus und da ist die
114 Frage, ob es in meinem Alter sinnvoll ist. Man könnte mit mir als Ansprechperson
115 des Bereiches Gefahr laufen, dass man mich aufgrund meiner älteren Erscheinung
116 nicht als authentisch und kompetent genug betrachtet, wenn man es auf die
117 Öffentlichkeitswahrnehmung bezieht.“

118 I.: „Wie hoch ist die Motivation, sich in dem Bereich fortzubilden?“

119 J.: „Hoch.“

120 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“

121 J.: „Ich muss bestimmt die Grundelemente und Begriffe neu lernen und begreifen,
122 sowie wie ich die einzelnen Medien untereinander vernetzen kann.“

123 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“

124 J.: „Also ich weiß das es welche gibt, das heißt ich muss sie nur suchen, buchen und
125 dann machen.“

126 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung deines Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?“

127 J.: „Ich glaube da ist die Haltung, ja, machen wir. Wir haben zuvor noch zu wenig
128 Auge draufgelegt und man muss dabei definitiv im Blick behalten, dass die Face to
129 Face Kommunikation nicht in den Hintergrund rückt.“

130 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“

131 J.: „Nein.“

132 I.: „Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept
133 unbedingt erfasst werden?“

134 J.: „Welches Medium kann man erlernen mit welchem Zeitaufwand und welches
135 macht konstruktiv Sinn.“

136 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“

137 J.: „Das Missbrauch betrieben wird und das es keine klaren Grenzen gibt, wo
138 Missbrauch anfängt.“

1 Interview IV - Lisa
2
3 I.: „Haben Sie diese Ergebnisse erwartet?“
4 L.: „Manche ja, manche eher nicht.“
5 I.: „Welches Ergebnis hat Sie überrascht (Bereich)?“
6 L.: „Im Bereich der Klienten und Jugendarbeit.“
7 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“
8 L.: „So richtig gefreut eigentlich über gar keins besonders.“
9 I.: „Haben Sie andere, evtl. bessere Ergebnisse erwartet? (Speziell in welchen
10 Bereichen?)“
11 L.: „Ich habe diese Ergebnisse eigentlich auch so erwartet.“
12 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie besonders gut abgeschnitten haben, wenn ja, welche
13 waren das?“
14 L.: „Im zweiten Teil.“
15 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
16 waren das?“
17 L.: „Im Ersten Teil, aber es waren eigentlich nicht wirklich auffallend wenig.“
18 I.: „War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?“
19 L.: „Das war mir bewusst.“
20 I.: „Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?“
21 L.: „Mir ist bewusst geworden, wie umfangreich das ganze Gebiet der Medien ist.“
22 I.: „Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“
23 L.: „Ja wie gesagt, den Umfang des ganzen Themas.“
24 I.: „Welches Thema sollte Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen, um einen
25 Medienraum in adäquater Weise anbieten zu können?“
26 L.: „Zunächst vor allem den rechtlichen Hintergrund und auch die Handhabung mit
27 dem Thema Sicherheit, wie wir uns auch rechtlich absichern können.“
28 I.: „Was glauben Sie, wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz
29 abgeschnitten hätten?“
30 L.: „Ich glaube nicht, dass wir so viel Unterschied haben. Jedoch in ein paar Apps habe
31 ich das Problem, den Sinn zu finden und verwende diese deshalb nicht.“
32 I.: „Würden sie Ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die Medienkompetenz
33 ihrer Besucher (durchschnittlich)?“
34 L.: „Ja, bei einigen mehr, bei manchen eher weniger.“
35 I.: „Gibt es einzelne Bereiche, in denen Ihnen die Jugendlichen „voraus“ seinen
36 könnten?“
37 L.: „Ja, in bestimmten Apps wie Snapchat. Aus dem Grund, da ich sie selber nicht
38 nutze.“
39 I.: „Wie stehen sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“
40 L.: „Da bin ich ganz offen für, finde ich vernünftig.“
41 I.: „Wie stehen sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“
42 L.: „Mit einem verantwortungsvollen Umgang bewerte ich diese als gut.“

- 43 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
44 installieren?“
- 45 L.: „Fände ich generell gut, hat aber praktische Pferdefüße. Zum Beispiel der
46 Räumlichkeiten und der rechtlichen Grundlage.“
- 47 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“
- 48 L.: „Man kann mit den Medien verantwortungsvoll arbeiten.“
- 49 I.: „Haben Sie bereits Erfahrungen in anderen Einrichtungen mit einem Medienraum
50 gemacht? Wenn ja, wie waren diese?“
- 51 L.: „Viel in Schulen und städtischen Jugendzentren. Diese waren vom Eindruck gut.“
- 52 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung für die Nutzung eines Medienraums
53 abgedeckt werden?“
- 54 L.: „Wissensvermittlung und Kompetenzvermittlung.“
- 55 I.: „Welchen dieser Bereiche könnten Sie Ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
56 Jugendlichen entsprechend abdecken?“
- 57 L.: „Verantwortungsvollen Umgang mit Medien und Wissensvermittlung.“
- 58 I.: „Wo sehen Sie den Mehrwert für Ihre Einrichtung?“
- 59 L.: „Man muss mit der Zeit gehen und man sollte damit mitfahren. Ich sehe es als
60 Bezugspunkt und Lockmittel, um Jugendliche anzusprechen und an das Haus
61 binden.“
- 62 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“
- 63 L.: „Zugang zu einer größeren Gruppe von Jugendlichen und breit gefächerter
64 Themen.“
- 65 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?“
- 66 L.: „Es bedeutet für mich als ortsansässige Einrichtung mehr Kontakt zu der
67 Zielgruppe zu bekommen.“
- 68 I.: „Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?“
- 69 L.: „Sie bewegen sich viel in sozialen Medien und es wird immer schwieriger meiner
70 Meinung nach, nach draußen zu gehen und das sie sich selber beschäftigen.“
- 71 I.: „Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf den Lebensraum der
72 Jugendlichen?“
- 73 L.: „Ein Medienraum ist zeitgemäß und spielt in den Lebensraum rein, von daher ist es
74 attraktiver für sie.“
- 75 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der
76 Lebensweltorientierung der Jugendlichen?“
- 77 L.: „Eine große Bedeutung für mich und für die Jugendlichen. Sie sind halt digital
78 natives.“
- 79 I.: „Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“
- 80 L.: „Selbstverständlich.“
- 81 I.: „Wie hoch ist die Motivation, sich in dem Bereich fortzubilden?“
- 82 L.: „Hoch.“
- 83 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“
- 84 L.: „Ich verstehe mich selbst als klassischen Allrounder, spezifische Themen fallen mir

85 nicht ein.“
 86 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“
 87 L.: „Ja, auf jeden Fall.“
 88 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung Ihres Teams ein, sich in dem Bereich fortzubilden?“
 89 L.: „Es ist abhängig von der Motivation.“
 90 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“
 91 L.: „Ja“
 92 I.: „Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept
 93 unbedingt erfasst werden?“
 94 L.: „Soziale Medienplattformen und Downloads und auf Hinweise auf die immense
 95 Wichtigkeit auf AGB.“
 96 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“
 97 L.: „Die Jugendliche könnten weiter in die Mediennutzung fallen und wir würden dem
 98 so positiv entgegenwirken.“

1 Interview V - Fabian

2
 3 I.: „Haben Sie die Ergebnisse erwartet?“
 4 F.: „Ja.“
 5 I.: „Welches Ergebnis hat Sie überrascht, in welchem Bereich?“
 6 F.: „Im Ersten, im Klienten-, Jugendlichen- und Elternbereich.“
 7 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“
 8 F.: „In dem Punkt Meine Kollegen.“
 9 I.: „Haben Sie andere, eventuell bessere Ergebnisse erwartet, wenn ja, in welchen
 10 Bereichen speziell?“
 11 F.: „In dem Bereich meine Klienten.“
 12 I.: „Gab es Bereiche in den Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
 13 waren das?“
 14 F.: „Das war auch in dem Bereich meine Klienten.“
 15 I.: „Dann kommen wir zum zweiten Punkt: Bedeutung und Ausmaß. War Ihnen das
 16 Ausmaß des Themas bewusst?“
 17 F.: „Ja.“
 18 I.: „Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?“
 19 F.: „In Bezug auf meine Klienten hat es mich schon verändert in meiner Sichtweise. Im
 20 Sinne davon, dass da noch Nachholbedarf ist.“
 21 I.: „Haben Sie neuer Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“

- 22 F.: „Erkenntnisse wären, dass ich deutlich mehr Elternarbeit leisten könnte.“
- 23 I.: „Welches Thema sollten Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen um
24 einen Medienraum Ihrer Meinung nach in adäquater Weise anbieten zu können?“
- 25 F.: „Das wäre wichtig, dass alle meine Kollegen die gleich Haltung haben und sich
26 ebenfalls fortbilden wollen.“
- 27 I.: „Dann kommen wir zum dritten Punkt: Die persönliche Meinung. Was glauben Sie,
28 wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz abgeschnitten hätten?“
- 29 F.: „Teilweise genau wie ich, aber in Bezug auf Elternarbeit können sie eigentlich
30 quasi mit nein jeweils antworten.“
- 31 I.: „Würden Sie ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die ihrer
32 durchschnittlichen Besucher?“
- 33 F.: „Ja.“
- 34 I.: „Gibt es einzelne Bereiche in denen Ihnen die Jugendlichen voraus sein könnten?“
- 35 F.: „Sehr unwahrscheinlich.“
- 36 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“
- 37 F.: „Da bin ich geteilter Meinung. Zu einer Ansicht komme ich, dass ein Medienraum
38 nicht mehr zeitgemäß ist, jedoch bietet er aber auch eine Art Schutzraum für die
39 Jugendlichen.“
- 40 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“
- 41 F.: „Wenn man den bewussten Umgang damit hat, dann können diese sehr effizient
42 sein, meiner Meinung nach.“
- 43 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
44 installieren?“
- 45 F.: „Für unsere Einrichtung speziell betrachtet ist es denke ich eine gute Idee.“
- 46 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“
- 47 F.: „Ich sehe den Medienraum als Wissensvermittler und Schutzraum an.“
- 48 I.: „Haben Sie bereits in anderen Einrichtungen Erfahrungen mit einem Medienraum
49 gemacht, wenn ja, wie waren diese?“
- 50 F.: „Nein, habe ich nicht.“
- 51 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung nach für eine adäquate Nutzung eines
52 Medienraums abgedeckt werden?“
- 53 F.: „Mhh. Theoretische Grundlage sollte abgedeckt sein und genügend Personal was
54 diese inne hat.“
- 55 I.: „Welchen dieser Bereiche können Sie ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
56 Jugendlichen entsprechend abdecken?“
- 57 F.: „Ich könnte die theoretische Grundlage schaffen, ich könnten einen Leitfaden
58 erstellen und ich könnte im Team zusammen den Jugendlichen das praktisch
59 vermitteln und theoretisch und könnte mir vorstellen daraus eine AG, oder ein
60 Projekt zu erstellen.“
- 61 I.: „Dann kommen wir zum nächsten Punkt: Mehrwert. Wo sehen Sie den Mehrwert
62 für Ihre Einrichtung?“
- 63 F.: „Der Mehrwert für unsere Einrichtung wäre zum einen, dass sie attraktiver werden

- 64 würde daraus. Man eine breitere Zielgruppe ansprechen könnte und besonders eine
65 Zielgruppe die sonst nicht zu den Stammesbesuchern zählt in unserem Haus.“
- 66 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“
- 67 F.: „Mein persönlicher Mehrwert wäre, dass ich den Jugendlichen im Rahmen der
68 Beziehungsarbeit noch einmal anders begegnen könnte, ich mich selbst fortbilden
69 könnte und gemeinsam mit den Jugendlichen am Modell lernen könnten, praktisch
70 gesehen.“
- 71 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte Offene Kinder und Jugendarbeit?“
- 72 F.: „In der OKJA bin ich der Meinung, dass man ohne der Aufrüstung der Technologie
73 langfristig auf der Strecke bleibt und die Jugendlichen nicht mehr erreicht. Ich
74 denke das wenn man sich entsprechend fortbildet, schafft das nochmal eine andere
75 Art der Begegnung mit der Zielgruppe und schafft einen neuen thematischen Inhalt,
76 mit dem man der Zielgruppe entsprechend begegnen kann.“
- 77 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Lebenswelt. Wie beschreiben Sie den Lebensraum der
78 Jugendlichen?“
- 79 F.: „Der Lebensraum der Jugendlichen spielt sich oftmals m schulischen Kontext
80 wieder. Im medialen Kontext sehr oft und häufig, aber auch in Vereinen.“
- 81 I.: „Wie bewerten Sie den Lebensraum bezogen auf die Lebenswelt der
82 Jugendlichen?“
- 83 F.: „Ich glaube der Medienraum spiegelt nicht die tatsächliche Wahrnehmung dar, wie
84 sie ihre Umwelt erleben, sondern bietet vielmehr einen Schutzraum für sie. Jedoch
85 das eigentlich Erlebte passiert im Kontext von Schule, auf der Straße oder bei
86 Freunden.“
- 87 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang der
88 Lebensweltorientierung der Jugendlichen?“
- 89 F.: „Ich denke die Medien spiegeln einen großen Teil der Lebenswelt der Jugendlichen
90 dar und ich sehe es als wichtig an sich damit zu befassen.“
- 91 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Weiterbildung. Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“
- 92 F.: „Ja.“
- 93 I.: „Wie hoch ist die Motivation sich in dem Bereich fortzubilden?“
- 94 F.: „Sehr hoch.“
- 95 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“
- 96 F.: „Mein persönlicher Bedarf an Weiterbildung wäre im Bereich von
97 Nutzungsbedingungen was freies WLAN betrifft und ähnliches.“
- 98 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“
- 99 F.: „Ja.“
- 100 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung Ihres Teams ein sich in dem Bereich fortzubilden?“
- 101 F.: „Es ist sehr, glaube ich, geteilt. Es kommt aber glaube ich auch auf das Thema an
102 und den ersichtlichen Mehrwert für jeden einzelnen.“
- 103 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“
- 104 F.: „Ja.“
- 105 I.: „Dann zum nächsten Punkt: Konzept. Für eine Konzepterstellung, welche Punkte

106 sollten in einem erfolgreichen Konzept unbedingt erfasst werden?“
 107 F.: „Ähm, es sollte das Thema Personal festgelegt sein. Die Aufgaben, die
 108 Zuständigkeiten, die Zielsetzung, die Zielgruppe und welche Finanzierung damit
 109 verbunden wäre.“
 110 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“
 111 F.: „Die Gefahr wäre die Unwissenheit der Mitarbeiter im jetzigen Zeitraum im Bezug
 112 darauf, dass manche nicht kontrollieren können was diese gerade tun und die
 113 Außenwirkung könnte auch ein wenig leiden.“
 114 I.: „Okay, dann bedanke ich mich bei Ihnen für das Interview.“
 115 F.: „Bitte.“

1 Interview VI - Tobias

2

3 I.: „Haben Sie diese Ergebnisse erwartet?“
 4 T.: „Ja, dich mich auch Privat viel mit Medien beschäftige, hat mich das Quiz in
 5 meiner Annahme bestätigt.“
 6 I.: „Welches Ergebnis hat Sie überrascht (Bereich)?“
 7 T.: „Eigentlich gar keins so wirklich richtig.“
 8 I.: „Über welches Ergebnis haben Sie sich besonders gefreut?“
 9 T.: „Im Allgemeinen habe ich mich über mein Ergebnis sehr gefreut.“
 10 I.: „Haben Sie andere, evtl. bessere Ergebnisse erwartet? (Speziell in welchen
 11 Bereichen?)“
 12 T.: „Eigentlich nicht wirklich, nein.“
 13 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie besonders gut abgeschnitten haben, wenn ja, welche
 14 waren das?“
 15 T.: „Ich war eigentlich in allen Bereichen ganz gut unterwegs meiner Meinung nach.“
 16 I.: „Gab es Bereiche in denen Sie auffällig wenig Prozente hatten, wenn ja, welche
 17 waren das?“
 18 T.: „Nein.“
 19 I.: „War Ihnen das Ausmaß des Themas bewusst?“
 20 T.: „Das war mir durchaus bewusst, durch das Quiz sind mir die verschiedenen
 21 Facetten nochmal aufgezeigt worden.“
 22 I.: „Inwiefern hat das Quiz Ihre Sicht auf das Thema verändert?“
 23 T.: „Verändert nicht wirklich, eher wurde ich in meiner bisherigen Ansicht bestätigt.“
 24 I.: „Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen, wenn ja, welche?“
 25 T.: „Das es ein sehr wichtiges und heutzutage omnipräsentes Thema geworden ist, dass
 26 aus der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken ist.“
 27 I.: „Welches Thema sollte Sie Ihrer Meinung nach unbedingt noch vertiefen, um einen
 28 Medienraum in adäquater Weise anbieten zu können?“

- 29 T.: „Eigentlich alles, es sollte von Grund auf alles klar und deutlich sein.“
- 30 I.: „Was glauben Sie, wie die Jugendlichen in Ihrer Einrichtung bei dem Quiz
31 abgeschnitten hätten?“
- 32 T.: „Ich glaube schon, dass sie mehr Ahnung haben als ich im persönlichen Bezug.“
- 33 I.: „Würden Sie Ihre Medienkompetenz höher einschätzen als die Medienkompetenz
34 ihrer Besucher (durchschnittlich)?“
- 35 T.: „Definitiv nicht.“
- 36 I.: „Gibt es einzelne Bereiche, in denen Ihnen die Jugendlichen „voraus“ seien
37 könnten?“
- 38 T.: „In allen Bereichen, die soziale Medien betreffen. Anwendungen von Apps und
39 Programmen. Multifunktionale Verwendung vom Medium Smartphone.“
- 40 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu einem Medienraum?“
- 41 T.: „Wenn man klar hat, welche Funktion und Aufgabe er hat, stehe ich ihm positiv
42 entgegen. Das müssen wir aber auch selber leisten. Momentan sehe ich eher einen
43 Zocker Raum, welches für mich eher die momentane Priorität ist, dies den Teenies
44 zu ermöglichen. Das kann sich dazu hinbewegen, jedoch momentan sehe ich dies
45 nicht. Ein Mehrwert des Medienraums sehe ich jedoch schon, dazu müsste jemand
46 sich aber auskennen.“
- 47 I.: „Wie stehen Sie grundsätzlich zu sozialen Medien?“
- 48 T.: „Aus der Sicht der beruflichen Perspektive können sie mir helfen, meine Zielgruppe
49 zu erreichen. Wir können sie in ihrem Lebensraum antreffen und sie für bestimmte
50 Angebote werben. Aus privater Sicht kann ich nicht nachvollziehen, wie das
51 Nutzerverhalten von bestimmten Menschen sich von dem realen unterscheidet.
52 Ebenso finde ich es schade, wenn Leute sich den wirklichen Momenten entziehen
53 um Fotos zu machen, ebenso verstehe ich die Motive nicht. Zudem ist die
54 Datenschutz Geschichte für mich schwierig aus der Sicht des Endkunden.“
- 55 I.: „Was halten Sie von der Idee einen Medienraum in Ihrer Einrichtung zu
56 installieren?“
- 57 T.: „Wenn das Personal fest ist, welches das leisten kann und wir definiert haben was,
58 dann gerne.“
- 59 I.: „Welche Erwartungen haben Sie an den Medienraum?“
- 60 T.: „Alles funktioniert am Ende des Tages und alles läuft reibungslos - ohne
61 Techniker/Experten. Es soll ein großer Anzugspunkt sein, an dem sie gerne sitzen
62 und zocken/Sachen erstellen. Die Ausstattung sollte dem aktuellen Standard
63 entsprechen. Eine Art Workshop wäre schön, da inhaltlich schon was passieren
64 sollte als Beispiel: Medienprojekt, Zeitungsprojekt, Internetführerschein etc. Jedoch
65 nur unter der Prämisse, das dort unten jemand ist, der das leisten kann.“
- 66 I.: „Haben Sie bereits Erfahrungen in anderen Einrichtungen mit einem Medienraum
67 gemacht? Wenn ja, wie waren diese?“
- 68 T.: „Bistro Charlie in Rheine hat ebenfalls einen Medienraum. Dieser hat zwei
69 Funktionen. Zwei PCs und eine Playstation + Bett. Es gibt dort keinen Pfand und es
70 kann jeder ran. Katharina, die Leitung, sagt es läuft sehr gut. Es gibt dort kaum

- 71 Folgen von Vandalismus oder Diebstahl. In Ochtrup gibt es zwei neue PC. Diese
72 stehen in einer Medienecke, einsehbar vom Café aus. Seit- dem diese da sind, sitzt
73 dort niemand. Die Nutzung ist gleich null. In mehreren Häusern, wie z.B in
74 Hopsten, gibt es einen separaten Raum (4-5 PC), welche gut benutzt werden. Dieser
75 wird größtenteils für Recherchen, Facebook und Spiele benutzt. Es steht und fällt
76 meiner Meinung nach mit dem Ort und der Person, der dafür zuständig. Eventuell
77 liegt es auch an dem Besucher Klientel, die uns besuchen. Demnach ist die
78 Erwartung aufgrund der Ansichten der anderen Einrichtungen bunt gemischt.“
- 79 I.: „Welche Bereiche sollten Ihrer Meinung für die Nutzung eines Medienraums
80 abgedeckt werden?“
- 81 T.: „Inhaltliches Arbeiten. Hierbei müssen wir Initiator sein und Ideen/Impulse geben.
82 Spiel, Spaß und Lernen wäre dort meine Sicht der Dinge. Themen wie Gewalt kann
83 man zum Beispiel auch thematisieren und schauen, wie sie darauf reagieren.“
- 84 I.: „Welchen dieser Bereiche könnten Sie Ihrer Meinung nach den Ansprüchen der
85 Jugendlichen entsprechend abdecken?“
- 86 T.: „Ich könnte den Zocker Bereich abdecken. Dort sehe ich mich als aktiven Teil, als
87 Initiator und kann über aktuelle Themen mitreden. Ich habe eine gute Übersicht im
88 Spiele Bereich. Ich könnte Rahmenmöglichkeiten schaffen, Bedarfe erkennen und
89 diese konkret planen/organisieren. Besonders kann ich mich um die Gelder
90 bemühen und Zeit + Raum planen. Praktisch umsetzen eher weniger.“
- 91 I.: „Wo sehen Sie den Mehrwert für Ihre Einrichtung?“
- 92 T.: „Es wird ein zusätzlicher Raum für Jugendliche geschaffen, wir sind dort auf dem
93 neuesten Stand der Technik. Wir können der Zielgruppe das bieten, sind
94 gleichzeitig attraktiver. Von der Atmosphäre könnte viel bieten und sich auf das
95 gesamte Haus übertragen. Er ist ansehnlich, modern und lädt ein.“
- 96 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für sich?“
- 97 T.: „Ich könnte mit den Jugendlichen auf einer anderen Ebene in Kontakt kommen. In
98 dem Bereich könnte ich mich selber fortbilden, es praktisch umsetzen wäre ein
99 Reiz.“
- 100 I.: „Welchen Mehrwert sehen Sie für die gesamte OKJA?“
- 101 T.: „Man stellt sich breiter auf und man kann den Einzelfall besser dezidiert
102 ansprechen, jedoch aber auch größere Gruppen von Jugendlichen ansprechen.
103 OKJA kann so anders erlebt werden.“
- 104 I.: „Wie beschreiben Sie den Lebensraum der Jugendlichen?“
- 105 T.: „Ich sehe die Lebenswelt der Jugendlichen als Raum der Möglichkeiten,
106 Informationen. Sie sind immer im Zugzwang zu interagieren (WhatsApp und Co.)
107 und können kaum abschalten. Ebenso finde ich es schwer für Jugendliche, sich
108 Lebensräume zu erkämpfen. Ich finde es schwer für Jugendliche, sich von den
109 Jugendlichen abzugrenzen. Erwachsene nähern sich immer mehr den Jugendlichen,
110 anders als in den 60ern. Den Jugendlichen fehlt es an persönlicher Zeit, was ein
111 weniger selbstbestimmtes Handeln herbeiführt.“
- 112 I.: „Wie bewerten Sie den Medienraum bezogen auf den Lebensraum der

113 Jugendlichen?“

114 T.: „Positiv, da sie dort die Chance haben für sich zu sein. Dort können sie sich
115 ausleben und ihre Bedürfnisse ausleben. Dort können sie auch thematisch
116 arbeiten und ihren Bedürfnissen gerecht werden durch unser inhaltliches
117 Einwirken.“

118 I.: „Welche Bedeutung haben Medien für Sie im Zusammenhang mit der
119 Lebensweltorientierung der Jugendlichen?“

120 T.: „Ich schreibe den Medien eine sehr hohe Bedeutung zu. Die ständige
121 Erreichbarkeit, das ständige Interagieren und Repräsentieren von sich selbst nimmt
122 viel Platz ein.“

123 I.: „Sind Sie bereit sich weiterzubilden?“

124 T.: „Ja.“

125 I.: „Wie hoch ist die Motivation, sich in dem Bereich fortzubilden?“

126 T.: „Fortbildung ist immer positiv, jedoch ist der Bereich nicht der größte Teil meines
127 Fokus. Sehe ich den direkten Nutzen, bin ich definitiv bereit. Dort ist zu gucken, in
128 welchem Umfang es möglich ist, sich weiterzubilden. Praktische „Know
129 How“ Stunden in Bezug der Anwendung würden mir definitiv was bringen, jedoch
130 interessiert mich weniger der Hardware/Software Hintergrund.“

131 I.: „Wo sehen Sie persönlich Bedarf für eine Weiterbildung?“

132 T.: „Im Bereich Administration und Vertragsrecht. Kreativer Umgang mit Medien,
133 sprich wie geht was.“

134 I.: „Sind Möglichkeiten zur Medienkompetenzaneignung bekannt?“

135 T.: „Nein, eigentlich nicht.“

136 I.: „Wie schätzen Sie die Haltung deines Teams ein, sich in dem Bereich
137 fortzubilden?“

138 T.: „Gen Null. Ich fände es jedoch gut, wenn einer der Hauptamtlichen davon Ahnung
139 hat.“

140 I.: „Verfügen Sie über entsprechende Literatur?“

141 T.: „Nein“

142 I.: „Für eine Konzepterstellung, welche Punkte sollten in einem erfolgreichen Konzept
143 unbedingt erfasst werden?“

144 T.: „Der IST Stand sollte erfasst werden, sowie Bedarfsgrundlagen. Ist diese
145 Zielgruppe überhaupt zu erreichen, oder ist es nur aufgedeckelt. Finanzierung muss
146 Inhalt sein, Zielsetzung muss klar sein. Ebenso muss es klar sein, wie der Erfolg
147 des Konzepts gemessen wird.“

148 I.: „Wo sehen Sie Gefahren bei der Nutzung eines Medienraums?“

149 T.: „Angst habe, ich das Dinge passieren, die wir nicht überwachen können. Eventuell
150 auch, dass wir von der Flut der Informationen, Bedarfe überrannt werden. Mir fällt
151 es schwer, manche Dinge im Bereich der Medienfragen anhand einer Gewichtung
152 zu priorisieren.“

**Anlage V - Reduktionsvorgang im Rahmen der zusammenfassenden
Inhaltsanalyse**

<i>Fall</i>	<i>Seite (Zeile)</i>	<i>Nr.</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>Generalisierung</i>	<i>Reduktion</i>
I	108 (17)	1	Nein, das Ausmaß war nicht bewusst	Unbewusstes Ausmaß	K1 - Ausmaß war nicht bewusst, Wissen nicht weitergegeben, neue Fachbegriffe gelernt
I	108 (19)	2	Müsste mehr Menschen informieren	Wissens- /Kenntnisvermittlung	
I	108 (21+22)	3	Neue Fachbegriffe wie Push-Nachrichten gelernt	Neue Erkenntnisse gewonnen	
I	108/109 (40-42)	4	Ein Medienraum ist sinnvoll, da die Jugendlichen kostenlos vor Ort spielen können	Medienraum ist sinnvoll	K2 - Medienraum ist sinnvoll, hat positive Seiten aber auch Risiken, Dinge wie Privateinstellungen, aus täglichem Gebrauch bewusst
I	109 (44-46)	5	Gespalten, zum Unterhalten gut, schlecht wegen Cyber Mobbing, Unwissenheit und leichtfertigem Umgang	Es gibt positive Seiten aber auch Risiken	
I	109 (68)	6	Privateinstellungen bei Facebook und so	Privateinstellungen	K10 – Privateinstellungen könnten Thema für die Zielgruppe sein
I	109 (70-72)	7	Kann Dinge aus dem täglichen Gebrauch, Sachen im Internet aufrufen und runterladen	Sachen aus täglichem Gebrauch sind bewusst	
I	109 (75+76)	8	Mehrwert durch mehr Besucher, neue Playstation als Anziehungspunkt für Jugendliche	Mehrwert durch angezogene Jugendliche besteht	K3 - Mehrwert für - Einrichtung, - Sich selbst, - Gesamte OKJA
I	109 (78)	9	Sicherer Umgang mit Internet allgemein und mit Medien	Persönlicher Mehrwert	K7 – Mehrwert für die Fachlichkeit
I	109/110 (80-83)	10	Weltweite Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, politischer und Öffentlichkeitsbereich transparenter, Klienten einladen	Mehr Kommunikationsmöglichkeiten Zugang zu Klienten, Transparenz	K8 – Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen ist gegeben und auch die Attraktivität/Bedeutung
I	110 (86)	11	Aufregende Lebenswelt	Abenteuer Lebensraum	K4 - aufregende Lebenswelt mit und durch Medien - Aber auch eingeschränkt - Leben ohne Medien unvorstellbar
I	110 (89+90)	12	Face-to-face Kontakt trotz Einschränkung durch Medien	Medien schränken Lebenswelt ein	
I	110 (93+94)	13	Medien sind lebensnotwendig und Teil der Lebensweltorientierung der Jugendlichen	Leben der Jugendlichen ohne Medien nicht vorstellbar	
I	110 (96)	14	Bereitschaft zur Weiterbildung	lernbereit	K5 - Weiterbildung - Lernbereit - Hoch motiviert - Bereits Fortbildung gehabt - Einrichtung, Cenk, LWL
I	110 (98-101)	15	Sehr motiviert, hat bereits an einer Fortbildung für Smartphones und Pads teilgenommen	Hoch motiviert, bzgl. Smartphones und Pads bereits fortgebildet	
I	110 (103+)	16	Persönlicher Bedarf bei aktuellen/neuen Medien	Bedarf bei aktuellsten sozialen Medien	

	104)		sowie Apps und soziale Plattformen		- Geringe Haltung des Teams
I	110 (106)	17	Beim Interviewer, Cenk und LWL Klinik	Einrichtung, Cenk und LWL	K5 – Weiterbildungsoptionen sind bekannt
I	110 (108)	18	Haltung des Teams eher gering	Geringe Haltung	K9 – Fremdeinschätzung ist der Haltung des Teams ist eher gering
I	110 (113-115)	19	Konzepterstellung durch Person mit entsprechendem fachlichen Know-how auf allen Gebieten, geschützter Raum mit rechtlichen Vorgaben	Konzept durch Fachkraft, sicherer und rechtlich geschützter Raum	K6 - Entwicklung eines Konzeptes <ul style="list-style-type: none"> • Fachliches Know-how in allen Bereichen • Geklärte Rechtsgrundlagen • Kriminelles Verhalten • Erlaubnis der Eltern für Dauer und Nutzen
I	110 (117-119)	20	Kriminelles Handeln, Verständnis und Einverständnis durch die Eltern bzgl. Dauer und Möglichkeiten/Angeboten	Rechtsverstöße, Erlaubnis durch die Eltern	K1 – Ausmaß - größeres Ausmaß
II	111 (36+37)	21	Ausmaß sogar größer eingeschätzt, mehr Fachfragen erwartet, trotz dessen von gutem Umfang	Größeres Ausmaß, fachbezogener, dafür umfangreich	K1 – Ausmaß, Auswirkung auf Lebensweise erfassen
II	111/112 (39-46)	22	Erweiterte Sicht auf das Thema, Umfang und Umfang erkennen, Lebensweise ändert sich, Resümee - intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema ratsam, Umgang der Kinder kann im offenen Bereich gefährlich werden	Größe, Ausmaß begreifen, Auswirkung auf Lebensweise, Auseinandersetzung intensivieren, unsicher im offenen Bereich	- Auseinandersetzung intensivieren - unsicher im offenen Bereich
II	112 (48)	23	Umfang in der Form nicht bewusst	Umfang nicht ersichtlich	K 4 – Haltung bzg. Medialer Kenntnisse
II	112 (74+75)	24	Positiv - mit regelmäßigem Angebot und inhaltlich sowie technisch geschulten Mitarbeiter	Gute Sache bei Angeboten und Mitarbeitern mit entsprechender Fachlichkeit	- positiv, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt werden - Meinung zu sozialen Medien ist gut
II	112 (77-79)	25	Gut, die Zeit ohne Handys ist noch bekannt, auch mit Handy war die Zeit nicht ausschließlich positiv,	Meinung zu sozialen Medien gut, Veränderung durch Handys - nicht immer positiv, schnelle	gut

			schnelle Hilfe durch gute Vernetzung möglich	Hilfe dank guter Vernetzung	K3 – Eigener Wissensbedarf - Fortbildungsbedarf
II	113 (96)	26	Kann jeden Bereich abdecken, aber keinen zu 100%	Kann nicht alle Bereiche zu 100% abdecken	K10 –
II	113 (98-100)	27	Es könnte ein Service Angebot für Jugendliche sein, aus dem Projektbezogene Gruppen entstehen und der Rest findet im häuslichen Rahmen statt.	Angebote und Projektgruppen können in der Einrichtung stattfinden – der Rest passiert im häuslichen Lebensraum	Konzeptgestaltung - Angebote und Projekte können intern in Form von Gruppen stattfinden
II	113 (102+103)	28	Positive Haltung zum nötigen Umstand, sich mehr mit der Thematik auseinandersetzen zu müssen	Haltung zur nötigen Anforderung der Wissensaneignung ist positiv	K4 – Haltung zur Anforderung der Wissensaneignung ist positiv
II	114 (128+129)	29	Es gibt eine Volkshochschule mit Bildungsangeboten und Bildungsangebote über das Bistum	Kenntnis über Fortbildungsmöglichkeiten über die Volkshochschule und das Bistum sind vorhanden	K5 – Kenntnis über Fortbildungsangebote ist bekannt
II	114 (136+138)	30	Ziele müssen vorher klar sein, so wie der Anspruch Gruppendynamische Prozesse zu implementieren und die Art der Angebotsgestaltung	Ziele müssen Gruppendynamische Prozesse und Art der Angebotsgestaltung berücksichtigen	K10 - Konzeptgestaltung - Ziele müssen Prozesse und die Gestaltung mit einbinden
II	114 (140+141)	31	Angst vor dem Verlieren des Überblicks und das illegale Dinge passieren	Angst vor illegalen Tätigkeiten im Haus aufgrund mangelnder Fähigkeit die Übersicht zu bewahren	K10 – Angst vor Übersichtsverlust - Übersicht muss bewahrt werden
III	115 (32-35)	32	Bewusstsein der gesamtgesellschaftlichen Betrachtung ist gegeben. Bewusstsein der positiven Faktoren kam durch die Frage. Es ist erforderlich, ressourcenaktivierend zu arbeiten, um einen guten Umgang zu erlernen.	Bewusstsein der gesellschaftlichen Betrachtung und positiven Faktoren führt zur nötigen Heranziehung ressourcenaktivierender Maßnahmen	K3 – Ressourcenaktivieren des Arbeiten ist nötig
III	115 (37-39)	33	Wahrnehmung der Unfähigkeit hat sich bestätigt und daraus resultiert der Umstand, sich in der Thematik fortzubilden	Wahrnehmung des aktuellen, niedrigen Wissensstand ist bekannt und wird als nötig betrachtet, diesen zu verbessern	K4 – Eigene Haltung zur Weiterbildung ist positiv
III	115 (41-45)	34	Filtern ist eine wichtige Anforderung, um positive Faktoren zu sehen und um eine Qualität festzulegen. Ebenso muss beachtet werden, ob diese für die	Eine differenzierte Betrachtung ermöglicht eine Festlegung der Qualität und des Anspruchs, welche der Zielgruppe gerecht	K10 – Anforderung an die Konzeptgestaltung - differenzierte Betrachtung für Qualitätsfestlegung und Ausrichtung auf

			Zielgruppe passt	werden muss	Zielgruppe
III	116 (62+63)	35	Grundsätzlich positive Einstellung, wenn Rahmenbedingungen wie Fachlichkeit, Personal und Technik erfüllt werden	Grundsätzlich positive Haltung, sofern die Rahmenbedingung erfüllt wird	K4 – positive Haltung, sofern Rahmenbedingung erfüllt wird - Fachlichkeit, Personal und Technik K10 – Soziale Netzwerke birgen Gefahren - Anonymität - Meinungsmache
III	116 (65-67)	36	Soziale Netzwerke birgen Gefahren wie Anonymität, Meinungsmache .	Soziale Netzwerke birgen Gefahren	K6 – Josefs Eigenanteil ist die Definition der Rahmenbedingung K8 – Trends bestimmen u.a. die Bedürfnisse der Zielgruppe
III	116 (87+88)	37	Derzeit kann Josef nicht einen Bereich abdecken, kann aber die Rahmenbedingung abstecken	Josef kann nicht einen Bereich abdecken, aber die Rahmenbedingung definieren	K4 – Eigene Haltung muss offener werden K10 – Neugestaltung muss positive Dinge berücksichtigen
III	116 (90+91)	38	OKJA bedeutet Trends zu beobachten und diese an die Bedürfnisse anzupassen	Trends müssen an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst werden	K8 – Die Zielgruppe wird in ihrer Lebenswelt unzureichend begleitet und ist demnach überfordert K7 – Mehrwert ist die Chance für beide Seiten - Einrichtung muss Vertrauen geben - Zielgruppe kann reifen durch Erfahrung und Begleitung
III	116 (93+94)	39	Eigene konservative Haltung muss aufgegeben werden und er muss offener für Neues sein	Eigene Haltung muss offener für Neues sein, als für konservative Sichtweisen	
III	116 (96)	41	Positive Dinge müssen genutzt werden, um was Neues damit zu gestalten	Positive Dinge müssen für Neugestaltung berücksichtigt werden	
III	116 (98-100)	42	Grundsätzlich sind nicht viele Erwachsene in dem Lebensraum aktiv oder Begleiter da	Lebensraum der Zielgruppe ist Erwachsenenunbesetzt und so wird sie allein gelassen	
III	116/117 (103-105)	43	Es ist eine große Chance für beide Seiten. Wir geben Vertrauen und die Zielgruppe muss die Chance als solche begreifen, um an an dieser zu wachsen und neue Erfahrungen sammeln zu können	Es bietet eine Möglichkeit für beide Seiten, in der Vertrauen gegeben wird und die Zielgruppe dadurch reifen kann	

					K8 - Medienwelt ist für die Zielgruppe, als auch für Erwachsene ein Inhalt - demnach ist es ein Inhalt der OKJA
III	117 (108-110)	44	Medien haben eine große Bedeutung in der Welt der Jugendlichen und in der Erwachsenenwelt. Wir müssen uns dem dadurch annehmen.	Medien sind Bestandteil von Jugendlichen und Erwachsenen, demnach ist es ein Arbeitsinhalt von der OKJA	
III	117 (112-117)	45	Ziemlich großes Interesse an einer Fortbildung, jedoch müssen die Adressaten auch berücksichtigt werden. Der große Anteil der Arbeitszeit bedeutet auch die kritische Frage, ob es in dem Alter von Josef noch sinnvoll ist. Die Gefahr besteht auch aufgrund dessen, dass er als Ansprechperson nicht als gleichwertig betrachtet wird.	Es muss für nur eine Kompetenzerweiterung auch um die Adressaten gehen und das Alter des Mitarbeiters nach Sinnhaftigkeit bzgl. des Arbeitsaufwands berücksichtigt werden. Die Gefahr besteht darin, aufgrund des Alters als nicht gleichwertig betrachtet zu werden	K4 – Eigene Haltung ist positiv - hohe Bereitschaft zur Fortbildung - Adressaten müssen auch berücksichtigt werden - Alter muss bzgl. Arbeitsaufwand- und umfang nach Sinnhaftigkeit hinterfragt werden - Person kann als nicht gleichwertig wahrgenommen werden K4 – Eigene Bereitschaft zur Fortbildung ist hoch
III	117 (119)	46	Die Bereitschaft sich fortzubilden ist hoch	Hohe Bereitschaft zur Fortbildung ist gegeben	K3 – Eigener Wissensbedarf - Terminologie lernen - praktische Fähigkeit muss erworben werden
III	117 (121+122)	47	Grundelemente und Begriffe müssen neu erlernt und begriffen werden, ebenso wie einzelne Medien vernetzt werden können.	Terminologie ist zu erschließen und praktische Fähigkeit muss erworben werden	K5 – mediale Implementierung - kann über Fortbildungsmöglichkeiten realisiert werden - Bewusstsein der Verfügbarkeit ist gegeben - Fortbildungsmöglichkeiten müssen realisiert werden
III	117 (124+125)	48	Bewusstsein, dass es Fortbildungsmöglichkeit gibt, sind vorhanden. Er muss sie nur suchen, buchen und wahrnehmen.	Bewusstsein über die Verfügbarkeit von Bildungsmöglichkeiten gibt es und müssen wahrgenommen werden	K9 –

III	117 (127-129)	49	Grundsätzlich ist eine positive Bereitschaft vorhanden, jedoch ist kein Fokus zu erkennen und Face to Face Kommunikation darf nicht wegfallen.	Positive Grundhaltung und es muss ein Fokus gesetzt werden, wobei persönlicher Kontakt von Angesicht zu Angesicht nicht minimiert werden darf	Fremdeinschätzung - grundsätzlich hohe Bereitschaft - Fokus muss gesetzt werden - Persönlicher Kontakt darf nicht reduziert werden K10 –
III	117 (134+135)	50	Die Frage nach welchem Medium zu erlernen ist und welcher Zeitaufwand damit verbunden ist, sowie nach dem konstruktiven Sinn ist zu beachten.	Die Frage welches Medium kann in welcher Zeit erlernt werden und macht es konstruktiv Sinn, ist zu beantworten	Konzepterstellung - Frage nach Auswahl des Mediums - damit verbundenen Zeitaufwand - damit verbundenen konstruktiven Sinn K10 –
III	117 (137+138)	51	Angst vor Missbrauch durch keine klaren Grenzen, wo Missbrauch anfängt.	Angst vor Missbrauch durch fehlende Definition von Missbrauch in dem medialen Kontext	Konzepterstellung - Missbrauch muss definiert werden, um sich und die Zielgruppe davor zu schützen K1 – Ausmaß des Themas war grundsätzlich bewusst
IV	118 (19)	52	Ausmaß des Themas war bewusst.	Bewusstsein des Ausmaßes war bekannt	K2 – Neue Sichtweise - Bewusstsein über den Umfang des medialen Bereichs hat sich verändert
IV	118 (21)	53	Sicht auf den großen Umfang des Medienbereichs hat sich durch das Quiz verändert.	Sicht auf den Umfang des medialen Bereichs hat sich verändert	K2 – Neue Sichtweisen - Umfang des Themas wurde bewusster.
IV	118 (23)	54	Wie bereits erwähnt, der Umfang des Themas wurde bewusst	Umgang des Themas wurde bewusst	K4 – eigene Haltung ist positiv und Medienraum wird als vernünftig empfunden
IV	118 (40)	55	Offene Haltung zu einem Medienraum, wird für vernünftig empfunden.	Medienraum wird für vernünftig empfunden und offene Haltung ist vorhanden	K4 – Haltung bzgl. sozialer Medien ist positiv, bedarf jedoch eines
IV	118 (42)	56	Mithilfe eines verantwortungsvollen Umgangs werden soziale	Soziale Medien sind mittels eines verantwortungsvollen	

			Medien als positiv bewertet.	Umgangs als positiv zu bewerten	verantwortungsvollen Umgangs
IV	119 (57)	57	Ich kann den verantwortungsvollen Umgang mit Medien und Wissensvermittlung abdecken.	Verantwortungsvoller Umgang in der medialen Arbeit kann durch Lisa realisiert werden	K6 – Eigenanteil von Lisa ist den verantwortungsvollen Umgang in der medialen Arbeit zu realisieren K8 –
IV	119 (59-61)	58	Man muss sich der Zeit anpassen und die Attraktivität für die Zielgruppe sehen, die sie in die Einrichtung locken könnte.	Zeitgemäße Planung und Einbezug der Attraktivität kann die Zielgruppe ansprechen	Lebensweltorientierung an die Zielgruppe ist gegeben, in dem man die Planung anpasst und die Attraktivität des Inhalts in Relation setzt K8 –
IV	119 (63+64)	59	Zugang zu einer größeren Zielgruppe und breiteten Themengebieten.	Ein Zugang zur Zielgruppe und ein Zugang zu vielfältigeren Themen kann erschlossen werden	Lebensweltorientierung kann einen Zugang zu einer größeren Zielgruppe herstellen und breitere Themengebiete aufzeigen K7 – Mehrwert für die ortsansässige Einrichtung ist, dass mehr Kontakt zur Zielgruppe erreicht werden kann
IV	119 (66+67)	60	Der Mehrwert für die gesamte OKJA besteht darin, als ortsansässige Einrichtung mehr Kontakt zu der Zielgruppe zu bekommen.	Als ortsansässige OKJA Einrichtung kann mehr Kontakt zur Zielgruppe erreicht werden	K8 – Lebensweltorientierung
IV	119 (69+70)	61	Einen Großteil ihrer Zeit verbringen sie in dem medialen Lebensraum und es wird immer schwieriger für sie, nach draußen zu gehen und das sie sich selbst beschäftigen.	Die Zielgruppe verbringt viel Zeit in dem medialen Lebensraum und es fällt ihr schwer, sich selbst zu beschäftigen und raus zu gehen	-Jugendliche verbringen viel Zeit in der medialen Welt - Es ist schwierig für sie, dass sie sich selbst beschäftigen und rausgehen K8 – Gemäß der Lebensweltorientierung

IV	119 (73+74)	62	Ein Medienraum ist zeitgemäß und orientiert sich an die Lebenswelt, daher ist für die Zielgruppe attraktiv	In der Lebenswelt der Zielgruppe ist ein Medienraum zeitgemäß und attraktiv	ng ist ein Medienraum zeitgemäß und attraktiv K8 – Gemäß der Lebensweltorientierung stellen Medien eine große Bedeutung für Lisa und die Zielgruppe dar
IV	119 (77+78)	63	Die Jugendlichen und ich sind halt „Digital Natives“, von daher stellen Medien eine große Bedeutung für die Lebenswelt dar.	Die Zielgruppe und ich sind „Digital Natives“ und in unserer Lebenswelt stellen Medien eine große Bedeutung dar	K4 – Grundsätzlich positive Haltung zur Weiterbildung
IV	119 (80)	64	Selbstverständlich	Die Bereitschaft zur Weiterbildung ist gegeben	K4 – Hohe Bereitschaft bzgl. Weiterbildung
IV	119 (82)	65	Hoch	Hohe Bereitschaft sich weiterzubilden	K3 – Eigener Wissensbedarf ist nicht konkret fassbar - Lisa versteht sich als klassischen Allrounder
IV	119/120 (84+85)	66	Lisa bezeichnet sich als klassischen Allrounder, wobei ihr spezifische Themen nicht einfallen.	Keine konkreten Ideen zur Weiterbildung, da sie sich als klassischen Allrounder versteht	K5 – Fortbildungsoptionen sind gegeben und bekannt
IV	120 (87)	67	Es sind auf jeden Fall Fortbildungsoptionen bekannt.	Übersicht von Fortbildungsoptionen sind gegeben	K9 – Fremdeinschätzung - Motivation bestimmt die Haltung
IV	120 (89)	68	Die Haltung seitens des Teams hängt von der Motivation ab.	Motivation des Teams bestimmt die Haltung	K10 – Konzepterstellung - Umgang in Bezug auf Medienplattformen und Downloads muss definiert werden - Hinweise in Bezug auf die AGB Berücksichtigung
IV	120 (94+95)	69	Umgang mit sozialen Medienplattformen und Downloads, sowie Hinweise auf die immense Wichtigkeit der AGB Berücksichtigung.	Punkte des Umgangs in Bezug auf Medienplattformen und Downloads, als auch Hinweise auf AGB Berücksichtigung müssen definiert werden	K10 – Gefahr beachten, dass

IV	120 (97+98)	70	Die Gefahr liegt darin, dass die Jugendlichen weiter in ihre Mediennutzung fallen und wir dieses Verhalten begünstigen.	Die Gefahr seitens der Einrichtung ist, begünstigend die Mediennutzung der Jugendlichen voranzutreiben	Jugendliche ihre Mediennutzung erhöhen und das durch die Einrichtung K1 – Ausmaß des Themas war bewusst
V	120 (17)	71	Ja	Das Ausmaß war bewusst	K1 – Nachholbedarf in Bezug auf die Klienten
V	120 (19+20)	72	In Bezug auf die Klienten hat sich die Sicht verändert, dass Nachholbedarf besteht.	Nachholbedarf in Bezug auf die Klienten wurde erkannt	K1 – Mehr Elternarbeit könnte leistbar sein
V	121 (22)	73	Die Erkenntnis war, dass deutlich mehr Elternarbeit zu leisten sein könnte.	Erkenntnis, dass mehr Elternarbeit leistbar sein könnte	K8 – Orientierung an die Lebenswelt ist in Form eines Medienraumes nicht mehr zeitgemäß, bietet aber einen Schutzraum
V	121 (37-39)	74	Hier herrscht eine zweiseitige Meinung. Zum einen ist ein Medienraum nicht mehr zeitgemäß, bietet jedoch einen Schutzraum für die Zielgruppe.	Medienraum ist keine zeitgemäße Umsetzung, jedoch bietet diese einen Schutzraum bzgl. der Zielgruppe	K4 – Positive Haltung zu Medien, wenn sie bewusst verwendet werden
V	121 (41+42)	75	Mittels eines bewussten Umgangs können soziale Medien effizient sein.	Bewusster Umgang ermöglicht die Effizienz sozialer Medien	K6 – Eigenanteil - Leitfaden und theoretische Grundlage kann erstellt werden - Praktisches Arbeiten ist möglich
V	121 (57-60)	76	Der Anteil wäre, dass er die theoretische Grundlage und den Leitfadenerstellen könnte. Ebenso kann er innerhalb eines Teams mit den Jugendlichen praktisch arbeiten und könnte sich dazu eine Form der AG oder ein Projekt vorstellen.	Eigenanteil ist die Erstellung einer theoretischen Grundlage und eines Leitfadens. Fabian kann mit der Zielgruppe praktisch arbeiten.	K7 – Mehr Attraktivität der Einrichtung spricht eine breitere Zielgruppe an
V	121/122 (63-65)	77	Der Mehrwert für die Einrichtung wäre zum ein Zuwachs der Attraktivität in Bezug auf eine breitere Zielgruppe.	Mögliche Attraktivitätssteigerung spricht eine breitere Zielgruppe an	K7 – Mehrwert - eigene Fachlichkeit wird durch Fortbildungen erhöht - Gemeinsames Modelllernen wird ermöglicht
V	122 (67-70)	78	Im Rahmen der Beziehungsarbeit kann man den Jugendliche anders begegnen und durch Fortbildungen könnte ich gemeinsam mit den	Beziehungsarbeit und Fortbildungen ermöglichen das gemeinsamen Modelllernen	

			Jugendlichen am Modell lernen.		K10 – Anforderung an ein Konzept
V	122 (72-76)	79	Ohne Technologiaufrüstung bleibt man auf der Strecke und kann die Jugendlichen nicht erreichen. Durch Fortbildungen kann man den Jugendlichen anders begegnen und schafft einen neuen thematischen Inhalt.	Technologiaufrüstung und Fortbildungen sind für einen Zugang zur Zielgruppe essentiell und schaffen einen neuen Inhalt	- Technologiaufrüstung - Fortbildung - beide essentiell für einen Zugang zur Zielgruppe
V	122 (79+80)	80	Der Lebensraum der Jugendlichen findet sich oft im schulischen Kontext wieder. Er befindet sich häufig in der medialen Welt und in Vereinen.	Lebensraum der Jugendlichen ist die Schule, wie auch die sozialen Medien und Vereine.	K8 – Lebensraum der Jugendlichen - Schule - soziale Medien - Vereine
V	122 (83-86)	81	Der Medienraum stellt nicht die tatsächliche Wahrnehmung dar, wie die Zielgruppe ihre Umwelt erlebt. Er bietet eher einen Schutzraum für sie, wobei die eigentlichen Erlebnisse in dem Kontext der Schule, auf der Straße oder bei Freunden stattfinden.	Medienraum stellt einen Schutzraum dar. Die eigentlichen Erlebnisse passieren in der Schule, unterwegs oder bei Freunden.	K8 – Medienraum ist nicht passend, da er nur ein Schutzraum ist. Meiste Anzahl an Erlebnissen passiert wo anders.
V	122 (89+90)	82	Die Medien spiegeln einen großen Teil der Lebenswelt der Jugendlichen wieder, von daher ist es wichtig, sich damit zu befassen.	Medien sind ein großer Bestandteil der Jugendlichen und von daher muss sich damit befasst werden	K8 – Medien sind ein großer Bestandteil in der Lebenswelt der Jugendlichen. Von daher muss sich damit befasst werden
V	122 (92)	83	Die Bereitschaft sich fortzubilden ist gegeben.	Positive Haltung zur Weiterbildung ist gegeben	K4 – Positive Haltung zur Weiterbildung
V	122 (94)	84	Die Bereitschaft sich fortzubilden ist sehr hoch.	Sehr hohe Motivation bzgl. Fortbildung ist gegeben	K4 – Sehr hohe Motivation bzgl. Fortbildung
V	122 (96+97)	85	Der Bereich der Weiterbildung liegt in den Nutzungsbedingungen was freies WLAN betrifft und ähnliches.	Weiterbildung im Bereich Nutzungsbedingungen und WLAN usw.	K3 – Eigener Wissensbedarf - Nutzungsbedingungen - WLAN - ähnliche Bereiche bzgl. Nutzungsbedingungen

					K5- Kenntnis bzgl. Fortbildungsoptionen ist vorhanden
V	122 (99)	86	Möglichkeiten zur Kompetenzerneuerung sind bekannt	Kenntnis über Fortbildungsmöglichkeiten ist gegeben	K9 – Fremdeinschätzung in Bezug auf das Team ist geteilt, in Bezug auf die Haltung - abhängig vom Thema und vom Mehrwert
V	122 (101+102)	87	Haltung des Teams ist geteilt, laut Einschätzung. Es ist abhängig vom Thema und dem Mehrwert für jeden Einzelnen.	Haltung des Teams ist geteilt und abhängig vom subjektiven Mehrwert und Themenbezug	K5 – Möglichkeit zur Kompetenzerneuerung ist vorhanden
V	122 (104)	88	Literatur ist vorhanden und kann gelesen werden	Literatur ist vorhanden	K10 – Rahmenbedingungen müssen erfüllt werden
V	123 (107-109)	89	Das Personal sollte festgelegt werden, so wie die Aufgaben, die Zuständigkeiten, die Zielsetzung, die Zielgruppe und welche Finanzierung in Frage kommt.	Rahmenbedingungen müssen erfüllt werden	-Personal -Aufgaben - Zuständigkeiten - Zielsetzung - Zielgruppe - Finanzierungsgestaltung
V	123 (111-113)	90	Der aktuelle Wissensstand der Mitarbeiter kann keine adäquate, präventive Begleitung sicherstellen und könnte die Außenwahrnehmung negativ beeinflussen.	Derzeitiger Wissensstand der Mitarbeiter ist in Bezug auf die Zielgruppe und öffentliche Wahrnehmung unzureichend	K10 – aktueller Wissensstand wird der Zielgruppe nicht gerecht und erzeugt ein negatives Bild in der Öffentlichkeit
VI	123 (20+21)	91	Das Ausmaß war bewusst und die einzelnen Facetten sind noch einmal aufgefallen.	Ausmaß war bewusst.	K1 – Ausmaß war bewusst
VI	123 (23)	92	Es gab keine Veränderung, aber einer Bestätigung meiner Ansicht.	Bestätigung der Ansicht anstelle von Veränderung der Sichtweise	K1 – Ansicht wurde bestätigt
VI	123	93	Das Thema ist ein sehr	Thema ist omnipräsent	K2 – Neue Erkenntnis - Thema ist omnipräsent und sehr

	(25+26)		wichtiges für die Jugendlichen und omnipräsent, sowie aus der Lebenswelt nicht mehr wegzudenken.	und sehr wichtig für die Zielgruppe.	wichtig für die Zielgruppe - nicht mehr wegzudenken K10 – Medienraum muss Funktion und Aufgabe zugewiesen haben, um positiv sich auszuwirken - intern leistbar muss es sein - zunächst als Zockerraum betrachtet
VI	124 (41-46)	94	Der Medienraum kann nur positiv wahrgenommen werden, wenn er einer Funktion und Aufgabe inne hat. Das muss intern leistbar sein. Derzeit sehe ich einen Zockerbereich.	Positiv ist der Raum nur, wenn er eine Funktion und Aufgabe hat, es intern leistbar ist und zunächst ein Zockerraum ist	K8 – Soziale Medien als Lebenswelt der Jugendlichen ist zu sehen - Zugang und Erreichbarkeit kann gegeben werden - Datenschutz ist wichtig und schwierig zu verstehen - anderes Verhalten in der Realität als online ist zu beachten
VI	124 (48-54)	95	Soziale Medien können den Zugang zur Zielgruppe legen und sie dort erreichbar für uns zu machen. Das Nutzerverhalten online ist nicht gleichzusetzen mit dem tatsächlichen Agieren. Es ist schade, dass immer mehr sich der Realität entzogen wird und finde die Datenschutz Seite schwierig für den Endkunden.	Soziale Medien stellen eine wichtige Lebenswelt dar und über diese ist die Zielgruppe zu erreichen. Realitätsentzug und anderes Verhalten ist zu beobachten. Datenschutz ist ein schwieriges Thema für Endkunden	K10 – Anforderung an ein Konzept sind: - Reibungslose Nutzung ohne Experten - Raum als Einladung/Ort der Möglichkeit für Zielgruppe - Es muss leistbar sein
VI	124 (60-65)	96	Alles soll reibungslos ohne Experten laufen. Es soll ein Anziehungspunkt für kreatives Schaffen sein und zu spielen. Die Ausstattung muss aktuell sein und Workshops für die Zielgruppe wären toll. Allerdings nur, wenn sie leistbar sind.	Reibungslose Nutzung ohne Experten ist eine Anforderung. Raum kann Möglichkeiten/Workshops für die Zielgruppe bieten und soll einladend wirken, solange es leistbar ist.	K6 - Der Eigenanteil ist: - Initiatorrolle - Erkennen von Bedarfen und organisatorischer Planer - kann derzeit keine praktische Durchführung leisten
VI	125 (86-90)	97	Den Zockerbereich kann ich betreuen, als Initiator und könnte Rahmenbedingungen abstecken. Ich habe eine gute Übersicht im Spiele Bereich und kann Bedarfe erkennen, als auch diese konkret planen und organisieren. Auch was die finanziellen Aspekte angeht,	Der Medienraum kann durch Tobias als Initiator und Erkennen von Bedarfen, als auch Organisator betreut werden. Die praktische Durchführung ist derzeit nicht leistbar	

			kann ich diese planen. Jedoch kann ich derzeit nicht die praktische Durchführung leisten.		K7 – Mehrwert -zusätzlicher Raum für die Zielgruppe
VI	125 (92-95)	98	Mit dem Medienraum kann man einen zusätzlichen Raum und eine weitere Attraktivität für die Zielgruppe schaffen.	Medienraum ist ein zusätzlicher Raum für die Zielgruppe und schafft Attraktivität	- Attraktivitätssteigerung K8 – Medienraum kann Zugang zu der Zielgruppe legen - Fortbildungen sind ein Reiz
VI	125 (97-99)	99	Man könnte auf einer anderen Ebene mit den Jugendlichen in Kontakt treten. Dieser Bereich wäre interessant, um sich fortzubilden und die praktischen Fähigkeiten zu erlernen stellt einen Reiz dar.	Medienraum kann Zugang zur Zielgruppe legen. Fortbildung in dem Bereich sind ein Reiz.	K7 – Mehrwert - Medienraum lässt die Einrichtung sich breiter aufstellen - eine gezieltere Einzelfallhilfe ist möglich - Zugang zu großen Gruppen
VI	125 (101-103)	100	Durch einen Medienraum kann man sich breiter aufstellen, den Einzelfall dezidierter wahrnehmen und große Gruppen ansprechen. OKJA kann so anders erlebt werden.	Medienraum erweitert das Angebotsspektrum und ermöglicht eine gezieltere Einzelfallhilfe und einen Zugang zu großen Gruppen.	K8 – Lebenswelt - ist bestimmt durch Teilnahme der Erwachsenen -hoher Zeitaufwand in dem Lebensraum - es ist schwer für sie, selbstbestimmtes Handeln zu entwickeln
VI	125/126 (105-111)	101	Lebenswelt der Jugendlichen ist ein Raum der Möglichkeiten und Informationen. Sie müssen immer interagieren und können kaum abschalten. Ebenso müssen Jugendliche sich ihren Lebensraum erkämpfen, was für sie schwierig ist und ebenso ist es schwierig für sie, sich abzugrenzen. Erwachsene sind ebenfalls Teil der Lebenswelt. Den Jugendlichen fehlt es Zeit, um ein selbstbestimmte Handeln herbeizuführen.	Lebenswelt ist bestimmt durch Teilnahme der Erwachsenen und einem hohen Zeitaufwand. Es ist schwer für sie, selbstbestimmtes Handeln zu entwickeln und sich in dem den Lebensraum von den Erwachsenen abzugrenzen.	K7 – Mehrwert - Medienraum ist Erfahrungs- und Erlebnisraum - inhaltliches Einwirken wird durch die Mitarbeiter geleistet
VI	126 (114-117)	102	In dem Medienraum hat die Zielgruppe die Möglichkeit, für sich zu sein. Dort können die Jugendlichen ihre Bedürfnisse ausleben, als auch thematisch arbeiten durch unser inhaltliches Einwirken.	Medienraum bietet einen Erfahrungs- und Erlebnisraum, in dem durch inhaltliches Einwirken gearbeitet werden kann	K8 – Medien nehmen einen großen Teil ein -hoher Zeitaufwand - große Bedeutung

VI	126 (120-122)	103	Die Medien haben eine große Bedeutung. Einen großen Teil nimmt die ständige Erreichbarkeit, das stetige Interagieren und das Repräsentieren ein.	Medien nehmen einen großen Teil an Zeit und Bedeutung ein	K4 – Eigene Haltung ist positiv in Bezug zur Weiterbildung
VI	126 (124)	104	Bereitschaft zur Weiterbildung ist gegeben	Positive Haltung zur Weiterbildung	K4 – Grundsätzlich positive Einstellung zur Fortbildung - steht nicht im Fokus - Praktische Fähigkeit steht im Fokus, zu erlernen
VI	126 (126-130)	105	Fortbildung ist immer positiv, solange der praktische Nutzen erkennbar ist. Weiterbildung steht nicht im Fokus. Praktische Fähigkeiten zu erlangen wären gut, anstelle die Hintergründe bzgl. Hard/ und Software zu begreifen.	Positive Einstellung zur Fortbildung, jedoch steht sie nicht im Fokus. Wichtiger ist das Erlernen von praktischen Fähigkeiten	K3- Eigener Wissensbedarf - im Administrationsbereich - im Vertragsrechtsbereich - im praktischen, medialen Umgang
VI	126 (132+133)	106	Der Weiterbildungsbedarf liegt in dem Bereich der Administration und dem Vertragsrecht, sowie dem kreativen Umgang mit Medien.	Weiterbildungsbereich im Administrations- und Vertragsrechtbereich, als auch im praktischen, medialen Umgang	K5 – Keine Fortbildungsoptionen sind bekannt
VI	126 (135)	107	Es sind keine Möglichkeiten zur Kompetenzerweiterung bekannt.	Keine Fortbildungsoptionen sind bekannt	K9 – Geringe Motivation seitens des Teams - Anforderung ist, dass sich ein Hauptamtlicher auskennt
VI	126 (137+138)	108	Die Haltung des Teams ist eher als negativ einzustufen. Einer der Hauptamtlichen sollte sich jedoch auskennen.	Haltung des Teams ist eher als negativ eingestuft. Anforderung liegt darin, dass sich ein Hauptamtlicher auskennt	K5 – Keine Literatur ist vorhanden K10 – Rahmenbedingungen müssen definiert werden
VI	126 (140)	109	Es ist keine Literatur vorhanden.	Keine Literatur vorhanden	- IST Stand muss erfasst werden
VI	126 (143-146)	110	Es ist erforderlich, dass der IST Stand, die Finanzierung, die Zielsetzung und die Auswertung des Erfolges definiert wird.	Anforderung einer Definition von Rahmenbedingungen	- Finanzierung muss geplant werden - Zielsetzung muss gesetzt werden - Auswertung des Erfolges muss

					festgelegt werden
VI	126 (148- 151)	111	Angst vor Dingen, die nicht überwacht werden können und Anforderungen, die zu viel werden. Eine Priorisierung der Medienfragen muss hergestellt werden.	Angst vor zu vielen Anforderungen und Unüberwachbarkeit, als auch vor fehlender Gewichtung der Inhalte	K10 – Angst -zu viele Anforderungen - fehlende Überwachungsmöglichkeit - fehlende Gewichtung der Inhalte

Tabelle 20 - Zusammenfassende Inhaltsanalyse

Anlage VI - Letzte Reduktion der zusammenfassenden Inhaltsanalyse

Tabelle 1: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Bedeutung/Ausmaß‘

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß war nicht bewusst • Wissen nicht weitergegeben • neue Fachbegriffe gelernt 	Ausmaß war nicht bewusst
II	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß größeres Ausmaß • Ausmaß, Auswirkung auf Lebensweise erfassen • Auseinandersetzung intensivieren • unsicher im offenen Bereich 	Ausmaß war bewusst Neue Fachbegriffe gelernt
IV	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß des Themas war grundsätzlich bewusst 	Auswirkung auf Lebensweise erfassen
V	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß des Themas war bewusst • Nachholbedarf in Bezug auf die Klienten • Mehr Elternarbeit könnte leistbar sein 	Mehr Elternarbeit könnte leistbar sein
VI	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß war bewusst • Ansicht wurde bestätigt 	

Tabelle 3: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Mehrwert‘

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	2	<ul style="list-style-type: none"> • Medienraum ist sinnvoll • hat positive Seiten aber auch Risiken (Dinge wie Privateinstellungen) • aus täglichem Gebrauch bewusst 	Medienraum ist sinnvoll Positive Seiten aber auch Risiken
II	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Sichtweisen • Mehrwert für die Einrichtung • Umfang war nicht ersichtlich 	Umfang war nicht ersichtlich
IV	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Sichtweise • Bewusstsein über den Umfang des medialen Bereichs hat sich verändert • Umfang des Themas wurde bewusster 	Neue Sichtweise
VI	2	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Erkenntnis • Thema ist omnipräsent und sehr wichtig für die Zielgruppe 	Thema ist omnipräsent und wichtig für die Zielgruppe

Tabelle 3: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Mehrwert‘

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für die Fachlichkeit 	Mehrwert für die Fachlichkeit
III	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert ist die Chance für beide Seiten • Einrichtung muss Vertrauen geben • Zielgruppe kann reifen durch Erfahrung und Begleitung 	Mehrwert ist die Chance für beide Seiten Einrichtung muss Vertrauen geben
IV	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für die ortsansässige Einrichtung ist, dass mehr Kontakt zur Zielgruppe erreicht werden kann 	Zielgruppe kann reifen durch Erfahrung und Begleitung
V	7	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Attraktivität der Einrichtung spricht eine breitere Zielgruppe an • eigene Fachlichkeit wird durch Fortbildungen erhöht • Gemeinsames Modellernen wird ermöglicht 	Eine gezieltere Einzelfallhilfe ist möglich Medienraum ist

VI	7	<ul style="list-style-type: none"> • zusätzlicher Raum für die Zielgruppe • Attraktivitätssteigerung • Medienraum lässt die Einrichtung sich breiter aufstellen • eine gezieltere Einzelfallhilfe ist möglich • Zugang zu großen Gruppen • Medienraum ist Erfahrungs- und Erlebnisraum • inhaltliches Einwirken wird durch die Mitarbeiter geleistet 	Erfahrungs- und Erlebnisraum
----	---	---	------------------------------

Tabelle 4: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Lebenswelt‘

Fall	Kategorie	Generalisierung	Reduktion
I	8	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen ist gegeben und auch die Attraktivität/Bedeutung 	Orientierung an die Lebenswelt der Jugendlichen ist gegeben und auch die Attraktivität/Bedeutung
III	8	<ul style="list-style-type: none"> • Trends bestimmen u.a. die Bedürfnisse der Zielgruppe • Die Zielgruppe wird in ihrer Lebenswelt unzureichend begleitet und ist demnach überfordert • Medienwelt ist für die Zielgruppe, als auch für Erwachsene ein Inhalt • demnach ist es ein Inhalt der OKJA 	Die Zielgruppe wird in ihrer Lebenswelt unzureichend begleitet und ist demnach überfordert
IV	8	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensweltorientierung an die Zielgruppe ist gegeben, in dem man die Planung anpasst und die Attraktivität des Inhalts in Relation setzt • kann einen Zugang zu einer größeren Zielgruppe herstellen und breitere Themengebiete aufzeigen • Jugendliche verbringen viel Zeit in der medialen Welt • Es ist schwierig für sie, dass sie sich selbst beschäftigen und rausgehen • Gemäß der Lebensweltorientierung ist ein Medienraum zeitgemäß und attraktiv • Gemäß der Lebensweltorientierung stellen Medien eine große Bedeutung für Lisa und die Zielgruppe dar 	Medienwelt ist für die Zielgruppe, als auch für Erwachsene ein Inhalt Lebensweltorientierung an die Zielgruppe ist gegeben, in dem man die Planung anpasst und die Attraktivität des Inhalts in Relation setzt Kann einen Zugang zu einer größeren Zielgruppe herstellen und breitere Themengebiete aufzeigen
V	8	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung an die Lebenswelt ist in Form eines Medienraumes nicht mehr zeitgemäß, bietet aber einen Schutzraum • Lebensraum der Jugendlichen • Schule • soziale Medien • Vereine • Medienraum ist nicht passend, da er nur ein Schutzraum ist. Meiste Anzahl an Erlebnissen passiert wo anders • Medien sind ein großer Bestandteil in der Lebenswelt der Jugendlichen. Von daher muss sich damit befasst werden 	Jugendliche verbringen viel Zeit in der medialen Welt Gemäß der Lebensweltorientierung ist ein Medienraum zeitgemäß und attraktiv

VI	8	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Medien als Lebenswelt der Jugendlichen ist zu sehen • Zugang und Erreichbarkeit kann gegeben werden - Datenschutz ist wichtig und schwierig zu verstehen • anderes Verhalten in der Realität als online ist zu beachten • Medienraum kann Zugang zu der Zielgruppe legen • Fortbildungen sind ein Reiz • Lebenswelt • ist bestimmt durch Teilnahme der Erwachsenen • hoher Zeitaufwand in dem Lebensraum • es ist schwer für sie, selbstbestimmtes Handeln zu entwickeln • Medien nehmen einen großen Teil ein • hoher Zeitaufwand • große Bedeutung 	<p>Orientierung an die Lebenswelt ist in Form eines Medienraumes nicht mehr zeitgemäß, bietet aber einen Schutzraum</p> <p>Zugang und Erreichbarkeit kann gegeben werden - Datenschutz ist wichtig und schwierig zu verstehen Anderes Verhalten in der Realität als online ist zu beachten</p> <p>Fortbildungen sind ein Reiz</p> <p>Ist bestimmt durch Teilnahme der Erwachsenen</p> <p>Es ist schwer für sie, selbstbestimmtes Handeln zu entwickeln</p>
----	---	---	--

Tabelle 5: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Weiterbildung‘

<i>Fall</i>	<i>Kategorie</i>	<i>Generalisierung</i>	<i>Reduktion</i>
I	3	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrwert für: • Einrichtung, • Sich selbst, • Gesamte OKJA 	Mehrwert für Einrichtung, sich selbst, gesamte OKJA
I	4	<ul style="list-style-type: none"> • aufregende Lebenswelt mit und durch Medien • Aber auch eingeschränkt • Leben ohne Medien unvorstellbar 	Aufregende Lebenswelt mit und durch Medien, aber auch eingeschränkt Leben ohne Medien unvorstellbar
I	5	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterbildung • Lernbereit • Hoch motiviert • Bereits Fortbildung gehabt • Einrichtung, Cenk, LWL • Geringe Haltung des Teams • Weiterbildungsoptionen sind bekannt 	Lernbereit Bereits Fortbildung gehabt Geringe Haltung des Teams Fortbildungsbedarf
I	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung ist der Haltung des Teams ist eher gering 	Haltung bzg. Medialer Kenntnisse erfüllt werden
II	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • Fortbildungsbedarf 	Ressourcenaktivierendes Arbeiten ist nötig Fachlichkeit, Personal und Technik
II	4	<ul style="list-style-type: none"> • Haltung bzgl. Medialer Kenntnisse positiv, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt werden • Meinung zu sozialen Medien ist gut • Haltung zur Anforderung der Wissensaneignung ist positiv 	Alter muss bzgl. Arbeitsaufwand- und Umfang nach Sinnhaftigkeit hinterfragt werden

II	5	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über Fortbildungsangebote ist bekannt 	mediale Implementierung
III	3	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenaktivierendes Arbeiten ist nötig • Eigener Wissensbedarf • Terminologie lernen • praktische Fähigkeit muss erworben werden 	Fremdeinschätzung
III	4	<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Haltung zur Weiterbildung ist positiv • positive Haltung, sofern Rahmenbedingung erfüllt wird • Fachlichkeit, Personal und Technik • Eigene Haltung muss offener werden • Eigene Haltung ist positiv • hohe Bereitschaft zur Fortbildung • Adressaten müssen auch berücksichtigt werden • Alter muss bzgl. Arbeitsaufwand- und Umfang nach Sinnhaftigkeit hinterfragt werden • Person kann als nicht gleichwertig wahrgenommen werden • Eigene Bereitschaft zur Fortbildung ist hoch 	Fokus muss gesetzt werden Persönlicher Kontakt darf nicht reduziert werden Eigener Wissensbedarf ist nicht konkret fassbar Medienraum wird als vernünftig empfunden Haltung bzgl. sozialer Medien ist positiv Motivation bestimmt die Haltung WLAN
III	5	<ul style="list-style-type: none"> • mediale Implementierung • kann über Fortbildungsmöglichkeiten realisiert werden • Bewusstsein der Verfügbarkeit ist gegeben • Fortbildungsmöglichkeiten müssen realisiert werden 	Fremdeinschätzung in Bezug auf das Team ist geteilt, in Bezug auf die Haltung, ist abhängig vom Thema und vom Mehrwert Eigener Wissensbedarf im
III	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung • grundsätzlich hohe Bereitschaft • Fokus muss gesetzt werden • Persönlicher Kontakt darf nicht reduziert werden 	Administrationsbereich, im Vertragsrechtsbereich, im praktischen, medialen Umgang - steht nicht im Fokus, praktische
IV	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf ist nicht konkret fassbar • Lisa versteht sich als klassischen Allrounder 	Fähigkeit steht im Fokus, zu erlernen Keine
IV	4	<ul style="list-style-type: none"> • eigene Haltung ist positiv und Medienraum wird als vernünftig empfunden • Haltung bzgl. sozialer Medien ist positiv, bedarf jedoch eines verantwortungsvollen Umgangs • Grundsätzlich positive Haltung zur Weiterbildung • Hohe Bereitschaft bzgl. Weiterbildung 	Fortbildungsoptionen sind bekannt – Keine Literatur ist vorhanden Anforderung ist, dass sich ein Hauptamtlicher auskennt
IV	5	<ul style="list-style-type: none"> • Fortbildungsoptionen sind gegeben und bekannt 	
IV	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung • Motivation bestimmt die Haltung 	
V	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • Nutzungsbedingungen • WLAN • ähnliche Bereiche bzgl. Nutzungsbedingungen 	
V	4	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Haltung zu Medien, wenn sie bewusst verwendet werden • Positive Haltung zur Weiterbildung 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Sehr hohe Motivation bzgl. Fortbildung 	
V	5	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis bzgl. Fortbildungsoptionen ist vorhanden • Möglichkeit zur Kompetenzerneuerung ist vorhanden 	
V	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fremdeinschätzung in Bezug auf das Team ist geteilt, in Bezug auf die Haltung abhängig vom Thema und vom Mehrwert 	
VI	3	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Wissensbedarf • im Administrationsbereich • im Vertragsrechtsbereich • im praktischen, medialen Umgang 	
VI	4	<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Haltung ist positiv in Bezug zur Weiterbildung • Grundsätzlich positive Einstellung zur Fortbildung • steht nicht im Fokus • Praktische Fähigkeit steht im Fokus, zu erlernen 	
VI	5	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Fortbildungsoptionen sind bekannt • Keine Literatur ist vorhanden 	
VI	9	<ul style="list-style-type: none"> • Geringe Motivation seitens des Teams • Anforderung ist, dass sich ein Hauptamtlicher auskennt 	

Tabelle 6: Reduktionsvorgang der Kategorie ‚Konzept‘

<i>Fall</i>	<i>Kategorie</i>	<i>Generalisierung</i>	<i>Reduktion</i>
I	6	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Konzeptes • Fachliches Know-how in allen Bereichen • Geklärte Rechtsgrundlagen 	Entwicklung eines Konzeptes Fachliches Know-how in allen Bereichen Geklärte Rechtsgrundlagen
I	10	<ul style="list-style-type: none"> • Privateinstellungen könnten Thema für die Zielgruppe sein 	
II	10	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptgestaltung • Angebote und Projekte können intern in Form von Gruppen stattfinden • Konzeptgestaltung • Ziele müssen Prozesse und die Gestaltung mit einbinden • Angst vor Übersichtsverlust • Übersicht muss bewahrt werden 	Privateinstellungen könnten Thema für die Zielgruppe sein Konzeptgestaltung Angebote und Projekte können intern in Form von Gruppen stattfinden Ziele müssen Prozesse und die Gestaltung mit einbinden
III	6	<ul style="list-style-type: none"> • Josefs Eigenanteil ist die Definition der Rahmenbedingung 	
III	10	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderung an die Konzeptgestaltung • differenzierte Betrachtung für Qualitätsfestlegung und Ausrichtung auf Zielgruppe • Soziale Netzwerke bergen Gefahren • Anonymität • Meinungsmache • Neugestaltung muss positive Dinge berücksichtigen • Konzepterstellung 	Angst vor Übersichtsverlust Übersicht muss bewahrt werden Josefs Eigenanteil ist die Definition der Rahmenbedingung Anforderung an die Konzeptgestaltung Differenzierte Betrachtung

		<ul style="list-style-type: none"> Frage nach Auswahl des Mediums damit verbundenen Zeitaufwand damit verbundenen konstruktiven Sinn Konzepterstellung Missbrauch muss definiert werden, um sich und die Zielgruppe davor zu schützen 	<p>für Qualitätsfestlegung und Ausrichtung auf Zielgruppe</p> <p>Soziale Netzwerke birgen Gefahren</p> <p>Missbrauch muss definiert werden, um sich und die Zielgruppe davor zu schützen</p>
IV	6	<ul style="list-style-type: none"> Eigenanteil von Lisa ist den verantwortungsvollen Umgang in der medialen Arbeit zu realisieren 	<p>Eigenanteil von Lisa ist den verantwortungsvollen Umgang in der medialen Arbeit zu realisieren</p>
IV	10	<ul style="list-style-type: none"> Konzepterstellung Umgang in Bezug auf Medienplattformen und Downloads muss definiert werden Hinweise in Bezug auf die AGB Berücksichtigung Gefahr beachten, dass Jugendliche ihre Mediennutzung erhöhen und das durch die Einrichtung gefördert wird 	<p>Umgang in Bezug auf Medienplattformen und Downloads muss definiert werden</p> <p>Leitfaden und theoretische Grundlage kann erstellt werden</p>
V	6	<ul style="list-style-type: none"> Eigenanteil Leitfaden und theoretische Grundlage kann erstellt werden Praktisches Arbeiten ist möglich 	<p>Praktisches Arbeiten ist möglich und Technologieaufrüstung, beide essentiell für einen Zugang zur Zielgruppe</p>
V	10	<ul style="list-style-type: none"> Anforderung an ein Konzept Technologieaufrüstung Fortbildung beide essentiell für einen Zugang zur Zielgruppe Rahmenbedingungen müssen erfüllt werden: Personal Aufgaben Zuständigkeiten Zielsetzung Zielgruppe Finanzierungsgestaltung aktueller Wissensstand wird der Zielgruppe nicht gerecht und erzeugt ein negatives Bild in der Öffentlichkeit 	<p>Aufgaben</p> <p>Zuständigkeiten</p> <p>Finanzierungsgestaltung</p> <p>Aktueller Wissensstand wird der Zielgruppe nicht gerecht und erzeugt ein negatives Bild in der Öffentlichkeit</p>
VI	6	<ul style="list-style-type: none"> Der Eigenanteil ist: Initiatorrolle Erkenner von Bedarfen und organisatorischer Planer kann derzeit keine praktische Durchführung leisten 	<p>Der Eigenanteil ist Initiatorrolle</p> <p>Kann derzeit keine praktische Durchführung leisten</p> <p>Medienraum muss Funktion und Aufgabe zugewiesen haben, um positiv sich auszuwirken</p> <p>Intern leistbar muss es sein</p> <p>Zunächst als Zockerraum betrachtet</p> <p>Anforderung an ein Konzept sind:</p> <p>Reibungslose Nutzung ohne Experten, Raum als Einladung/Ort der Möglichkeit für Zielgruppe</p> <p>Es muss leistbar sein</p> <p>Rahmenbedingungen müssen definiert werden</p> <p>IST Stand muss erfasst werden</p>

			<p>Finanzierung muss geplant werden Zielsetzung muss gesetzt werden - Auswertung des Erfolges muss festgelegt werden</p> <p>Angst - zu viele Anforderungen, fehlende Überwachungsmöglichkeit, fehlende Gewichtung der Inhalte</p> <p>Zielsetzung muss gesetzt werden Auswertung des Erfolges muss festgelegt werden Angst, zu viele Anforderungen, fehlende Überwachungsmöglichkeit, fehlende Gewichtung der Inhalte</p>
VI	10	<ul style="list-style-type: none"> • Medienraum muss Funktion und Aufgabe zugewiesen haben, um positiv sich auszuwirken • intern leistbar muss es sein • zunächst als Zockerraum betrachtet • Anforderung an ein Konzept sind: • Reibungslose Nutzung ohne Experten • Raum als Einladung/Ort der Möglichkeit für Zielgruppe • Es muss leistbar sein • Rahmenbedingungen müssen definiert werden • IST Stand muss erfasst werden • Finanzierung muss geplant werden • Zielsetzung muss gesetzt werden • Auswertung des Erfolges muss festgelegt werden • Angst • zu viele Anforderungen • fehlende Überwachungsmöglichkeit • fehlende Gewichtung der Inhalte 	

Anlage VII - Transkribierung der Gruppendiskussion vom 19.04.2016

Begrüßung von David, Tobias und Fabian

David: „Herzlich Willkommen zur Gruppendiskussion und vielen Dank für die Teilnahme.

Tobias S: „Auch von mir ein großes Dankeschön an euch und auf eine gute, produktive Diskussion.“

Fabian: „Ein großes Dankeschön auch von meiner Seite aus, auch für die Teilnahme am Quiz und den Fragebögen. Wir danken euch für eure Zeit und wollen eure hohe Motivation an dieser Stelle loben. Wir sind zuversichtlich, dass anhand der Diskussion ein gutes Ergebnis erzielt werden kann.“

David: „Dann wollen wir mal starten. Wir haben die Fragebögen analysiert und haben die Fragen für die Diskussion daraufhin angepasst. Die Ergebnisse des Quizzes habt ihr ja bereits erhalten. Wir sammeln nun die Ideen und versuchen eine Konzeptidee daraufhin zusammenzutragen“

Fabian: „Für manche von euch waren die Ergebnisse in bestimmten Bereichen verwunderlich, für viele war das Ergebnis aber bereits vorher klar. Wir sind gespannt, wie viele Übereinstimmungen sich innerhalb der Gruppendiskussion finden und wie schnell sich ein gemeinsamer Konsens für eine Konzeptidee findet.“

Diskussionsbeginn

Tobias S: „Fangen wir mit der Diskussion an und schauen uns auf der zweiten Seite der Flipchart die Fragestellungen an.“

David: „Wir haben uns Fragestellungen überlegt anhand der Auswertungen und haben uns überlegt, jede einzelne Punkt für Punkt abzuarbeiten bzw. zu besprechen.“

Fabian: „Dann fangen wir mit der ersten Frage an, die euch fragt welche Kernpunkte ihr in einem Konzept seht.“

Josef: „Danke für die Erklärung erstmal, aber wie habt ihr euch die Beiträge vorgestellt? Soll jeder einfach sagen, was er zu sagen hat, geht es reihum oder soll man aufzeigen?“

David: „Wir haben uns das so vorgestellt, dass wir die Moderation übernehmen und schauen, dass der Redeanteil von jeder Person passt und das wir innerhalb der zwei Stunden bleiben, die wir für das Treffen angesetzt haben.“

Fabian: „Jeder kann gerne das sagen, was er zu sagen hat und wenn jemand nicht dazwischen kommt greifen wir ein. Ebenso achten wir darauf, dass jede Stimme gehört wird und werden sonst nochmal gezielt einzelne Meinungen einholen.“

Tobias S: „Wer nichts zu sagen hat oder nichts sagen will, kann dies natürlich auch tun. Es ist keiner gezwungen, seine Meinung zu sagen. Es wäre aber sehr schön für einen fachlichen Diskurs und einer Konzeptfindung, die allen Beteiligten entspricht.“

Fabian: „Sind alle Fragen soweit geklärt? Wenn ihr welche habt dann zeigt am besten auf, damit wir die Dringlichkeit verstehen und dann den Prozess kurz anhalten, damit die Gruppendiskussion lebhaft bleibt und jeder ihr produktiv folgen kann.“

Von allen Teilnehmern ist eine nonverbale Reaktion zu vernehmen, aus der hervorgeht, dass es zu dem Zeitpunkt keinerlei Klärungsbedarf gab. Dies äußerte sich durch Kopfnicken.

David: „Gut, dann fangen wir mit der ersten Frage an: „Was sind die Kernpunkte eines Konzeptes?“

Josef: „Ich finde es ist von enormer Wichtigkeit, den Medienraum mit Angeboten zu versehen und die vollen Möglichkeiten auszuschöpfen. Um dieses zu leisten bedarf es ausgebildeten Personal.“

Alle Teilnehmer nicken und reagieren positiv.

Lisa: „Es ist meiner Meinung nach wichtig, dass alle Mitarbeiter über die rechtliche Grundlage Bescheid wissen, um eventuellen Verstößen präventiv entgegenzuwirken oder um Sanktionen zu verteilen. Ebenso müssen wir vorher wissen, was überhaupt inhaltlich und technisch erlaubt ist, um uns über unsere Inhalte und Angebote im Klaren zu sein.“

Josef: „Wobei es hierfür auch einen Input bedarf, wenn nicht sogar eine Fortbildung. Ich habe in dem Bereich der Medien nur ein bedingtes Wissen, aus dem nicht hervorgeht, was rechtlich geht und was nicht.“

Tobias: „Dafür wären die Fachleute ja, die wir extern anfordern würden.“

Josef: „Ja, das ist korrekt Tobias, aber wir müssten sie schon als klaren Dienstleister betrachten für eine Thematik, die wir fachlich nicht abdecken können. Somit müssen wir einen klaren Auftrag erteilen und uns bewusst sein, was unsere Ziele und Inhalte sind, worauf er inhaltlich und fachlich reagieren kann.“

Doris: „Ich glaube ein Stück weit weiß Fabian auch Bescheid, der ja auch trotz seiner momentanen Rolle als Moderator und Forscher immer noch einen Teil unseres Teams darstellt. Was wir nicht wissen kann er ja fürs erste ergänzen und den Rest müssen wir uns durch fachlicher Hilfe oder Eigenrecherche aneignen.“

Alle nicken und stimmen ihr zu.

Doris: ‘Mir ist es wichtig, dass wir, wie Josef bereits sagte, dass wir unsere Visionen und

unsere Zielgruppe klar benennen. Wir müssen uns über die Wichtigkeit der Medien für unsere Zielgruppe in ihrer Lebenswelt bewusst sein und die Möglichkeiten sehen. Deshalb denke ich das eine Vision, ein Ziel und ein Leitbild quasi in die Konzeptidee mit einfließen müssen.“

Alle nicken und stimmen zu.

Josef: „Um nochmal auf das Thema der Leistung zu kommen, so ist es wichtig, dass man einen Finanzplan aufstellt und unseren Haushalt berücksichtigt. Ebenso ist es wichtig, dass wir nicht doppelt strukturiert arbeiten und anderen Praktikanten bestehende Inhalte wegnehmen. Damit meine ich auch, dass wir genau hinschauen müssen, in wie weit es bereits bestehende Angebote intern gibt und extern. Eventuell gibt es bereits Konkurrenzangebote, die wir nicht auch noch inhaltlich nicht aufnehmen sollten.“

Alle nicken, bis auf Tobias.

Tobias: „Einen Finanzplan aufzustellen ist sinnig, keine Frage. Jedoch ist es mir wichtig, dass wir den Medienraum als Teil der OKJA ansehen und ganz klar sagen, dass uns Partizipation wichtig ist. Von daher fände ich es gut, wenn wir die Jugendlichen mit in die Planung einbeziehen. Das heißt zum Beispiel das sie uns sagen, was für Wünsche sie an der Ausstattung haben und was eventuell auch Angebote sein könnten. Die Jugendlichen sollten ebenfalls in dem Auswahlprozess so eingebunden sein, dass sie den Raum mitgestalten und praktisch auch mit anpacken können, dürfen und sollen.“

Doris: „Dazu müssten wir aber erstmal wissen, was unsere Anforderungen an dem Raum sind.“

Alle nicken.

Lisa: „Ich finde es wichtig, dass wir den präventiven Ansatz verfolgen, wenn wir unsere Zielgruppe in den Raum holen und es als Chance sehen, diese in ihren Ressourcen zu fördern und in ihrer Kompetenz zu stärken.“

Alina: „Da kann ich Lisa zustimmen, da ich innerhalb der Beziehungsarbeit schon einen guten Blick für die vorhandenen Ressourcen bekommen habe und da definitiv einen Bedarf sehe, diese weiterhin auszubauen und ihnen mehr Sicherheit zu verschaffen, was die rechtlichen Rahmen und die weiteren Möglichkeiten betrifft.“

Tobias: „Das sehe ich auch so, ich glaube das sollte für uns alle eine klare Möglichkeit darstellen, die Jugendlichen direkt zu erreichen, um ihnen für den sozialen, als auch medialen bzw. neuen Lebensraum die nötigen Kompetenzen zu vermitteln.“

Alle nicken.

David: „Gut, wollen wir den ersten Punkt noch mit konkreten Beispielen bzw.

Unterpunkten füttern. Es sei denn ihr habt noch wichtige Oberpunkte für den ersten Punkt?“

Keiner regt sich.

David: „Alles klar, dann wollen wir die Unterpunkte mal ergänzen.“

Fabian: „Doris, du warst eben Unsicher, was die Anforderungen betrifft. Hast du noch mögliche Unterpunkte, um sich der Beantwortung der Frage zu nähern?“

Doris: „Ja, also ich sehe es wie Josef, dass es einen Kostenplan geben muss, damit der Raum überhaupt in unseren Kostenrahmen passt. Dazu finde ich es wichtig, eine Bestandsaufnahme zu machen, in der man schauen kann, was vorhanden ist und wir nicht doppelt und dreifach Sachen anschaffen müssen. Das mit dem Kostenplan ist das Grundkriterium, denn ohne eine positive Möglichkeit, könnte man es direkt lassen. Davor sehe ich aber die Erstellung der Ziele unter Berücksichtigung der Zielgruppe, da wir danach unsere Technik und unser externes Personal ausrichten müssen und so erst kalkulieren können.“

Tobias: „Was sagt denn Alina dazu? Du sagtest ja, du kennst die Zielgruppe schon länger und kannst es gut einschätzen, wo der Bedarf liegt?“

Alina: „Ich sehe den Bedarf darin, dass die Zielgruppe klar benennen kann, was sie bereits kann und wo sie noch unsicher ist. Sicher sind sie in der Grundbedienung und was die Bedienung bestimmter Apps angeht. Die eigentliche Handhabung ist also nicht das Problem. Vielmehr ist es eher eine Unklarheit, was mögliche Funktionen bestimmter Programme, was man darf und was nicht betrifft. Besonders im Bereich Streaming gibt es viele Fragen.“

Fabian: „Wie erlebt ihr den Bereich des Youtubers in eurem Klientel?“

Lisa: „Der Beruf des Youtubers ist für uns neu und für die Kinder auch. Wie YouTube funktioniert, wie man sich das zum Beruf machen kann und was man dafür braucht – das alles sind wichtige Fragen, die unseren Besuchern durch den Kopf gehen, da sie täglich mit Inhalten ihrer Idole/Vorbilder konfrontiert werden.“

David: „Habt ihr sonst noch weitere Unterpunkte für ein mögliches Konzept?“

Tobias: „Ich sehe da ganz klar feste Öffnungszeiten für verschiedene Altersgruppen. Jede Altersgruppe die wir bedienen hat ein Recht auf den Zugang, was ich auch als Teil der OKJA sehe, dass man Kindern unterschiedlicher Schichten Zugänge schafft und diese pädagogisch begleitet. Ebenso könnte man so personell und zielorientiert gesehen jeweils anders arbeiten, um wirklich jedem Besucher/Teilnehmer auch wirklich gerecht zu werden.“

Fast alle nicken, bis auf Josef.

Josef: „Würde es jedoch eine Öffnungszeit für sämtliche Altersgruppen geben, so könnte man sagen es findet ein soziales Lernen statt, welches je nach Besucherkonstellation immer anders verläuft und ein spannendes Beobachtungs- und Intervenierungsfeld darstellt. Ebenso könnte es ein Lernen am Modell geben, was direkt für alle Altersgruppen passt und man so nicht Gefahr läuft Doppelstrukturen in Form von Angeboten zu fahren.“

Doris: „Ich sehe den Vorteil eher darin, wie Tobias ihn beschrieben hat. Es würde mir zudem leichter fallen zu planen und die Anforderungen an den Raum konkret zu benennen. Außerdem sehe ich den Raum komplett bedarfsorientiert und denke, dass jede Altersgruppe andere Bedarfe/Wünsche an uns adressiert.“

Alle nicken, Josef stimmt ebenfalls zu.

Josef: „Eventuell müsste man den Punkt der Kostendeckung mit aufnehmen. Darin sehe ich die Nutzung der Geräte, eventuelle Projekte/Schulungen, die Geld kosten. Dies ermöglicht uns, einen Teil refinanzieren zu können und schafft zugleich Verbindlichkeiten, was die Teilnehmerzahl betrifft.“

Tobias: „Ich sehe gerade die OKJA wie gesagt als Zugangspunkt für unsere Zielgruppen Geräte, Werte und Möglichkeiten zu haben, die sie in ihrem eigentlichen Lebensraum nicht erfahren und an dem sie nicht partizipieren können.“

Doris: „Ich denke auch die OKJA muss auch einen gewissen Freiraum bieten, dazu gehört auch für mich eher ein Überschuss an offenen Angeboten und die Beziehungsarbeit, als dass es viele Projekte gibt und feste Gruppen.“

Alina: „So sehe ich das auch, gerade in der OKJA können wir eine hohe Vielfalt von den Besuchern her vorweisen und gerade das macht es umso spannender finde ich.“

Lisa: „Ich bin auch gegen einen Projekteüberschuss, wobei ich nicht sagen will, dass es gar keine geben soll. Bedarfsgerechte, vereinzelt Inputs/Workshops oder Projekte zu einem bestimmten Thema können schon sehr passend und gut sein. Ich sehe den Punkt mit dem Geld für eine Nutzung der Geräte eher als negativ an, da unsere Besucher eher aus sozialschwachen Familien kommen.“

Josef: „Ok, so lässt sich festhalten, dass wir es schon für sinnvoll erachten, Projekte aufgrund ihres Bedarfes zu entwickeln und dafür wohlmöglich einen Beitrag zu erheben. Richtig?“

Alle sagen ja und nicken.

Tobias S: „Gut, dann wollen wir zur nächsten Frage kommen, wenn hier alles gesagt wurde?“

Keine Reaktion, vereinzelte Zustimmung durch Nicken.

Tobias S.: „Alles klar, dann kommen wir zu Punkt drei. Wie könnte die Durchführung praktisch umgesetzt werden, unter Berücksichtigung des Personalschlüssels, Gewährleistung des Jugendschutzes, Regeln, Öffnungszeiten und der strukturellen Anforderungen?“

Josef: „Ohne Externes Personal und Einsatz von Praktikanten können wir den Medienraum nicht anbieten. Ich würde von zwei externen Fachleuten für die Planung ausgehen, die zusammen 12 Stunden haben und diese sich aufteilen müssen. Zum einen hätte ich die Fachleute gerne in der Anschaffungsplanung dabei, in der Installation und in der Durchführung. Das macht sie zum Teil des Teams und sie wissen, worum es uns geht und wie wir arbeiten. Zum einen sehe ich sie in den festen Öffnungszeiten und zum anderen in den Workshops/Angeboten, die sie fachlich ergänzen mit ihrem Wissen.“

Doris: „Da stimme ich dir zu, Josef. Vor allem in den Punkt der Gewährleistung und der Einhaltung des Jugendschutzes ist mir das besonders wichtig. Ebenso halte ich spezielle Öffnungszeiten wirklich für eine gute Sache, was unsere verschiedenen Zielgruppen betrifft.“

Tobias: „Ich sehe auch wie ihr eher einen erhöhten Personalschlüssel, da wir dort eine hohe Verantwortung tragen und die Zielgruppen trotz Sicherheitsvorkehrungen einer potenziellen Gefahr aussetzen und dies verhindert/begleitet werden muss.“

Alina: „Ich kann eure Meinungen nur unterstützen, vor allem finde ich, dass der Vorteil spezieller Öffnungszeiten einen geschützten Rahmen darstellt, in dem die Kinder und Jugendlichen sich ausprobieren und aussprechen können, ohne Angst zu haben.“

Lisa: „Das kann ich aus meiner Beobachtung bzw. Arbeit in der OKJA auch so wiedergeben, wie Alina. Dies bedarf aber einiger Regeln, da es keine störenden Einflüsse und die Gewissheit geben sollte, das alles in der Gruppe bleiben soll.“

Alina: „Eventuell wäre auch bei Besucherüberschuss und generell als Regel wichtig, eine Dauer der Benutzung festzulegen, damit es gerecht bleibt und auch aus gesundheitlichen Gründen alles sicher bleibt.“

Tobias: „Das sehe ich auch so, gerade bei neuen Geräten und Multimedia geht es ja immer um einen Konkurrenzkampf und um einen Besitzanspruch.“

Josef: „Wobei dies auch wiederum ein wichtiger Lernprozess in der Adoleszenz ist. Aber eine Regelung hierbei finde ich auch gut und wichtig.“

Fabian: „Super, das klingt ziemlich einig. Habt ihr noch weitere Ergänzungen?“

Keiner sagt was.

Fabian: „Sehr gut, bisher läuft es ja ziemlich gut. Nehmen wir uns dann nun den vierten Punkt vor, in dem es nun an euch ist. Was könnt ihr leisten?“

Doris: „Wir als Hauptamtliche können den Raum stellen und Präsenzzeiten anbieten, in dem wir die Aufsicht bzw. den Service Dienst übernehmen und den Praktikanten, aber auch die Fachkraft nicht alleine lassen.“

Josef: „Ich würde als Leitung den Kostenplan aufstellen und die Möglichkeit der Finanzierung von den zwei Fachkräfte definieren.“

Alina: „Ich fände es wichtig, dass wir alle eine Einweisung von der Fachkraft kriegen, damit wir alle die Geräte bedienen können und auch ohne einen Praktikanten den Besuchern zumindest bei den grundlegenden Sachen helfen können oder auch den Raum zum Schluss wieder so herrichten können, damit er beim nächsten Mal wieder betriebsbereit ist.“

Alle nicken.

Lisa: „Ich kann Einrichtungshilfen für soziale Netzwerke anbieten.“

Tobias: „Ich kann mit In Design Werbung für die Öffnungszeiten und möglichen Projekte machen, ebenso kann ich es auch in unser Programm aufnehmen und Flyer machen. Natürlich kann ich auch eine Öffnungszeit übernehmen. Den Punkt mit der Einführung für alle finde ich sehr wichtig.“

Doris: „Ich kann auf den Jugendschutz achten und Zeitungsberichte schreiben. Ich würde den Medienraum auch mit Bildern auf und Beschreibung auf unsere Homepage laden wollen, das würde ich auch übernehmen.“

David: „Das hört sich ebenfalls alles sehr klar und gut an. Der nächste Punkt wäre, was die anderen leisten können.“

Josef: „Also geht es darum, meine eigene Sicht in die der anderen Hauptamtlichen zu übertragen und den Punkt zu ergänzen?“

Tobias S: „Ja genau, das hast du richtig beschrieben.“

Josef: „Gut, dann würde ich sagen, dass ich mit Fabian schaue, was bestimmte Themen wären, die wir mit Fortbildungen abdecken könnten. Diese beziehen sich auf uns und ich denke, dass Fabian ganz gut benennen kann, was unser Stand ist und was essentiell bzw. notwendig wäre an Wissen.“

Alina: „Ich denke, dass Lisa und ich ganz gut den Raum gestalten können und die Regeln mit den Besuchern aufstellen können.“

Lisa: „Ich könnte mir auch Doris in der Rolle der Workshop Leiterin vorstellen, da sie ja die Homepage seit Jahren gestaltet.“

Doris: „Ich sehe Tobias mit seiner Jungengruppe in dem Abriss der alten Einrichtung und der Vorbereitung des Raums. Dann könnten Alina und Lisa mit den Besuchern zu gestalten usw.“

Tobias: „Ich sehe Cenk darin, dass er uns Fachleute empfiehlt und ggf. auch schon mal eine grobe Auflistung gibt, was die Anschaffungen betrifft und er uns den Kontakt zu Etrakom herstellt, da er dort ja mal gearbeitet hat und wir so einen festen, vertrauten Ansprechpartner hätten.“

Fabian: „Das sind gute Punkte, habt ihr noch weitere im Kopf?“

Keiner sagt was.

Fabian: „Ok, dann überlegen wir, welche Punkte intern abgedeckt werden können.“

Josef: „Im Prinzip alles was die Vorbereitung des Raums betrifft, was das interne Personal betrifft und was die Planung betrifft. Für den Rest bräuchten wir externe Unterstützung.“

Alle nicken.

David: „Ok, der Punkt ist schnell erledigt. Kommen wir zur vorletzten Frage und zwar welche Schulungen, Fortbildungen und Kurse werden für euch benötigt?“

Josef: „Hier würde ich auf Fabian verweisen, der uns als Experte dient und den wir als Berater einsetzen würden.“

Alle nicken.

Doris: „Ich denke einen fachlichen Input bekommen wir durch die Fachkräfte, damit wir alle den gleichen Wissensstand von der Bedienung haben.“

Tobias: „Ich finde eine Fortbildung bezüglich der Lebenswelt der sozialen Medien und der Medienkompetenz sehr wichtig. Eventuell wäre ein Photoshop Workshop für einige von uns spannend, da wir viel mit Fotos arbeiten und diese immer noch ein wichtiges Medium für unsere Zielgruppen sind.“

Josef: „Als Partner sind so oder so schon mal die Medienkooperative Steinfurt, die Fachinstitute, LWL, Jugendamt und Privatpersonen zu nennen. Was die Angebote angeht und was sonst noch bei anderen Anbietern so gibt, würde ich dann gerne mit Fabian erarbeiten.“

Alina: „Ich fände den didaktischen Part auch noch wichtig, damit wir da auch noch

sicherer werden. Eventuell gibt es dort ja auch andere Verfahrensweisen oder wichtige Beachtungspunkte, die wir so noch nicht kennen.“

Lisa: „Dem allen kann ich mich nur anschließen.“

Tobias S.: „Das sind auch gute Ergebnisse. Hat noch jemand was zu sagen?“

Keine Reaktion.

Tobias S.: „Gut, dann wollen wir die letzte Frage besprechen und dann tragen wir alles zusammen, um einen Überblick für das mögliche Konzept zu bekommen.“

David: „Die Frage lautet: Ist eine, den Regeln und Normen der Gesellschaft entsprechende Nutzung des Raumes deiner Meinung nach, überhaupt möglich?“

Lisa: „Die Filterung und Sicherheitsmaßnahmen in den PC muss vorher gewährleistet sein, um den Jugendschutz und den Medienschutz einzuhalten.“

Alina: „Es muss dazu eine gute Transparenz herrschen, was Regelverstöße und Sanktionen betrifft. Man muss dabei aber im Blick behalten, dass die sozialen Medien einen neuen Lebensraum für die Besucher sind und dass wir auch eine Metakommunikation und Bedeutung ihr zuschreiben müssen. Hier kann man am besten mit Vergleichen aus dem echten Leben arbeiten, um den Besuchern die Auswirkungen begrifflich zu machen.“

Doris: „Ich verstehe hier den Hauptauftrag ganz klar als Präventionsmöglichkeit für unser Handeln innerhalb der OKJA.“

Josef: „Für mich ist klar, dass wir die Regeln und Normen festlegen, auch mit den Besuchern, denn das Jugendschutzgesetz gibt es schon und gibt uns unseren Handlungsraum vor.“

Tobias: „Für mich ist der Dialog mit den Jugendlichen essentiell und das wir stets die aktuellen Anliegen im Blick haben, um in einer angemessenen Form reagieren zu können. Es soll zudem Teil der Arbeit sein, einen Schutzraum für Grenz/Neuerfahrungen mit pädagogischen Wirken zu haben und das Spiegeln des Verhaltens soll hier oft vorkommen und Alternativen aufzeigen.“

Fabian: „Hat noch jemand etwas zu ergänzen, egal zu welchem Punkt?“

Danksagung und Schluss der Diskussion

Keine Reaktion.

Fabian: „Dann bedanken wir uns nun sehr bei euch und finden, dass es ganz viele tolle, wichtige und sinnvolle Punkte für ein mögliches Konzept gibt. Also danke euch.“

Tobias und David: „Vielen Dank.“

Alle anderen: „Bitte.“

Anlage VIII - Gantt-Diagramm

Untitled Gantt Project

10.06.2016

Vorgänge

2

Vorgang	Anfang	Ende
In Verbindung mit dem Arbeitsfeld das Ziel der Forschung festlegen	17.02.16	23.02.16
relevante Literatur sammeln	17.02.16	23.02.16
Praxis- und theoriebezogene Begründung der Forschungsidee	24.02.16	01.03.16
relevante Literatur sammeln	24.02.16	01.03.16
In Verbindung mit dem Arbeitsfeld die Forschungsfrage erarbeiten	24.02.16	01.03.16
Theoretischen Rahmen beginnen zu schreiben	24.02.16	01.03.16
Das Konzept des theoretischen Rahmens und Forschungsfrage festlegen	02.03.16	08.03.16
relevante Literatur sammeln	02.03.16	08.03.16
In Verbindung mit dem Arbeitsfeld die Forschungsfrage festlegen	02.03.16	08.03.16
Forschungsart, -strategie und -design bestimmen	02.03.16	08.03.16
Erlaubnis für die Nutzung des YOWOMO2.0 Quiz	02.03.16	02.03.16
Teilfragen formulieren und Erhebungsmethode ausarbeiten	09.03.16	15.03.16
Theoretischen Rahmen abschließen	09.03.16	15.03.16
Erhebungsmethoden, Stichproben festlegen	09.03.16	15.03.16
Erhebungsinstrument ausarbeiten und testen (Pretest)	09.03.16	15.03.16
Zeitplanung beginnen (Gantt-Diagramm)	09.03.16	15.03.16
Der zeitliche Verlauf im Forschungsprozess	16.03.16	22.03.16
Theoretischen Rahmen abschließen	16.03.16	22.03.16
Erhebungsmethoden und Stichproben festlegen	16.03.16	22.03.16
Erhebungsinstrument nach dem Pretest überarbeiten	16.03.16	22.03.16
Zeitplanung ausarbeiten	16.03.16	22.03.16
Consulting	23.03.16	29.03.16
Forschungsplan schreiben	23.03.16	29.03.16
Theoretischen Rahmen abschließen	23.03.16	29.03.16

Vorgänge

Vorgang	Anfang	Ende
Erhebungsmethoden und Stichproben festlegen	23.03.16	29.03.16
Erhebungsinstrument ausarbeiten und testen (Pretest)	23.03.16	29.03.16
Zeitplanung ausarbeiten	23.03.16	29.03.16
Inhalte und Sprache redigieren, Layout	30.03.16	05.04.16
Forschungsplan schreiben	30.03.16	05.04.16
Präsentation vorbereiten	30.03.16	05.04.16
Datenerhebung vorbereiten	30.03.16	05.04.16
Präsentation und Peer-Review	06.04.16	26.04.16
Vorbereitung der Abgabe	06.04.16	12.04.16
Literatur lesen	06.04.16	12.04.16
Schreibprozess abschließen und Forschungsplan zur Prüfung einreichen	13.04.16	19.04.16
In Verbindung mit dem Arbeitsfeld Datenerhebung vorbereiten	20.04.16	26.04.16

Gantt-Diagramm



Anlage IX - Bilder der Flipchart

Ergebnisse der Interviews	Abweichungen/Ergänzungen
<u>Übereinstimmungen</u>	<u>Abweichungen/Ergänzungen</u>
Ergebnisse haben nicht überrascht (+/-)	Klienten sollen sich nicht „belehrt“, eingezwängt fühlen
Verwunderung im Bereich Kollegen/Organisation/Klienten (-)	1x teilweise (+), 1x nein (odergleich im bestimmten Bereichen (+))
Verbesserungseinschätzung im Bereich Professionalität (-)	1x nicht zeitgemäß (-)
Mehr Wissen in Bezug auf Medien/Funktional-Begriffe (+)	
Mehr Elternarbeit (+)	
Gleiche Haltung der Kollegen	
3x - Klienten haben mehr Wissen in Bezug auf Medien (-)	
4x offen, aber genaue Definition und Konzept muss sein (+)	
Schultraum (5x/4)	
5x positive, berufliche Einstellung zum Thema soziale Medien - kritische Haltung wichtig (+)	
5x Anliegen des Raums ist Wissensvermittlung/Dialog/Schultraum/Präventionsmöglichkeit (+)	2x Zockerraum ist auch möglich, eventuell temporär (-> kritische Diskussion)
Positive Beispiele anderer Einrichtungen (Bistro Charlie in Rheina/Kiste im steinfurt X)	2x Talentschuppen - ZPC in einer Ecke, einsehbar - Ort und Gedächtnis (schwierig sehr wichtig sein (-))
Präventionsanliegen, Gewalt/Pornos etc. müssen gesperrt sein, Verantwortungsbewusstsein, wir sind Trainer, Experte und Berührungspunkt (+)	
5x alltägliche Sachen kann ich abdecken, 1x Nichtrolle im Zockerraum, 1x Expertenrolle (Theorie/Lehrbuch), 2x Planung Personal/Kosten (+), 2x Budgetierung/Aufsicht	3x mehr Themenausprägung nötig (-)
5x Mehrwert für die Einrichtung ist für alle ersichtlich (Anziehung/Attraktivität/Anbindung an das Haus, Zielgruppe wird präzisierender (aktuelle Technik ist ein Muss))	
5x gleiche Position in der Lebenswelt im Bezug auf die Zielgruppe (soziale Medien sind essenziell/Medienmittel/Informationsquelle der Peergruppe nimmt viel Zeit ein, bringt viele Gefahren und Konflikte, immer mehr Druck, bringt viele Möglichkeiten (+))	1x Erwachsene bewegen sich auch in der Medienwelt, dadurch wird es schwieriger für Jugendliche sich von ihnen abzugrenzen

Ideenfindung für ein Konzept

1) Was sind die Kernpunkte für ein Konzept?

- ausgebildetes Personal
- rechtliche Grundlage
- Visionen/Zielgruppe
- Finanzierung, Zielgruppe
- Konkurrenzangebote
- keine Doppelstruktur
- Partizipation
- Medienkompetenz vermitteln
- Prävention

2) Gibt es dazu noch ergänzende Unterpunkte

- Kostentplan
- Bestandsaufnahme
- Ziele
- Altersgruppe
- feste Öffnungszeiten
- Lernen von Selbstschutz
- evtl. Gebühren für die Nutzung

3) Wie könnte die Durchführung praktisch umgesetzt werden

- Externes Fachpersonal
- Schulungen/Fortsbildungen
- Gewährleistung des JuschS/Aufsicht
- Medienschnitt
- spezielle Öffnungszeiten
- Konsum eingrenzen
- Hoher Personalschlüssel
- Wahrung des Schutzraumes
- Regeln
- Kostentplan

(Personalschlüssel/Gewährleistung des JuschS/feste Öffnungszeiten/strukturelle Anforderungen)

4) Was könntest du leisten?

- Raumvergabe/Bereitstellung (Doris)
 - Honorar für Fachkräfte (Josef)
 - Aufnahme (Alina + Tobias)
 - Weiteres Personal finden (Josef + Tobias)
 - Aufsicht (Alte)
 - JuschS beachten (Doris)
 - Hilfe beim Konzept/Überarbeitung (Doris)
- ! wenn möglich!

5) Was könnten die anderen leisten?

- 1. JuschS beachten
- 2. Regeln/Konsum einhalten
- Aufsicht
- Begleiter/Ansprechpartner
- Externe Mitarbeiter müssen dem selben Misch/Konzept/oder selben Struktur folgen
- Sie sind als vollwertige Teammitglieder zu betrachten & in die Reflexion mit einzubeziehen
- 3. Bedürfnisse erkennen und Angebote gezielt anbieten
- 4. Schulungen/Wissen/Möglichkeit bekommen anderen Mitarbeiter mitteilen

6) Welche Bereiche können intern abgedeckt werden?

- siehe Punkt 5 (1-6)
- Office Suite kann jeder verwenden
- Adose In-Design (Tobias, Doris, Josef)
- Räume
- Kostentplanung
- Konzept
- Einhaltung der Wünsche/Abmachung

7) Welche Schulungen/Fortbildungen/Kurse oder Literatur wird benötigt, um sich das benötigte Wissen anzueignen?

- Fortbildungen → Medienkompetenz
 - Umgang mit sozialen Netzwerken
 - Datenschutz
 - Hard/Software
 - Kreative Umgang mit Fotos kann durch Alina, Tobias oder Tobias-Carol (Vikes) angeleitet werden
 - Fachperson (Genauere Aufgabenbeschreibung/Anforderungen)
 - ! Hard/Software sollte je dem bedienen können!
- Wollen wir das alles abdecken?

8) Ist eine, den Regeln & Normen der Gesellschaft entsprechende Nutzung des Raumes überhaupt möglich?

- Schutz/Filt, Maßnahmen für das JuschS muss gesichert sein
- Dialog mit der Zielgruppe
- Schutzraum einhalten mit pädagogischen Wirkung/spiegeln des Verhaltens/Alternativen aufzeigen
- Regeln/Normen definieren wir / JuschS gibt es ja schon - ob dies aber gesellschaftlich gefühlt wird sich zeigen
- Prävention und Schutz vor Gewalt/Pornographie steht im Vordergrund-Fokus

Anlage X - Konzeptentwurf

Konzeptentwurf für den OKJA Bereich der Einrichtung St. Nikomedes basierend auf der Auswertung der Gruppendiskussion

Inhaltliche Aspekte

- Inhalte Altersgemäß vermitteln und dabei ein bewusstes Augenmerk auf die wertvollen Möglichkeiten, aber auch auf die immensen Risiken legen
- Suchtkomponenten erkennen
- Prävention gewährleisten
- Medienberatung auf pädagogischer Beratungsgrundlage

Systematik des Konzepts

- Der aktuelle Stand der Skizze ist immer als eine Momentaufnahme zu betrachten
- Das Konzept muss just in time und flexibel umgestaltet werden können
- Multiplikatoreneffekt - Lehrer, Pädagogen, Eltern und Praktikanten als Coaches
- Einsatz eines Hausinternen Mediencoach
- Schulung der anderen Mitarbeiter
- Gesprächsrunden mit Feedback/Updates zum aktuellen Stand im Zyklus
- Dialog aller Beteiligten (Infoabend, Medientag oder Fortbildung)

Aufgaben eines Mediencoaches

- Wachsamkeit für das Thema
 - Intrinsischer Antrieb für Medientrends und Entwicklungen im Bereich der Medien
 - Vermittlung der Erkenntnisse an Pädagogen bzw. Teamkollegen
 - Koordination und Vermittlung von Aufgaben, Erkenntnissen und Bedürfnisse
 - Weiterleitung an externe Angebotsmöglichkeiten zur Fortbildung/Förderungen der Lernfelder
 - Unterstützende Beratung - Impulse setzen und Medienfragen klären
 - Ansprechperson für Eltern und Besucher
 - Fortbildungsinteresse auch bei sich selbst zu haben
 - Nutzung der Internetplattform für andere Mediencoaches