

# Medienbildung in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit



Bachelor-Thesis vorgelegt von Anna Kaufmann, 22-461-784

Eingereicht bei Sarina Ahmed

Muttenz, Januar 2026

## **Abstract**

Die Digitalisierung prägt die Lebenswelt von Jugendlichen nachhaltig, Social Media sind dabei ein zentraler Ort für Kommunikation, Unterhaltung und Selbstdarstellung.

Gleichzeitig gehen damit Risiken wie Desinformation, Cybermobbing und der Konsum problematischer Inhalte einher. Für die Offene Jugendarbeit stellt sich daher die Frage, wie sie Jugendliche in der Entwicklung von Medienkompetenz unterstützen kann und welche Herausforderungen sich dabei zeigen.

Die vorliegende Bachelorarbeit basiert auf einer Literatur- und Dokumentanalyse zu aktuellen Studien und fachlichen Konzepten der Sozialen Arbeit und der Medienpädagogik. Im Zentrum steht die Mediennutzung Jugendlicher in der Schweiz, die Bedeutung von Social Media für jugendliche Lebenswelten sowie die Virtualisierung und digitale Sozialisation. Darauf aufbauend werden für die Jugendarbeit konkrete Vorschläge zur Förderung von Medienbildung entwickelt, unter anderem ein Medienkodex, ein Informationsblatt, ein Grundhaltungspapier und Ideen zum Einbezug der Jugendlichen in die Welt der Social Media des Jugendhauses, die darauf abzielen, Jugendliche zu befähigen, Social Media reflektiert, sicher und verantwortungsbewusst zu nutzen. Abschliessend diskutiert die Arbeit Chancen und Grenzen der Offenen Jugendarbeit im digitalen Raum und skizziert weiterführende Perspektiven und Forschungsbedarf für die Soziale Arbeit.

Digital Natives, wo die Flut an Information sich immer schon 'ne Schneise durch  
die Sinne bricht

Still stehen geht nicht, diese Welt will uns nicht denkend sondern  
funktionierend, Zweifel ist 'n Hindernis

(Disarstar, Hoffnung & Melancholie)

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas für Soziale Arbeit .....	1
1.2 Zielsetzung und Fragestellung der Bachelorarbeit .....	2
1.3 Methodisches Vorgehen .....	3
1.4 Aufbau der Arbeit.....	3
<b>2. Mediennutzung Jugendlicher und Virtualisierung von Lebenswelten .....</b>	<b>5</b>
2.1 Aktuelle Mediennutzung von Jugendlichen in der Schweiz und ein Vergleich zu Deutschland und Österreich .....	5
2.2 Schlussfolgerungen.....	7
<b>3. Bedeutung von Social Media für jugendliche Lebenswelten .....</b>	<b>8</b>
3.1 Identitätsbildung und Selbstdarstellung.....	8
3.2 Peergroups und soziale Beziehungen .....	9
3.3 Informationen auf Social Media.....	10
3.4 Freizeit, Unterhaltung und kreative Ausdrucksformen .....	10
3.5 Algorithmen und Influencer*innen .....	11
3.6 Erkenntnisse dieses Kapitels .....	12
<b>4. Offene Jugendarbeit im Kontext digitaler Lebenswelten .....</b>	<b>13</b>
4.1 Grundlagen und Ziele Offener Jugendarbeit .....	13
4.2 Offene Jugendarbeit und Virtualisierung .....	14
4.3 Chancen und Potenziale der Offenen Jugendarbeit in digitalen Kontexten .....	15
<b>5. Medienbildung, Medienpädagogik und Medienkompetenz – Theoretische Grundlagen</b> .....	<b>16</b>
5.1 Medienbildung und Medienpädagogik.....	16
5.2 Medienkompetenz .....	18
5.3 Bedeutung von Medienkompetenz für Jugendliche im digitalen Raum.....	20
<b>6. Konzeptentwicklung für Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit ..</b>	<b>23</b>
6.1 Anforderungen an die Empfehlungen zur Medienbildung .....	23

6.2 Analyse der bestehenden Praxis und Bedarfe.....	24
6.3 Bedarfe der Jugendarbeit Münchenstein .....	25
6.4 Entwurf der Vorschläge für die Offene Jugendarbeit Münchenstein.....	29
<b>7. Diskussion .....</b>	<b>38</b>
7.1 Einordnung der Vorschläge in theoretische Ansätze.....	38
7.2 Reflexion der Möglichkeiten und Grenzen in der Praxis .....	41
7.3 Weiterführende Perspektiven und Forschungsbedarf.....	44
<b>8. Fazit.....</b>	<b>47</b>
8.1 Zentrale Erkenntnisse .....	47
8.2 Beantwortung der Fragestellung.....	48
8.3 Bedeutung für die Soziale Arbeit .....	51
8.4 Ausblick.....	51

# 1. Einleitung

Social Media prägen in unserer mitteleuropäischen Gesellschaft nahezu alle Lebensbereiche und haben sich in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil der Lebenswelt und des Alltages entwickelt (vgl. JAMES-Studie 2024: 31). Empirisch zeigt sich, dass vor allem Jugendliche Social Media und digitale Geräte selbstverständlich und in vielfältiger Weise nutzen. Laut der von Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) seit 2011 verantworteten Website „Jugend und Medien“ nutzen Jugendliche nicht nur Social Media, sondern sie eignen sich dabei unter anderem soziale Fähigkeiten an (vgl. jugendundmedien.ch o.J.). Sie bauen Beziehungen auf, teilen ihre Gedanken und fühlen sich zu Communitys zugehörig. Social Media bieten in der Zeit der alterstypischen Ablösung von den Eltern einen Freiraum, um unter Gleichaltrigen zu sein (vgl. ebd.).

## 1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas für Soziale Arbeit

Digitale Medien und Social Media sind ein fester und selbstverständlicher Bestandteil des Alltages und Lebenswelten von Jugendlichen (vgl. JAMES-Studie 2024: 4<sup>1</sup>). Dies manifestiert sich in der nahezu vollständigen Verbreitung des Smartphones, bei der 99 % der 12- bis 19-Jährigen ein eigenes Gerät besitzen (vgl. ebd.: 44), sowie in der intensiven täglichen Nutzung des Internets, die an Wochentagen durchschnittlich über drei Stunden beträgt. Diese Entwicklung beginnt bereits im Primarschulalter, in dem der Besitz und die Nutzung von Smartphones und Internet mit dem Alter markant ansteigen (vgl. MIKE-Studie 2019: 46)<sup>2</sup>.

Die Kommunikation findet vorwiegend über die sogenannten „Big Four“, d. h. Instagram, TikTok, Snapchat und WhatsApp statt, die den Alltag der Jugendlichen prägen und als wichtigste Apps gelten (vgl. JAMES-Studie 2024: 48). Mediale Tätigkeiten wie das Hören von Musik, die Nutzung audiovisueller Medien und insbesondere das Gamen stellen zentrale Freizeitbeschäftigungen dar (vgl. ebd.: 31). Plattformen bieten zudem wichtige Räume zur Selbstdarstellung und Orientierung im Prozess der Identitätsbildung (vgl. ebd.: 74). Sie ermöglichen es, soziale Kontakte über die Schule hinaus zu sichern und das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe zu stärken (vgl. ebd.: 78).

---

<sup>1</sup> Die JAMES-Studie ist eine seit 2010 durchgeführte Schweizer Untersuchung der ZHAW, die das Freizeit und Medienverhalten 12- bis 19-Jähriger mit 1183 (2024) befragten Jugendlichen aus den drei grossen Schweizer Sprachregionen beleuchtet.

<sup>2</sup> Die MIKE-Studie ist eine seit 2015 durchgeführte Schweizer Untersuchung zum Medienverhalten von Primarschulkinder. 2019 wurden 1103 Kinder und 562 Elternteile befragt.

Sozialarbeiter\*innen, die mit Jugendlichen im Kontext Sozialer Arbeit zusammenarbeiten, haben einen Einfluss auf deren Mediennutzung. Je versierter Fachpersonen im Umgang mit digitalen Medien sind, desto kompetenter begleiten sie die Mediennutzung und befähigen Jugendliche zu sicherem, reflektiertem Handeln (vgl. Wüthrich/Wettstein/Fehr 2022: 3). Ebenfalls ist neben dem praktischen Medienwissen auch die pädagogische Begleitung von hoher Bedeutung (vgl. DOJ 2021: 1-5). Ihre Aufgabe besteht darin, Jugendliche verlässlich durch digitale Lebenswelten zu begleiten und dabei Orientierung, Schutz und Lernchancen zu gewährleisten (vgl. Wüthrich et al. 2022: 3).

## 1.2 Zielsetzung und Fragestellung der Bachelorarbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit verfolgt das übergeordnete Ziel, einen fundierten Beitrag zur Weiterentwicklung und Positionierung der Offenen Jugendarbeit im Kontext der digitalen Transformation zu leisten. Angesichts der omnipräsenten Rolle digitaler Medien im Alltag von Jugendlichen, wie im Kapitel 1.1 bereits dargelegt, ist die Wirksamkeit der Ansätze zur Förderung einer reflektierten Mediennutzung von grosser Bedeutung. Konkret zielt diese Arbeit darauf ab, zu erforschen, wie die Offene Jugendarbeit Jugendliche dabei unterstützen kann, im Umgang mit Medien eine (kritische) Medienkompetenz zu entwickeln. Diese Verortung deckt sich mit fachlichen Leitlinien, wonach die Sozialarbeiter\*innen digitale Lebenswelten ernst nehmen und kompetent begleiten müssen, weil diese für Jugendliche heute zentrale Erfahrungsräume darstellen. Dafür braucht es sowohl praktisches Medienwissen als auch eine reflexive, professionelle Haltung, welche es ermöglicht, digitale Medien als non-formaler Bildungsort systematisch zu integrieren und Medienkompetenz als Querschnittsaufgabe zu verankern (vgl. DOJ 2021: 1- 5). Der Fokus liegt hierbei auf einer multiperspektivischen Analyse. Dies beinhaltet die detaillierte Untersuchung der aktuellen Mediennutzungsmuster von Jugendlichen, die Ergründung der tiefgreifenden Bedeutung von Social Media für ihre psychosozialen und identitätsbildenden Lebenswelten sowie die präzise Verortung dieser Erkenntnisse im spezifischen Handlungsfeld der Offenen Jugendarbeit.

Ein weiteres zentrales Anliegen dieser Untersuchung ist die Entwicklung von Vorschlägen zur Medienbildung für die Offene Jugendarbeit der Gemeinde Münchenstein, wo die Autorin dieser Bachelorarbeit zurzeit tätig ist, welche als praxisorientierter Leitfaden dienen sollen. Diese Vorschläge sollen darauf abzielen, Jugendliche systematisch zu befähigen, Social Media nicht nur sicher und verantwortungsbewusst, sondern auch kritisch und selbstreflexiv zu nutzen und Sozialarbeiter\*innen schulen. Durch die Erarbeitung dieser Vorschläge sollen

handlungsrelevante Empfehlungen für die praktische Arbeit abgeleitet werden, die es in der Offenen Jugendarbeit ermöglichen, proaktiv auf die Herausforderungen und Potenziale der digitalen Lebenswelt zu reagieren.

Die leitende Forschungsfrage, die diese Bachelorarbeit durchgängig strukturiert und deren Beantwortung im Zentrum der Untersuchung steht, lautet:

**Wie kann die Offene Jugendarbeit zur Förderung der Medienkompetenz Jugendlicher im Umgang mit Social Media beitragen und welche Herausforderungen stellen sich hier?**

Diese Forschungsfrage wird durch die Analyse theoretischer Grundlagen, empirischer Studien und bestehender Praxisbeispiele unterfüttert, um eine umfassende und differenzierte Antwort zu ermöglichen.

### 1.3 Methodisches Vorgehen

Die vorliegende Arbeit beruht auf einer konzeptuellen Literatur- und Dokumentanalyse. Neben wissenschaftlichen Studien zu Mediennutzung werden Leitlinien, Konzeptpapiere und Praxisbeispiele aus der Schweiz und Deutschland ausgewertet. Zusätzlich werden bestehende Konzepte zum Thema Medienkompetenz in der Offenen Jugendarbeit analysiert, zum Beispiel das Konzept des Dachverbandes für Offene Jugendarbeit, um Bedarfe und Handlungsoptionen identifizieren zu können. Ziel ist es damit, Vorschläge für die Erarbeitung von Medienkompetenz für die Offene Jugendarbeit allgemein abzuleiten und insbesondere konkret für das Jugendzentrum Münchenstein Dokumente zu entwickeln.

### 1.4 Aufbau der Arbeit

Kapitel 1 führt in Thema, Relevanz, Zielsetzung und Fragestellung ein und erläutert das methodische Vorgehen. Kapitel 2 bietet einen empirisch fundierten Überblick zu aktuellen Mediennutzung von Jugendlichen in der Schweiz und leitet zentrale Schlussfolgerungen ab. Kapitel 3 vertieft die Bedeutung von Social Media für jugendliche Lebenswelten entlang der Dimensionen Identitätsbildung, Peergroups, Informationsumgang, Freizeit und kreativen Ausdrucksformen sowie Algorithmen und Influencer\*innen und schliesst mit den wichtigsten Erkenntnissen. Kapitel 4 verortet die Offene Jugendarbeit im Kontext digitaler Lebenswelten, klärt Grundlagen und Ziele, diskutiert Virtualisierung und zeigt Chancen und Potentiale auf. Kapitel 5 bündelt die theoretischen Grundlagen zu Medienbildung, Medienpädagogik und Medienkompetenz und konkretisiert deren Bedeutung für Jugendliche im digitalen Raum.

Darauf aufbauend entwickelt Kapitel 6 praxistaugliche Empfehlungen für Medienkompetenz in der Offenen Jugendarbeit, von der Analyse bestehender Praxis und Bedarfe über konzeptionelle Anforderungen bis hin zu konkreten Empfehlungen. Kapitel 7 diskutiert die Empfehlungen im Licht der Theorie, reflektiert Grenzen und Möglichkeiten in der Praxis, skizziert Perspektiven und Forschungsbedarf. Kapitel 8 fasst die zentralen Erkenntnisse zusammen, ordnet sie für die Soziale Arbeit ein, beantwortet die Fragestellung und gibt einen Ausblick.

## 2. Mediennutzung Jugendlicher und Virtualisierung von Lebenswelten

Im folgenden Kapitel werden theoretische Grundlagen und empirische Befunden gebündelt, die für diese Arbeit zentral sind. Zunächst wird die aktuelle Mediennutzung Jugendlicher in der Schweiz skizziert und punktuell mit Deutschland und Österreich verglichen.

### 2.1 Aktuelle Mediennutzung von Jugendlichen in der Schweiz und ein Vergleich zu Deutschland und Österreich

Die im Jahre 2024 durchgeführte JAMES-Studie, die von der ZHAW in Kooperation mit der Swisscom durchgeführt wurde, liefert aktuelle Daten zur Mediennutzung von Jugendlichen in der Schweiz. Die Erhebung erfolgte anonym in Klassenräumen verschiedener Schulen mittels der Paper-Pencil-Methode (vgl. JAMES-Studie 2024: 5). Die Bruttostichprobe umfasste 1220 Jugendliche, von denen 36 aufgrund ihres Alters und/oder fehlender Eignung ausgeschlossen wurden. Die Nettostichprobe bestand somit aus 1183 Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren. Unterschieden wurde unter anderem zwischen der Mediennutzung von Jungen und Mädchen. Die Kategorie „Divers“ wurde aufgrund zu geringer Fallzahlen nicht berücksichtigt.

Die Ergebnisse der Studien zeigen, dass Jugendliche sich in ihrer Freizeit am häufigsten mit Gaming (vgl. ebd.: 13) sowie allgemein mit ihren digitalen Geräten beschäftigen. Ein grosser Anteil entfällt auf unspezifische Handynutzung und die Nutzung der Social Media (84 Nennungen). Auch andere Tätigkeiten wie Lesen (287 Nennungen), Schlafen und Sport werden häufig genannt. Bei Mädchen ist Lesen besonders beliebt, während Jungen häufiger Gamen angeben (vgl. ebd.: 14). In den gemeinsamen Aktivitäten mit Freunden verliert Gaming jedoch an Bedeutung (vgl. ebd.: 15). Im Vergleich zu Deutschland steht Gaming in der Schweiz weiter oben auf der Liste. In Deutschland nennen nur 73% der Jugendlichen Gaming als Freizeitaktivität, womit es dort auf Rang acht liegt (vgl. JIM-Studie 2024: 14)<sup>3</sup>.

Beinahe alle Jugendlichen in der Schweiz haben Zugang zum Internet (99%) und ein eigenes Smartphone (99%) (vgl. ebd.: 19). In Deutschland liegt die Ausstattung ähnlich hoch. So hatten im Jahr 2024 98% der Haushalte ein Smartphone, 97% einen Computer und 96% ein

---

<sup>3</sup> Die JIM-Studie 2024 ist eine repräsentative Basisuntersuchung des Medienpädagogischen Forschungsbundes Südwest zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Für die Erhebung wurden 1200 Jugendliche von Juni bis Juli 2024 mittels eines Mixed Mode Designs befragt.

Fernsehgerät (vgl. JIM-Studie 2024: 5). Auch in der Schweiz stehen 99% der Haushalte ein Computer und 94% ein Fernsehgerät zur Verfügung (vgl. JAMES-Studie 2024: 19).

*„Die Nutzung von Handy, Internet, sozialen Netzwerken und das Hören von Musik sind deutlich im Vordergrund, wenn es um den medialen Alltag von Schweizer Jugendlichen geht.“*

(JAMES-Studie 2024: 31)

83% der Schweizer Jugendlichen nutzen täglich Social Media (vgl. ebd.: 33). 82% der Jüngeren und 89% der Älteren sind täglich auf Social Media aktiv. 93% der Mädchen und 89% der Jungen nutzen Social Media. TikTok und Instagram werden von 56% beziehungsweise 50% der Jugendlichen mehrmals täglich genutzt (vgl. ebd.: 51). An einem Wochentag verbringen Jugendliche durchschnittlich 3 Stunden und 7 Minuten im Internet, an einem Wochenende sind es 4 Stunden und 30 Minuten (vgl. ebd.: 37). Die durchschnittliche Onlinenutzung in Deutschland beträgt im Jahr 2024 201 Minuten pro Tag, also 3.35 Stunden und unterscheidet sich somit kaum von der Schweiz (vgl. JIM-Studie 2024: 24).

In Deutschland steht WhatsApp mit 84% der Jungen und 79% der Mädchen klar an erster Stelle (vgl. ebd.: 27), während es in der Schweiz mit 466 Nennungen nur den vierten Platz belegt (vgl. JAMES-Studie 2024: 47). Hier dominiert Instagram mit 637 Nennungen. 52% der 12/13-Jährigen nutzen Instagram regelmässig, bei den 16- bis 19-Jährigen sind es bereits 94% (vgl. ebd.: 51). Mädchen bevorzugen BeReal und Pinterest, während Jungen eher X (ehemals Twitter) und Reddit nutzen (vgl. ebd.). In Deutschland folgt Instagram 62% direkt hinter WhatsApp (vgl. JIM-Studie 2024: 30).

TikTok bleibt eine beliebte Plattform, verzeichnet jedoch rückläufige Nutzerzahlen (vgl. JIM-Studie 2024: 30). In Deutschland nutzen noch 54% der Jugendlichen die App (vgl. ebd.: 31). In der Schweiz ist TikTok bei den Mädchen (73%) deutlich beliebter als bei den Jungen (64%) (vgl. JAMES-Studie 2024: 52). Snapchat, Facebook und X, werden in beiden Ländern vergleichsweise selten genutzt.

Ein Vergleich mit Österreich auf Grundlage des Jugend-Internet-Monitors 2025<sup>4</sup> liefert ein ähnliches Bild (vgl. saferinternet.at2025: o.S.). Auch dort steht WhatsApp an erster Stelle, während TikTok nur Platz fünf belegt. Auffällig ist jedoch, dass die Snapchat-Nutzung im Vergleich zum Jahr 2024 um 13% gestiegen ist (vgl. ebd.: o.S.). Dieser Trend zeichnet sich in der Schweiz und in Deutschland nicht ab.

---

<sup>4</sup> Der Jugend-Internet-Monitor 2025 ist eine repräsentative Onlineumfrage von Safernet.at, die im Oktober 2024 unter 405 Jugendlichen im Alter von 11 bis 17 Jahren aus Österreich durchgeführt wurde.

## 2.2 Schlussfolgerungen

Jugendliche verfügen in der Schweiz und in Deutschland nahezu flächendeckend über Internet- und Handyzugang und nutzen digitale Medien täglich intensiv. Die Muster in der Schweiz ähneln jenen in Deutschland und Österreich, mit kleineren Unterschieden in den Plattformpräferenzen je nach Alter und Geschlecht. Social Media sind ein zentraler Bezugspunkt zur Identitätsarbeit, zum Kontakt mit Peers und zur Aushandlung sozialer Normen und Werte (Orientierung). Um die komplexen jugendsoziologischen und entwicklungspsychologischen Mechanismen hinter dieser Zentralität zu beleuchten, wird auf die Aspekte, inwiefern Social Media diese Prozesse fördern, aber auch belasten können, im folgenden Kapitel 3 der Arbeit genauer eingegangen.

### **3. Bedeutung von Social Media für jugendliche Lebenswelten**

Wie bereits die Zahlen aus dem letzten Kapitel bestätigen, sind Social Media schon lange ein grosser Bestandteil Jugendlicher Lebenswelten. Bereits im Jahre 2013 schrieben Thomas und Calmbach im Buch „Jugendliche Lebenswelten“, dass die heutige Jugend die erste Generation „Digital Natives“ sei (vgl. Thomas/Calmbach 2013: 176). Ein „Digital Native“ ist eine „Person, die mit digitalen Technologien aufgewachsen ist und in ihrer Benutzung geübt ist“ (Duden o.J.: o.S.)

Die Rolle des Internets hat sich über die Zeit verändert (vgl. Thomas/Calmbach 2013: 179).

Es wird heute nicht mehr nur konsumiert, sondern auch produziert. Jugendliche erstellen und veröffentlichen eigene Inhalte auf vielfältigen Plattformen (vgl. Tillman/Wessel 2021: 848). Dadurch entsteht eine neue Form der Partizipation in einer digital vernetzten Lebenswelt. Auf die Chancen und Risiken dieser Teilhabe wird in einem späteren Kapitel vertieft eingegangen.

Die Bedeutung von Social Media für Jugendliche Lebenswelten lässt sich im folgenden Kapitel analytisch in drei Bereiche fassen:

Erstens unterstützen Social Media die Identitätsbildung, indem Jugendliche sich erproben, sich inszenieren und Rückmeldungen einholen (vgl. Tillmann/Wessel 2021: 848). Zweitens prägen sie Peer Group-Beziehungen, denn digitale Räume sind zentrale Orte für Kommunikation, Anerkennung und Zugehörigkeit, in denen Freundschaften gepflegt und soziale Positionen ausgehandelt werden (vgl. Heeg/Steiner 2021: 1445). Drittens fungieren Social Media als Informationsmedium, das Orientierung zu aktuellen Themen, Trends und Diskursen bietet und so Lernprozesse sowie Meinungsbildung beeinflusst (vgl. ebd.: 1446). Das Kapitel beleuchtet auch die Teilhabe von Jugendlichen an Social Media und erklärt, wie sie sich darin kreativ ausleben können und behandelt dabei auch kurz das Thema Algorithmen und Influencer\*innen.

#### **3.1 Identitätsbildung und Selbstdarstellung**

Jugendliche, die in der Schweiz leben, nutzen Instagram mehr als einmal pro Tag (vgl. JAMES-Studie 2024: 51). Auf Instagram, Snapchat und anderen Medien, die von Bildern und Videos leben, sind besonders die perfekten Bilder angesagt (vgl. jugendundmedien.ch o.S.). Jugendlichen wird auf Social Media oft ein zu perfektes Bild vermittelt. Durch Filter,

Photoshop oder andere Bearbeitungsmöglichkeiten werden Fotos aufgebessert, die Haut wird geglättet und von Pickeln befreit, der Körper wird an ein zurzeit beliebtes Schönheitsideal angepasst, und es wird ein Ideal gebildet, welches zum Nacheifern einlädt (vgl. ebd.). Bereits im Jahre 2010 schrieb Birgit Richard (2010) im Buch „Sexuelle Verwahrlosung“, dass sich Jugendliche ein spezifisches mediales Selbst erschaffen (vgl. Richard 2010: 187). Sie eignen sich ein Repertoire an Haltungen, Posen und Ausdrucksweisen an, die sie vor der Kamera abrufen und welche ihre Selbstdarstellung prägen. So entstehen Bildinszenierungen, die den Logiken der Plattformen folgen und zugleich eine individuelle Handschrift suchen, mit dem Körper als primärem Medium der Selbstdarstellung. Diese Bilder haben einen Einfluss auf das Körperbild von Jugendlichen (vgl. jugendundmedien.ch o.S.). Sie steigern die Unsicherheiten, die durch die Pubertät bereits schon gegeben sind, nochmals massiv und können in schweren Fällen zu psychischen Erkrankungen führen (vgl. ebd.).

Als Gegenbewegung gibt es die sogenannte „Body-Positivity“ Bewegung (vgl. Stehr/Temman/Wiedicke o.J.). Der Begriff ist aus den beiden Wörtern, „Body“, auf Deutsch „Körper“ und „Positivity“, „positive Einstellung“ zusammengesetzt (vgl. Hilse 2022: 33). Sie entwickelte sich als eine feministisch geprägte Online-Bewegung (vgl. ebd.: 2) und ist eine Antwort auf die in klassischen und Social Media verbreiteten idealisierten Körperbilder zu verstehen (vgl. ebd.: 38). Die Bewegung steht für ein Bild, das alle Menschen einbezieht, ungeachtet ihrer Hautfarbe, ihres Körpergewichtes oder anderer Merkmale (vgl. Stehr et al. o.J.). Sie gibt Menschen die Möglichkeit, sich über Diskriminierungserfahrungen auszutauschen, Normen zu verändern und Stigmata abzubauen und hilft ihnen, sich wohlzufühlen so wie sie sind (vgl. ebd.).

### 3.2 Peergroups und soziale Beziehungen

Nachdem die individuelle Inszenierung und Identitätsarbeit beleuchtet wurden, richtet dieses Kapitel den Fokus auf die soziale Dimension, da Social Media als zentraler Freiraum dienen können, in dem Jugendliche Beziehungen aufbauen, ihre Gedanken teilen und die Zugehörigkeit zu ihren Peergroups erfahren.

Peergroups eröffnen den Jugendlichen neue Sozialisationsräume und bieten neue Erfahrungen und Experimentierchancen (vgl. Melcher 2021: 555). Die Pflege der Freundschaften zu Peers findet auch über Social Media statt (vgl. Heeg/Steiner 2021: 1445). Messenger und Social Media sind dadurch zentral für die Beziehungsarbeit, denn ein erheblicher Teil davon verläuft über Chats. Jugendliche, die nicht online präsent sind, riskieren soziale Ausgrenzung im

Offline-Alltag. Ausbleibende, verspätete oder knappe Nachrichten werden als Desinteresse oder Ärger wahrgenommen und können erneute Aushandlungen des Beziehungsstatus auslösen (vgl. ebd.: 1445).

Diese intensive Präsenz in den sozialen Netzwerken kann einen immensen inneren und äusseren Druck auf Jugendliche erzeugen, der sich im Phänomen der „Fear of Missing Out“ manifestiert, welche die Angst bezeichnet, etwas zu verpassen, wenn man nicht ständig online ist (vgl. Andenmatten 2024: o.S.).<sup>5</sup>

### 3.3 Informationen auf Social Media

Für Jugendliche ist das Internet zu einer zentralen Anlaufstelle geworden, um sich über politische Themen zu informieren (vgl. Heeg/Steiner 2021: 1446). Somit sind Social Media wie zum Beispiel Instagram und TikTok wichtige Informationsquellen für Jugendliche (vgl. JAMES-Studie 2024: 40). Sie werden von mehr als der Hälfte der befragten Jugendlichen regelmässig genutzt, um sich über Nachrichten, Trends und politische Themen zu informieren (vgl. ebd.: 41). Auch WhatsApp und Google sind Tools zur Informationsbeschaffung. Zudem nutzen Jugendliche regelmässig KI Tools wie Chat GPT als Informationsquellen. Rund 34% nutzen Chat GPT sogar mindestens wöchentlich. Das Beschaffen von Informationen durch Social Media ist nicht gefahrenfrei (vgl. ebd.: 74). Auf dem Handy verschwimmen die Grenzen zwischen Information, Unterhaltung und Kommunikation (vgl. Heeg/Steiner 2021: 1446). Ernsthafte Beiträge und Spass lassen sich häufig nicht trennen, wodurch die Differenzierung von Notwendigem und Nutzlosem erschwert wird (vgl. ebd.: 1446).

Oft häufen sich Fehlinformationen, da ein Algorithmus nicht nach Qualität, sondern nach Reichweite filtert, die Themensetzung beeinflusst und die Lebenswelt aktiv mitprägt (vgl. JAMES-Studie 2024: 74). Hier ist also eine Medienkompetenz wichtig, um Jugendliche anzuleiten, wahr und falsch auseinanderhalten zu können (vgl. ebd.).

### 3.4 Freizeit, Unterhaltung und kreative Ausdrucksformen

Social Media bieten viele Beschäftigungsmöglichkeiten in der Freizeit. Sie haben andere Freizeitaktivitäten wie Fernsehen oder Radiohören abgelöst (JAMES-Studie 2024: 31). Jugendliche können in den Social Media wie zum Beispiel TikTok auch kreativ werden (vgl. Digitale Schule Hessen o.J.). Sie können eigene Inhalte in Form von Videos, Podcasts und

---

<sup>5</sup> Im Jahr 2020 veränderte sich das Leben für alle Menschen massiv (vgl. Dohmen/Hurrelmann 2021: 248). Die Coronapandemie brach aus, Schulen und weitere Bildungseinrichtungen schlossen, der Kontakt zu Freund\*innen und Verwandten fand nur noch über das Handy und Social Media statt (vgl. ebd.).

weiteres produzieren und teilen (vgl. ebd.). Dadurch werden sie nicht nur zu Konsument\*innen der Inhalte, sondern können auch selber ihre Inhalte teilen und so an der Social Media Bubble teilhaben.

### 3.5 Algorithmen und Influencer\*innen

Um Social Media zu verstehen, braucht es ein Basiswissen über die Funktionen und die Akteur\*innen auf den Plattformen. Dieses Kapitel widmet sich kurz dem Verständnis von Algorithmen, um den Sog hinter Social Media zu verstehen, und geht dann abermals kurz auf Influencer\*innen und ihren Einfluss auf Jugendliche ein.

Zu Beginn zeigte es sich, dass Instagram-Beiträge der vom Nutzer abonnierten Accounts noch rein chronologisch sind (vgl. Geissler 2023: o.S.). Mit wachsender Popularität stellten Instagram und auch Facebook auf algorithmisch organisierte Feeds um, um die Nutzung zu erhöhen. Ein Algorithmus ist ein computergestütztes Verfahren, das aus Nutzerdaten Muster ableitet und Vorhersagen trifft (vgl. ebd.).

Mehrere parallel arbeitende Algorithmen gewichten Signale wie Interaktionen und Verweildauer und bestimmen so die Sichtbarkeit der Beiträge im Feed (vgl. Basler 2022: o.S.). Aufmerksamkeit wird nicht mehr chronologisch verteilt, sondern algorithmisch gewichtet (vgl. ebd.). Somit werden den Nutzer\*innen immer Beiträge angezeigt, die sie besonders interessieren, wodurch es schwieriger ist, sich davon zu lösen. In dieser Logik erhalten Profile mit hoher Interaktion, allen voran Influencer\*innen-Accounts, besonders viel Sichtbarkeit und Präsenz im Feed.

Influencer\*innen fungieren als ein Vorbild auf Social Media (vgl. schau-hin.info o.J.).

Sie sind oft in einem ähnlichen Alter wie die Jugendlichen selber (Süss/Wüthrich 2024: 19). Sie greifen Themen auf, die die Jugendlichen besonders interessieren, beispielsweise, Lifestyle, Mode, Gaming und Gesundheit. Als „Kidfluencer“ werden Kinder bezeichnet, die bereits als Influencer\*innen in den Social Media aktiv sind und deren Accounts meistens von den Erziehungsberechtigten geführt werden. Auch sie greifen relevante Themen auf und werben für Produkte, die für Kinder und Jugendliche interessant sind (vgl. ebd.). Sie wirken nahbarer als klassische Stars und rücken dadurch in eine fast freundschaftliche Rolle (vgl. schau-hin.info o.J.). Durch langfristiges Folgen werden sie Teil des Alltages der Abonnent\*innen, so entsteht oft eine parasoziale Beziehung, in der sich Influencer\*innen wie Freunde anfühlen. Dies ist jedoch ein normaler Prozess, welchen Jugendliche auch früher bei Stars oder anderen Prominenten durchlebt haben (vgl. ebd.). Influencer\*innen bergen aber

auch Gefahren, denn Jugendliche übernehmen oft die Meinungen und Werte ihrer Vorbilder (vgl. Süss/Wüthrich 2024: 20). Dort verbergen sich ebenfalls diskriminierende, abwertende oder antidemokratische Werte und Haltungen, auch extremistische Strömungen erreichen Jugendliche durch reichweitenstarke Influencer\*innen, und häufig reproduzierte Darstellungen entsprechen traditionellen Rollenbildern und ausgeprägten Geschlechterstereotype. Dies kann zu Vorurteilen führen und Jugendliche in einer demokratischen Meinungsbildung einschränken (vgl. ebd.).

### 3.6 Erkenntnisse dieses Kapitels

An dieser Stelle werden die wichtigen Erkenntnisse aus diesem Kapitel zusammengefasst und es werden alle relevanten Aspekte gebündelt. Danach wird in das nächste Kapitel übergeleitet.

Das Kapitel zeigt, dass Social Media jugendliche Lebenswelten inhaltlich und sozial strukturieren, eine Bühne der Identitätsarbeit und der Bildung von Peer-Beziehungen sind und als Informationsquellen fungieren. Zugleich bieten Social Media Freizeit und kreative Räume und lassen Jugendliche von Konsument\*innen zu Produzent\*innen werden.

Algorithmen prägen die gezeigten Inhalte und bringen damit auch Influencer\*innen ins Spiel, die die Jugendlichen als Vorbilder nehmen.

Zwischen dem Druck durch idealisierte Körperbilder und emanzipatorische Gegenbewegungen wie Body Positivity stehen Jugendliche in dynamischen Aushandlungen von Selbstbild, Zugehörigkeit und Wissenserwerb.

Darauf aufbauend richtet das nächste Kapitel den Blick auf die Offene Jugendarbeit und wie sie sich im Kontext digitaler Lebenswelten bewegt.

## 4. Offene Jugendarbeit im Kontext digitaler Lebenswelten

Dieses Kapitel verortet die Offene Jugendarbeit im Kontext digitaler Lebenswelten und spannt so den Bogen vom Auftrag über die Anforderungen der Virtualisierung bis hin zu den Chancen für die Praxis. Ausgehend von ihren Grundlagen und Zielen als Teil der Sozialen Arbeit zeigt Abschnitt 4.1, wie die Offene Jugendarbeit gerade für schwer erreichbare und benachteiligte Jugendliche Zugänge eröffnet und ihre Angebote an realen Bedarfen ausrichtet. 4.2 überträgt das in digital vernetzte On- und Offlineräume. Die Offene Jugendarbeit anerkennt den mediatisierten Alltag Jugendlicher und entwickelt einen professionellen Umgang, der Erreichbarkeit, Beziehungsarbeit, Teilhabe und Schutz in digitalen Settings zusammenführt. Zuletzt bündelt Abschnitt 4.3 die Chancen und Potenziale. Digitale Kontexte ermöglichen adressatengerechte Kommunikation, kontinuierliche Beziehungspflege, informelle Bildung und bieten Formate, in denen Jugendliche selbst Inhalte mitgestalten und Verantwortung übernehmen. So zeigt das Kapitel 4, dass Digitales nicht als Zusatz gesehen werden muss, sondern als integrierten Handlungsraum, in dem die Prinzipien der Offenen Jugendarbeit weitergeführt werden.

### 4.1 Grundlagen und Ziele Offener Jugendarbeit

Die Offene Jugendarbeit gehört zur professionellen Sozialen Arbeit und trägt einen sozialpolitischen, pädagogischen und soziokulturellen Auftrag (vgl. DOJ 2018: 3). Als zentrale Akteurin der ausserschulischen Bildung begleitet, unterstützt und fördert sie Jugendliche durch Beziehungsarbeit auf ihrem Weg zur Selbstständigkeit (vgl. ebd.). Sie richtet sich an alle jungen Menschen, erreicht aber faktisch überdurchschnittlich häufig Jugendliche, die aufgrund ihrer sozialen und familiären Lage nur begrenzt Zugang zu Freizeit- und Kulturangeboten haben (vgl. Icking/Sturzenhecker 2021: 828.). Wesentlich dafür ist die niedrighschwellige, freiwillige und offene Gestaltung der Offenen Jugendarbeit, die Zugänge auch für Jugendliche eröffnet, die als schwer erreichbar gelten. Hinzu kommen professionelle sozialräumliche Lebensweltanalysen, die Bedarfe der Jugendlichen sichtbar machen und die Angebotsplanung entsprechend ausrichten. Auf dieser Grundlage bietet die Offene Jugendarbeit Chancen zum Ausgleich von Benachteiligungen. Von anerkennender Kommunikation über Teilhaben an Bildung und Kultur bis hin zu materieller Unterstützung (vgl. ebd.).

Die lebensweltorientierte Soziale Arbeit sieht stets die Jugendlichen als Individuen im Kontext des Umfeldes, in dem sie sich bewegen (vgl. Grunwald/Thiersch: 908). Der Alltag

wird mit dem Blick auf Stärken, Probleme und Ressourcen stabilisiert oder verändert (vgl. ebd.). Mit dem Hintergrund dieses Konzeptes leistet die Offene Jugendarbeit einen Beitrag zur Erreichung ihrer Kernziele. Sie befähigt Jugendliche zu selbstbestimmtem Handeln und ermutigt sie zugleich, gesellschaftliche Mitverantwortung zu übernehmen und sich sozial zu engagieren (vgl. Kirsch 2021: 5). Die Angebote sollen an den Interessen der Jugendlichen ausgerichtet und mit ihnen gemeinsam gestaltet werden (vgl. Schubert 2021: 820). Mit lediglich 12% medienbezogenen öffentlich geförderten Angeboten, Stand 2021, bleibt die Offene Jugendarbeit im Digitalbereich deutlich unter ihrem Potential (vgl. Pothmann/Deinet 2021: 86). Wie wichtig aber diese Angebote und das Wissen um Social Media ist, behandelt das folgende Kapitel.

## 4.2 Offene Jugendarbeit und Virtualisierung

Jugendliche bewegen sich in Lebenswelten, die von Medien durchdrungen sind (vgl. Tillmann/Wessel 2021: 841). Handeln und Beziehungen verlaufen offline sowie online mit intensiver Vernetzung. Das stellt Fachkräfte der Offenen Jugendarbeit vor neue Herausforderungen und bedeutet, dass ein professioneller Umgang entwickelt werden muss, um Chancen zu eröffnen sowie Schutz in digitalen Räumen zu bieten (vgl. ebd.).

*„Damit die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) für Kinder und Jugendliche relevant bleibt, muss sie die digitalisierten Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen anerkennen und einbeziehen.“*

(Heeg 2024: o.S.)

Über Social-Media-Kanäle lassen sich spezifische Zielgruppen gezielt ansprechen (vgl. Fink/Lange/Schuster 2021: 972). Jugendtreffs kommunizieren mit den Jugendlichen über zielgruppenspezifische Kanäle und verknüpfen somit digitale Ankündigungen mit niederschweligen Rückmeldemöglichkeiten, beispielsweise per Direct Message (vgl. DOJ 2018: 7). Auch Präventionsinformationen verlagern sich von der analogen Welt in die digitale, die Fachpersonen müssen diese Informationen auch über Social Media teilen können und die Jugendlichen mit anderen Hilfestellen vernetzen (vgl. ebd.: 9). Der DOJ beschreibt drei Stufen der Einbringung von Medien oder Social Media in die Arbeit der Offenen Jugendarbeit (vgl. ebd.: 10). Jugendarbeitsstellen können Social Media auch nur minimal nutzen, um ihre Angebote aktuell zu halten und kurz über WhatsApp mit den Jugendlichen zu kommunizieren, dafür braucht es wenig Wissen und wenig Ressourcen (vgl. ebd.: 11). Die zweite Stufe nimmt bewusst mit den Jugendlichen Kontakt über Social Media auf und

kommuniziert alles über Social Media. Auch dafür braucht es nicht viel Wissen oder viele Ressourcen. Anders sieht es bei der dritten Stufe aus, diese bringt Social Media voll in die Offene Jugendarbeit ein (vgl. ebd.: 12). Fachkräfte stehen online für Beratung zu Verfügung, planen Projekte mit Einbezug von Social Media und lassen Jugendliche sogar partizipieren (vgl. ebd.).

Ein gutes Beispiel für diese Nutzung ist der #JugendLiveTalk des Jugendzentrums Chillout der JuAr Basel. Dieser entstand zur Coronazeit und greift zweimal im Monat jugendspezifische Themen in Interviews auf Instagram live auf (vgl. Grosserrat 2024: 1). Es handelt sich dabei um ein Projekt, welches Jugendliche im Hintergrund selber planen und mit Fachkräften zusammen umsetzen. Jugendliche sind motiviert und haben viel Potenzial, um Projekte auf Social Media mitzugestalten, (vgl. DOJ 2018: 12). Daher ist es wichtig, sie auch einzubinden.

Welche Chancen und Potenziale die Offene Jugendarbeit im digitalen Kontext hat, bearbeitet das folgende Kapitel.

#### 4.3 Chancen und Potenziale der Offenen Jugendarbeit in digitalen Kontexten

Social Media oder digitale Kontexte bieten der Offenen Jugendarbeit die Möglichkeit, ihre Grundprinzipien, also Offenheit, Freiwilligkeit, Niederschwelligkeit, informelle Bildung, Partizipation und lebensweltliche Orientierung unmittelbar umzusetzen (vgl. DOJ 2021: 5). Digitale Räume bieten neue Bildungsräume für Jugendliche, machen Organisation einfacher und gestalten die Beziehungspflege neu (vgl. Heeg/Leuenberger o.J.). Sie erleichtern die Kommunikation mit den Jugendlichen im Alltag, machen Mobile Jugendarbeit erreichbarer und nutzen die Räume auch zum fachlichen Austausch zwischen Fachkräften und Jugendlichen (vgl. Kutscher/Seelmeyer 2017).

Auch hinsichtlich KI wird die Offene Jugendarbeit zunehmend aktiv. Am 3. Juli 2025 fand eine Machbarkeitsstudie zu einem KI-gestützten Chatbot in der Offenen Jugendarbeit statt (vgl. JuAr Basel 2025: o.S.). Das Ziel des KI-Chatbots ist, auch ausserhalb der Öffnungszeiten der Angebote der Offenen Jugendarbeit eine erste Anlaufstelle für Jugendliche zu bieten, jedoch nicht das persönliche Gespräch zu ersetzen. Wie genau der Chatbot weiter in der Offenen Jugendarbeit genutzt werden kann, wird noch von der Fachgruppe Digitale Jugendarbeit der JuAr Basel geprüft. Der Einsatz von KI muss sich aber an den Prinzipien der Offenen Jugendarbeit halten und darf nicht gegen die ethischen Haltungen der Sozialen Arbeit verstossen (vgl. Steiner et al. 2025: 20-21).

Es wird in diesem Kapitel sichtbar, dass die Chancen für die Offene Jugendarbeit in den digitalen Kontexten sehr vielschichtig sind. Neben der einfacheren Kommunikation wird auch die Unterstützung für Jugendliche einfacher und auch ausserhalb der Arbeitszeiten möglich.

## **5. Medienbildung, Medienpädagogik und Medienkompetenz – Theoretische Grundlagen**

Für die Erstellung konkreter Vorschläge für die Jugendarbeit Münchenstein braucht es ein theoretisches Fundament. Aufbauend auf Kapitel 3, das die Prägekraft von Social Media auf Identitätsarbeit, Peerdynamiken und Informationspraktiken untersucht hat, und Kapitel 4, das die Offene Jugendarbeit als lebensweltorientierte Akteurin in digital vernetzten Räumen verortet, klärt das folgende Kapitel die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen von Medienbildung, Medienpädagogik und Medienkompetenz.

### **5.1 Medienbildung und Medienpädagogik**

In diesem Kapitel werden die Unterschiede und Zusammenhänge der Begriffe Medienbildung und Medienpädagogik erörtert. Sie weisen zwar Ähnlichkeiten auf, basieren aber doch auf verschiedenen Schwerpunkten (vgl. Steiner/Heeg 2022: 126).

Die Offene Jugendarbeit stützt sich nach Heeg und Steiner auf ein neohumanistisches Bildungsverständnis (vgl. ebd.: 126.). Nach diesem Verständnis geht Bildung vom Menschen selbst aus, soll nicht von aussen bestimmt werden und wird somit als Prozess der Selbstbildung verstanden.

Auch Sting und Sturzenhecker (2021) beschreiben den Bildungsbegriff. Sie sagen, dass die Betrachtung der Bildung aus der Humankapitalperspektive das Bildungsverständnis grundlegend verengt (vgl. Sting/Sturzenhecker 2021: 677). Bildung wird auf das schulische Verständnis von Bildung und somit auf reinen Erwerb von Wissen reduziert. Aus der Perspektive der Sozialpädagogik, welche für die Offene Jugendarbeit eine Rolle spielt, soll Bildung aber ein ganzheitlicher Prozess sein, wie ihn Heeg und Steiner (2021) ebenfalls beschreiben. Bildung wird neben den lebensweltlichen Aspekten auch von den gesellschaftlichen Anforderungen und Aufgaben mitgeprägt und mit den Erwartungen nach einer Erhöhung der gesellschaftlichen Produktivität eingesetzt. Die Jugendarbeit hatte schon immer aufgrund ihrer Geschichte eine eher kritische Einstellung gegenüber den gesellschaftlichen Bildungsansprüchen (vgl. ebd.: 678). Sie betrachtet den Lebenslauf der

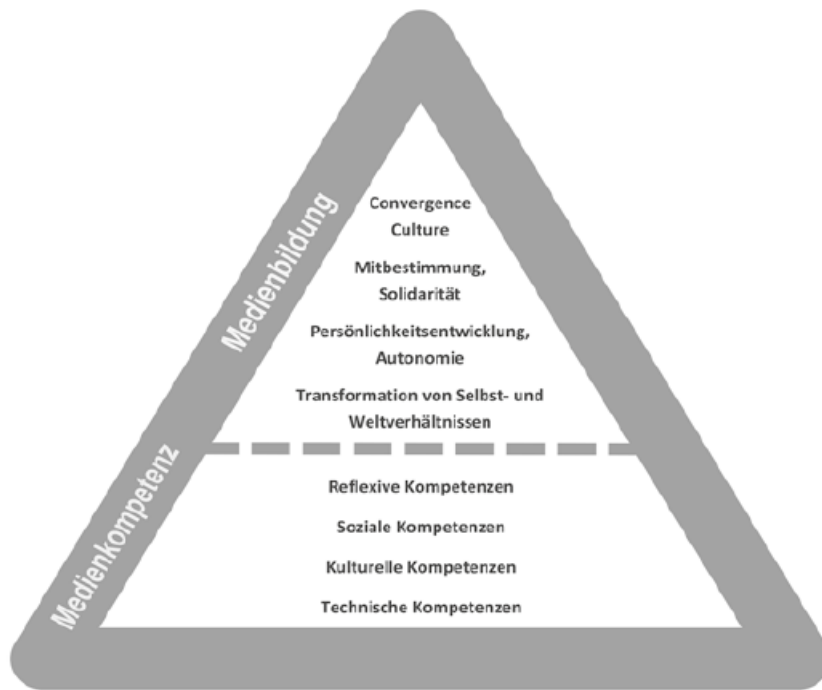
Jugendlichen eng verknüpft mit der Bildung, darüber hinaus wird auch die soziale Position der Jugendlichen einbezogen (vgl. ebd.: 680).

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit verortet werden kann und welches Bildungsverständnis ihr zugrunde liegt.

Die Medienbildung in der Jugendarbeit stützt sich laut Heeg und Steiner (2021) auf das neohumanistische Bildungsverständnis. Selbstbildungsprozesse beschreiben kontinuierliche Veränderungen darin, wie Menschen sich und ihre Umwelt wahrnehmen und verstehen (vgl. Steiner/Heeg 2021: 127). Die Zielsetzung der Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit ist, Orte zu gestalten, an denen Jugendliche sich mit sich selbst und ihrer Umwelt auseinandersetzen können, um ihre persönliche Entwicklung und Selbständigkeit zu fördern (vgl. ebd.: 128). Darüber hinaus fördert Medienbildung die gesellschaftliche Mitverantwortung und das soziale Engagement. Die fachlichen Überlegungen der Medienbildung setzen dabei an den medienbezogenen Bedarfen und Wünschen der Jugendlichen an (vgl. ebd.: 133).

Die Medienpädagogik wird allgemein als das pädagogische Handlungs- und Reflexionsfeld betrachtet, in dem technische Medien, Medieninhalte und ihre psychischen sowie sozialen Auswirkungen eine Rolle spielen (vgl. Ruge 2014: 193). Im klassischen Verständnis umfasst die Medienpädagogik die Perspektiven der Mediendidaktik, der Medienerziehung und der Mediensozialisation (vgl. Fromme/Köniz 2014: 236). Das Konzept der Medienbildung wird laut Fromme und Köniz (2014) als eine ergänzende Perspektive der Medienpädagogik verstanden, die für die Erforschung von Bildungsprozessen und Bildungspotenzialen im Horizont der Medialität steht und oft an die Mediensozialisationsforschung anschliesst (vgl. ebd.: 236).

Sowohl Medienbildung als auch der Aufbau von Medienkompetenz spielen in der Offenen Jugendarbeit eine zentrale Rolle und können wichtige Anregungen für die praktische Arbeit und die folgende Vorschlagsentwicklung geben. Vorab noch wird in dieser Arbeit das Thema Medienkompetenz behandelt.



**Abb. 2:** Schematische Darstellung der Medienkompetenz und Medienbildung in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (in: Heeg/Steiner 2022: 129).

## 5.2 Medienkompetenz

Medienkompetenz beschreibt das Konzept, welches laut Vollbrecht (2001) aus der Medienpädagogik als Reaktion auf eine Mediengesellschaft entstanden ist (vgl. Vollbrecht 2001: 53). Eine Kompetenz, die Vollbrecht (2001) als wichtig erachtet, um eine Medienkompetenz zu entwickeln, ist die kommunikative Kompetenz (vgl. ebd.: 57). Die kommunikative Kompetenz stellt er in den Vordergrund, da sie für jede Art von Kommunikation und somit auch für die Medienkompetenz grundlegend ist (vgl. ebd.: 57). Laut Baacke (1997) verfügen alle Menschen a priori über diese Kompetenz und müssen nur lernen, sie zu fördern (vgl. Baacke 1997: 96). Er beschreibt im Jahre 1997 bereits, dass die Gesellschaft in zwei Teile auseinanderbrechen könnte, wenn nicht allen Menschen eine Medienkompetenz vermittelt werden würde (vgl. ebd.: 97).

*„Wir haben für die neue Lernaufgabe einen eigenen Begriff gefunden: Wir sprechen von ‚Medienkompetenz‘, die an Kinder und Jugendliche zu vermitteln sei.“*

(Baacke 1997: 98)

Es gibt mehrere Versionen, die den Begriff von Medienkompetenz erklären. Laut Heeg und Steiner (2021) fusst Medienkompetenz auf vier Dimensionen (vgl. Heeg/Steiner 2021: 131). Technische Fähigkeiten sind notwendig, um digitale Technologien zu entwerfen, zu

programmieren und sicher zu bedienen. Kulturelle Kompetenzen bedeuten, Neugier und Offenheit gegenüber vielfältigen Informationen zu behalten und sich darin orientieren zu können. Soziale Kompetenzen befähigen dazu, Social Media situations- und zweckgerecht einzusetzen. Reflexive Kompetenzen umfassen die kritische Beurteilung von Medieninhalten und der eigenen Mediennutzung (vgl. ebd.: 132).

Laut Baacke (1997), der den Begriff deutlich früher geprägt hat, gehören folgende vier Punkte zu Medienkompetenz:

- die Fähigkeit zur Medienkritik (vgl. Baacke 1997: 98). Medienkritik heisst, problematische gesellschaftliche Prozesse analytisch erkennen und einordnen zu können, das Wissen auf sich und das eigene Denken anzuwenden und Analyse und Selbstbezug ethisch zu rahmen.
- Medienkunde beschreibt das Wissen über die aktuellen Mediensysteme und Medien (vgl. ebd.: 99). Sie umfasst zwei Punkte, erstens, die informative Dimension, welche das Grundwissen zu Medienstrukturen, Auswahlkompetenz und effizienter Computernutzung mit sich bringt und die instrumentell-qualifikatorische Dimension, welche die praktische Bedienkompetenz beschreibt und das Einarbeiten in die sichere Nutzung neuer Geräte beinhaltet.
- Medienhandeln meint die erlernte Mediennutzung in zwei Formen. Einmal rezeptiv, anwendend, indem man Programme gezielt nutzt, und interaktiv bzw. anbietend, indem man beispielsweise auf Nachrichten und Reaktionen antwortet.

Als vierte Dimension beschreibt Baacke (1997)

- die Mediengestaltung. Mediengestaltung ist innovativ, beschreibt die Weiterentwicklung von Medien und bringt eine kreative Seite mit sich.

Medienkompetenz darf laut Baacke (1997) nicht auf einer subjektiven oder individuellen Ebene gesehen werden, sondern es muss ein gesellschaftliches Ziel verfolgt werden.

*„Wer von Medienkompetenz redet, muß also gleichzeitig davon reden, wie diese zu vermitteln sei und wo das Subjekt in seiner sich ausbildenden oder sich ausgebildet habenden Selbstverantwortlichkeit seinen kommunikativen Status bestimmt.“*

(Baacke 1997: 100)

Neben Erziehung und Bildung muss auch die Körperlichkeit und die Emotionalität von Menschen in das Konzept der Medienkompetenz eingedacht werden (vgl. ebd.: 100).

Als ergänzender Raum neben Familie, Schule und Berufsbildung schafft die Jugendarbeit ein besonders geeignetes Setting zur Förderung von Medienkompetenzen (vgl. jugendundmedien.ch o.J.: o.S). Durch die Offenheit der Jugendarbeit können die Jugendlichen, ganz nach Baackes (1997) Mediengestaltung, kreativ werden und mitgestalten (vgl. ebd.). Die Rolle der Medienkompetenz für Jugendliche wird im folgenden Kapitel kurz erläutert.

### 5.3 Bedeutung von Medienkompetenz für Jugendliche im digitalen Raum

Aus den Zeilen dieser Bachelorarbeit ist es bereits möglich, herauszulesen, warum Medienkompetenz für Jugendliche im digitalen Raum bedeutend ist.

*„Soziale Medien können die Bereitschaft erhöhen, gesundheitsgefährdende Inhalte zu produzieren und zu konsumieren.“*

(Gemkov 2023: o.S.)

Gemkov (2023) beschreibt Mutproben als einen gefährlicheren Teil von Social Media und nennt als Beispiel dafür neben der eher ungefährlichen „ALS Ice Bucket Challenge“ die „Blackout Challenge“. Bei der ersten schütteten sich die Teilnehmer\*innen einen Kübel kaltes Wasser über den Kopf, bei der zweiten hielten sie so lange die Luft an, wie sie konnten. Rahaman Sarkar (2022) schreibt in einem Bericht für „Independent“, dass bereits im Jahr 2022 20 Jugendliche durch die Challenge ums Leben gekommen sind (vgl. Rahaman Sarkar 2022). 15 davon waren weniger als 12 Jahre alt (vgl. ebd.). Mutproben gibt es nicht erst seit es Social Media gibt, jedoch tragen Social Media stark zur Verbreitung dieser Mutproben bei (vgl. Gemkov 2023: o.S.). Medienkompetenz bedeutet auch, sich nicht vom Gruppendruck in Social Media leiten zu lassen und Bewältigungsmechanismen zu erlernen, wie Situationen ausgehalten werden können (vgl. ebd.).

Allein der Fakt, dass durch Social Media Challenges Jugendliche ums Leben kommen, bestätigt die Wichtigkeit einer ausgeprägten Medienkompetenz. Neben diesem Grund gibt es weitere, die nicht auf alle in dieser Thesis behandelt werden können. Es wird daher nur auf ein paar ausgewählte eingegangen, welche noch nicht in der Arbeit erwähnt wurden.

#### **Cybergrooming**

Cybergrooming bezeichnet das Anschreiben von Kindern und Jugendlichen durch Erwachsene im Internet (Süss/Wüthrich 2024: 36). Es kann überall im Internet passieren, neben Social-Media-Plattformen auch in Games oder sogar auf YouTube. Dabei wird zuerst

das Vertrauen der Jugendlichen gewonnen und dann so schnell wie möglich zu einer privaten Unterhaltung übergegangen, um auf den Plattformen nicht aufzufallen (vgl. ebd.).

Medienkompetenz bedeutet im Fall von Cybergrooming, die Warnzeichen zu sehen und zu reagieren. Die Täter\*innen lenken das Gespräch schnell in eine sexuelle Richtung und fragen danach, privat mit den Jugendlichen chatten zu können (vgl. Süß/Wüthrich 2024: 36). Auf diese Warnzeichen sollten Jugendliche sensibilisiert werden (vgl. ebd.).

## **Fakenews**

Bei Fakenews handelt es sich um falsche Nachrichten (vgl. Schneider/Toyka-Seid 2025). Diese werden vielfältig eingesetzt, von der Irreführung zur reinen Unterhaltung über die Manipulation von Meinungen bis hin zum Einsatz als Lockmittel, um Viren auf Geräte zu schleusen und so persönlichen Daten so zu stehlen. Oft werden beispielsweise in einem Wahlkampf Fakenews verbreitet, um das Wahlergebnis zu beeinflussen (vgl. ebd.). Der Satz, den Donald Trump während seines Wahlkampfs verbreitete und in dem er die falsche Behauptung aufstellte, dass Migranten in den USA ihre Haustiere essen würden, ist ein berühmt gewordenes Beispiel (vgl. Ahnert 2024). Diese Aussage wurde nach kurzer Zeit als Fakenews entlarvt, in anderen Fällen ist dies schwieriger. Daher ist es wichtig, dass sich Jugendliche die Fähigkeit aneignen, solche Fakenews zu erkennen. Dies ist besonders wichtig, da im Jahre 2021 TikTok als Suchmaschine Google schlug (vgl. Ley 2023). Der Algorithmus von TikTok eignet sich gut, um Fakenews zu verbreiten, weil er den Nutzer\*innen ständig neue Vorschläge für Beiträge gibt. Da die Beiträge oft nur sehr kurz sind, bevor das nächste Video angezeigt wird, bleibt wenig Zeit, um zu differenzieren, ob es sich um Fakenews handelt. Durch Audios und Hashtags wird diese Verbreitung gefördert, und durch die Überladung von Inhalten auf der Plattform schafft TikTok es nicht, die Verbreitung aufzuhalten (vgl. ebd.). Um Fakenews zu erkennen, ist es wichtig, die Beiträge genau zu untersuchen und ihre Quellen zu prüfen (vgl. Schneider/Toyka-Seid 2025). Auch das „kritische Lesen“ und das „selber denken“ betonen Schneider und Toyka-Seid in ihrem Beitrag (vgl. ebd.).

Zusammenfassend zeigt sich, dass Medienkompetenz für Jugendliche im digitalen Raum Schutz, Teilhabe und Orientierungskompetenz darstellt. Sie befähigt die Jugendlichen, riskante Inhalte zu erkennen und einzuordnen. Entscheidend sind dabei das Prüfen der Quellen und Motiven und das Reflektieren der eigenen Gefühle.

Die vorangegangenen Kapitel haben nun die Basis gelegt. Sie beschreiben die Mediennutzung Jugendlicher, die Bedeutung von Social Media für Identitätsarbeit, Peerbeziehungen und

Informationsverhalten sowie die fachlichen Grundlagen von Medienbildung, Medienpädagogik und Medienkompetenz. Davon ausgehend richtet sich der Blick nun im Kapitel 6 auf die praktische Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse in ein handlungsorientiertes Vorgehen.

## **6. Konzeptentwicklung für Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit**

Im folgenden Kapitel werden aus den bisherigen theoretischen Überlegungen und Erkenntnissen zur Bedeutung von Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit konkrete, praxisnahe Empfehlungen für die Jugendarbeit Münchenstein abgeleitet. Auf Basis der in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten mediatisierten Lebenswelten, der Chancen und Risiken von Social Media sowie der medienpädagogischen Grundlagen wird aufgezeigt, wie Medienbildung als Querschnittsaufgabe in der Offenen Jugendarbeit verankert werden kann. Zunächst werden in Abschnitt 6.1 Anforderungen an die Empfehlungen zur Medienbildung formuliert, die sich aus fachlichen Grundlagen und den Prinzipien der Offenen Jugendarbeit ergeben. Anschliessend werden in 6.2 die bestehende Praxis und der daraus abgeleitete Bedarf skizziert. Abschnitt 6.3 beschreibt das konkrete Setting der Jugendarbeit Münchenstein und fasst die Ergebnisse der Standortbestimmung zusammen, aus den sich zentrale Handlungsfelder ergeben. Darauf aufbauend werden in 6.4 vier miteinander verknüpfte Vorschläge, der Medienkodex, das Informationsblatt für das Team, das Grundhaltungspapier und der Vorschlag zum Medieneinbezug der Jugendlichen entwickelt, die einen ersten handlungsorientierten Rahmen zur Förderung von Medienkompetenz in der Offenen Jugendarbeit Münchenstein bilden und bei Bedarf auf andere Jugendhäuser übertragen werden können.

### **6.1 Anforderungen an die Empfehlungen zur Medienbildung**

Die Empfehlungen zur Medienbildung dürfen sich nicht auf eine einzelne Plattform oder ein bestimmtes Gerät beschränken, sondern sollten so formuliert sein, dass sie plattformunabhängig gelten und auch dann noch passend sind, wenn sich Plattformen, Geräte und Nutzungsweisen verändern (vgl. DOJ 2021: 7). Da sich das Internet und Social Media in einem ständigen Wandel befinden und neue Plattformen, Funktionen und Trends laufend hinzukommen, besteht die Gefahr, dass die formulierten Empfehlungen schnell an Aktualität verlieren. Daher müssen sie regelmässig überprüft und angepasst werden, damit sie den digitalen Lebenswelten der Jugendlichen weiterhin entsprechen (vgl. ebd.). Ebenfalls sollte die Offene Jugendarbeit den Schwerpunkt nicht auf die reine Vermittlung von Medienkompetenzen, sondern auf die Förderung von Persönlichkeitsentwicklungen und Selbstbestimmungen der Jugendlichen setzen, auch im digitalen Raum (vgl. Steiner/Heeg

2022: 134). Die Stärkung von Medienkompetenz schafft eine Grundlage dafür, dass alle mitreden, mitgestalten und einen fairen Zugang zu Chancen erhalten (vgl. Wüthrich/Rumo/Weittstein/Fehr 2022: 7). Einen Baustein dafür kann die Leichte Sprache bilden. Leichte Sprache unterstützt Menschen mit geringen Lesekompetenzen (vgl. admin.ch o.J.). Sie reduziert Texte auf das Wesentliche und formuliert diese klar. Schwierige Begriffe werden erklärt, Abstraktes mit Beispielen veranschaulicht. Ebenso sind Aufbau und Layout wichtig. Kurze Absätze, klare Überschriften und eine übersichtliche Gestaltung erhöhen die Verständlichkeit (vgl. ebd.). Dies nicht nur für Jugendliche mit oder ohne Beeinträchtigung, sondern auch für Jugendliche mit Migrationshintergrund. Auch richtet sich, ausgehend von Freiwilligkeit und Offenheit, Medienbildung und Kompetenzförderung immer nach den Bedarfen und Interessen der Jugendlichen (vgl. Steiner/Heeg 2022: 134). Im Kontakt mit den Jugendlichen übernehmen Mitarbeiter\*innen die Rolle des Vorbildes und können einen reflektierten, kreativen Umgang mit Social Media im Alltag vorleben und fördern (vgl. Viktoria Stiftung 2022: 6). Damit alle Jugendlichen eine Medienkompetenz aufbauen und an Angeboten teilnehmen können, ist es wichtig, dass Institutionen Geräte und Infrastruktur niederschwellig bereitstellen (vgl. Wüthrich et al.: 24). Diese sollten dem technischen Niveau der Geräte, die die Jugendlichen zuhause haben, angepasst sein (vgl. ebd.).

## 6.2 Analyse der bestehenden Praxis und Bedarfe

An der im Jahr 2016 abgehaltenen openCON16, einer Tagung zum Thema „Digitale Kultur in der Jugendarbeit“, bei der Fachpersonen der Offenen Jugendarbeit ihre Erfahrungen, Projekte und Konzepte zu digitalen Medien austauschen und gemeinsam weiterentwickeln (vgl. OpenCON 2016: o.S.), formulierten teilnehmende Jugendarbeiter\*innen das Bedürfnis nach einem Leitfaden, der Orientierung im Umgang mit digitalen Medien bietet und bei der Erstellung eigener Konzepte unterstützt (vgl. Leitfaden Digitale Medien in der Offenen Jugendarbeit 2019: 1). Daher entschied sich das DOJ (Dachverband Offene Jugendarbeit) diesen Leitfaden zur Unterstützung von Facharbeiter\*innen zu erstellen.

Die Notwendigkeit eines Konzeptes ergibt sich aus der omnipräsenten Rolle der Social Media im Alltag junger Menschen, wie sie im Kapitel 2 dargestellt wurde. Der Bedarf wird insbesondere in Kapitel 3 mit Verweis auf Körperbilder und Identitätsarbeit begründet und in Kapitel 5.3 weiter untermauert, indem auf die Risiken von Social Media hingewiesen und deutlich wird, dass Jugendliche zu einem reflektierten und sicheren Umgang befähigt werden sollen.

Medienpädagogik ist ein wichtiger Baustein pädagogischer Arbeit (vgl. Schmid/Luginbühl 2018: 1). Sie soll den Jugendlichen Unterstützung in der Welt der Medien bieten und ihnen einen angemessenen Umgang mit Medien beibringen. Die Erstellung eines Medienkonzeptes bringt für die Einrichtung viel Positives mit sich. Es wird deutlich, dass die Einrichtung sich mit dem Thema Medien bewusst auseinandersetzt, welche Haltung sie nach innen und aussen trägt, welche Angebote zum Thema Medien stattfinden, wer in der Institution die Ansprechperson zu diesem Thema ist und wie die Jugendlichen zu diesem Thema gefördert werden. Der wichtigste Punkt ist aber die interne verbindliche Grundlage für alle Mitarbeiter\*innen (vgl. ebd.: 1-5).

Da die Autorin dieser Bachelorarbeit momentan bei der Gemeinde Münchenstein im Baselland als Mitarbeiterin der Jugendarbeit angestellt ist, wird sie die Empfehlungen für die Jugendarbeit konkret auf ihre derzeitige Arbeitsstelle beziehen. Die Empfehlungen können jedoch auf alle Jugendhäuser und Jugendzentren angewandt werden.

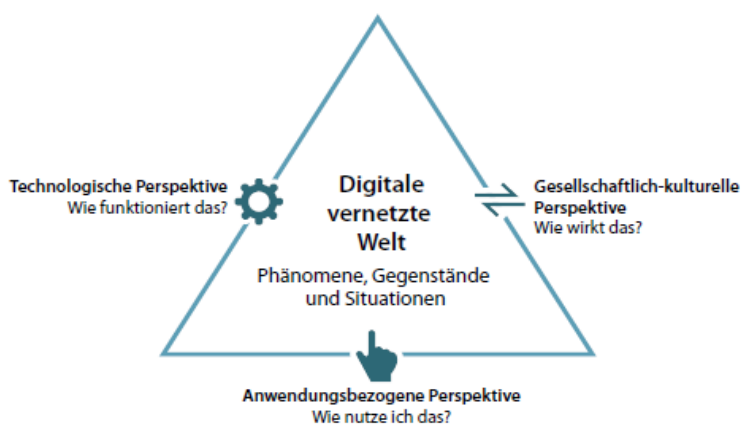
### 6.3 Bedarfe der Jugendarbeit Münchenstein

Die Gemeinde Münchenstein beschloss, nach einem Unterbruch von circa einem Jahr, im Mai 2025, die Jugendarbeit wiederaufzunehmen und ab August 2025 wieder mit einem vierköpfigen Team zu starten. Der Andrang der Jugendlichen ist gross, jeden Abend kommen zwischen 10 und 30 Jugendliche vorbei. Das Alter ist dabei, genauso wie das zugeordnete Geschlecht, relativ durchmischt. Die meisten Jugendlichen sind im Alter zwischen 11 und 20 Jahren, auch wenn das Jugendhaus offiziell für Jugendliche von 12 bis 18 Jahre geöffnet ist. Viele der Jugendlichen kommen aus dem gleichen Schulhaus, wobei ein grosser Teil davon aus dem A-Zug dieser Schule kommt. Sie verbringen die Zeit mit den Mitarbeiter\*innen und unter Freund\*innen im Jugendhaus. Neben einem Barangebot zu jugendfreundlichen Preisen gibt es die Möglichkeit, Tischfussball, Billiard und Flipper zu spielen. Im zweiten Stock kann man Online-Games kostenlos spielen, diese sind vom Team ausgewählt und die Wünsche der Jugendlichen werden berücksichtigt. Viele der Jugendlichen sprechen und verstehen Schweizerdeutsch, jedoch gibt es ebenfalls Jugendliche, deren Muttersprache nicht Deutsch ist und bei denen die Verständigung weniger einfach ist. Deshalb sind alle Angebote und Informationen der Jugendarbeit in Leichter Sprache verfasst, und für wichtige Informationen sind bereits Übersetzungen in verschiedene Sprachen im Gange. Die Teilhabe an Projekten und Ausflügen ist besonders für Jugendliche wichtig, die nicht die Möglichkeiten haben, sonst an Freizeitaktivitäten teilzunehmen. Darauf nimmt das Team der Jugendarbeit Rücksicht und

versucht mit allen Mitteln, jede\*m Jugendlichen\* die Teilnahme zu ermöglichen. Dies bezieht sich nicht nur auf Ausflüge, sondern ebenfalls auf die Aushänge mit Informationen zum Jugendhaus.

Das Team wurde nach der Wiedereröffnung komplett neu zusammengestellt und hat noch keine gemeinsamen Haltungen gegenüber Medien erarbeiten können. Da die Jugendarbeit selten direkt mit Eltern zu tun hat, werden Eltern eher als Aussenstehende angesehen und nicht in die Vorschläge einbezogen. Die zeitlichen Ressourcen, welche für die Erstellung der Vorschläge und später für die Evaluation ausserhalb dieser Bachelorarbeit erforderlich sind, beschränken sich auf nur ein paar Stunden.

Die Bestandsaufnahme folgt dem Leitfaden „Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen“ der Plattform Jugend und Medien (vgl. Fehr/Gärtner/Schüpbach 2018). Diese wurde aufgrund der Einfachheit der Fragen und der Empfehlungen des DOJ (2021) durchgeführt. Die Standortbestimmung nimmt das im Lehrplan 21 aufgenommene „Dagstuhl-Dreieck“ als eine Grundlage (vgl. Fehr et al. 2018: 15).



**Abb. 3:** Dagstuhl-Dreieck zu Medienkompetenz in sozial-, heil- und sonderpädagogischen Einrichtung (Wüthrich et al. 2018: 15)

Das Dagstuhl-Dreieck ist ein Orientierungsmodell für Bildung in der digital vernetzten Welt (vgl. Projekt Dagstuhl o.J.: o.S.). Es beschreibt drei Perspektiven, welche in der Bildungsarbeit immer gemeinsam mitgedacht werden müssen: die technologische Perspektive, also wie funktionieren Systeme, Daten und Algorithmen, die gesellschaftlich-kulturelle Perspektive, sie befasst sich mit der Frage, wie digitale Medien Kommunikation, Teilhabe und Machtverhältnisse verändern, und die anwendungsbezogene Perspektive, diese behandelt die Veränderung der digitalen Werkzeuge im Alltag, in der Schule oder in der

Freizeit (vgl. ebd.).

Das Dreieck macht deutlich, dass digitale Bildung weder auf technische Funktionalität noch auf reine Nutzungsfragen verkürzt werden darf, sondern immer das Zusammenspiel aller aufgeführten Faktoren in den Blick nehmen muss. Der Leitfaden ist aber ebenfalls ein Instrument, welches auch das Verständnis von Medienkompetenz und den Auftrag von den Institutionen im Auge behält (vgl. Wüthrich et al. 2022: 3).

Darauf baut auch die Standortbestimmung, die das Team der Jugendarbeit durchläuft.

Diese erfolgte im Rahmen einer Teamsitzung, an der alle Mitarbeiter\*innen des Jugendhauses teilgenommen haben und bei der ein Konsens ermittelt wurde, wie die Fragen zu beantworten sind.

Das DOJ (2021: 7) empfiehlt für die Offene Jugendarbeit, folgende Punkte zur Erhebung des Bedarfs der Medienkompetenzförderung zu benutzen:

- A- Technische Kompetenz. Dazu zählen die Gerätebedienung und -wartung und der richtige Einsatz von Anwendungen (vgl. Fehr et al. 2018: 10).
- B- Nutzungskompetenz. Dazu gehören Strategien zur gezielten Auswahl und strukturierten Verwaltung von Informationen, die kreative Mediengestaltung sowie das Erschliessen und Mitgestalten digitaler Räume. Dafür braucht es Unterstützung der Jugendlichen durch die Erwachsenen.
- C- Rezeptions- und Reflexionskompetenz. Gemeint sind insbesondere das Prüfen der Verlässlichkeit von Informationsquellen, die Reflexion des eigenen digitalen Fussabdrucks, das Erkennen typischer Online-Risiken, das Abschätzen der Konsequenzen des eigenen Medienhandelns. Auch hier sind die Jugendlichen auf die Erwachsenen angewiesen.
- D- Soziale Kompetenz. Jugendliche sollen digitale Medien verantwortungsvoll nutzen, Privatsphäre wahren, Konflikte passend klären, Risiken kennen und Schutz anwenden. Gleichzeitig sollen Chancen zum sozialen Miteinander genutzt werden.

Nach der Erhebung über das eigene Verhalten wird nun aufgezeigt, wie die Mitglieder des Teams Jugendliche in den digitalen Medien begleiten können (vgl. ebd.: 13).

- E- Restriktive Begleitung. Restriktive Begleitung meint Regeln zur Mediennutzung (vgl. ebd.: 12). Mit Ratgebern kann ein Rahmen gesetzt werden, aber dieser muss der Situation der Jugendlichen angepasst werden. Medienpädagogik geht über Regeln

hinaus und setzt auf aktive Auseinandersetzung mit Inhalten und Nutzung.

- F- Aktive Begleitung. Diese bedeutet, regelmässig mit den Jugendlichen über Inhalte und Nutzung von digitalen Medien zu sprechen. Grundsätzlich ist es dabei wichtig, Interesse an der Nutzung zu zeigen, Fragen zu beantworten, gemeinsam Medien zu nutzen, einen passenden Umgang vorzuleben und zusammen zu lernen, eigene Stellung zu beziehen. Die Jugendlichen werden über mediale Themen informiert und ermutigt, Neues zu erlernen.

Nachdem die Befragung zur Begleitung der Jugendlichen abgeschlossen ist (aus dieser wurden Aufgrund der Empfehlungen des DOJ (2021) ein paar Punkte gestrichen), folgen nun Fragen zu Medien und der Institutionskultur, auch hier werden nicht alle Punkte benötigt (vgl. ebd.: 15).

- I- Haltungstypen: Beschreiben die Haltung der Institution gegenüber dem Gebrauch von Medien.
- K- Kommunikation: Nimmt die interne und externe Kommunikation in den Blick und geht der Frage nach, ob ein Konzept dafür besteht.
- L- Administration: Meint die Verfügung über ein Fallführungssystem, welches vom Team genutzt werden kann.
- M- Kreative Medienpädagogik: Fragt nach der Umsetzung von Medienprojekten.

Die ausgefüllten Fragebögen mit den angekreuzten Antworten sowie die zusammenfassende Auswertung der Standortbestimmung befinden sich im Anhang dieser Arbeit.

Die Auswertung macht sichtbar, in welchen Bereichen die Jugendarbeit Münchenstein im Umgang mit digitalen Medien bereits gut aufgestellt ist und in welchen Themenfeldern ein erhöhter Handlungsbedarf beziehungsweise Entwicklungsbedarf besteht.

Insgesamt zeigt sich, dass in vielen der erhobenen Bereiche noch deutliches Verbesserungspotenzial vorhanden ist. Lediglich der Bereich der technischen Kompetenzen (A), also in der Bedienung von Geräten und in der Handhabung von grundlegenden Anwendungen, schätzt sich das Team mehrheitlich im grünen Bereich ein. In mehreren anderen Dimensionen, insbesondere bei der Nutzungskompetenz, der Reflexionskompetenz und der Sozialkompetenz sowie bei der restriktiven und aktiven Begleitung der Jugendlichen, wurden die Einschätzungen eher im roten, hohen Handlungsbedarf oder orangen, Entwicklungsbedarf, verortet. Diese farbliche Markierung

unterstützt das Team dabei, die eigenen Stärken und Schwächen auf einen Blick zu erkennen und die weiteren Schritte gezielt zu planen.

Vor diesem Hintergrund ist das zentrale Ziel der im nächsten Abschnitt entwickelten Vorschläge, insbesondere jene Fähigkeiten und Praxisbereiche in den Blick zu nehmen, die in der Standortbestimmung als rot oder orange markiert wurden.

Der in diesem Abschnitt erhobene Bedarf ergibt sich nicht nur aus der durchgeführten Standortbestimmung, sondern wurde auch durch den bisherig geschriebenen Teil dieser Bachelorarbeit fachlich begründet, denn die vorangegangenen Kapitel haben klar dargelegt, dass Social Media feste und selbstverständliche Lebenswelt Jugendlicher sind (vgl. JAMES-Studie 2024: 4). Zur fachlichen Einordnung des Bedarfs bietet sich der Medienkompetenzbegriff von Baacke (1997) an, der sich auch, nach der Interpretation der Autorin, gut zur Einordnung der erhobenen Dimensionen eignet. Ohne an dieser Stelle vertieft darauf einzugehen, ist es wichtig, festzuhalten, dass Medienkompetenz in Baackes Verständnis deutlich über reine Technikbedienung hinausgeht und auch kritische, reflexive und gestaltende Aspekte umfasst (vgl. Baacke 1997: 98-99). Wüthrich et al. (2022) betonen ebenfalls, dass der Fragebogen zur Kontrolle und Qualitätssicherung in regelmäßigen Abständen ausgefüllt werden soll (vgl. Wüthrich et al. 2022: 37). Dieses Ziel wird in der Jugendarbeit Münchenstein in den Kalender eingetragen, damit der Wiederholungstermin nicht vergessen wird.

In diesem Zusammenhang gewinnen insbesondere jene Bereiche an Bedeutung, die in der Standortbestimmung der Mitarbeiter\*innen als ausbaufähig eingeschätzt wurden.

Aus der Kombination aus Standortbestimmung und ermitteltem Handlungsbedarf werden im Folgenden die vier Empfehlungen für die Offene Jugendarbeit Münchenstein abgeleitet, die einen konkreten Beitrag zur Förderung der Medienkompetenz leisten sollen.

#### 6.4 Entwurf der Vorschläge für die Offene Jugendarbeit Münchenstein

Im folgenden Kapitel werden Empfehlungen für den Umgang mit Social Media und digitalen Geräten in der Jugendarbeit Münchenstein erarbeitet. Diese bauen auf den Grundprinzipien der Offenen Jugendarbeit und richten sich nach dem zuvor erarbeiteten Handlungsbedarf. Es handelt sich insgesamt um vier Vorschläge, diese sind an die Jugendlichen und an das Team der Jugendarbeit angepasst. Zwei der Vorschläge zur Medienbildung richten sich an die Jugendlichen und zwei an das Team, wobei alle Beteiligten davon profitieren und in alle

Vorschläge eingebunden sind.

## **1. Aushang für den Offenen Treff**

Ergänzend zu den bereits bestehenden Hausregeln stellt das Team einen Aushang für den Treffbereich, den „Medienkodex“, her. Er hält für die Jugendlichen übersichtlich fest, wie Medien im Jugendhaus verantwortungsvoll genutzt werden können und sollen. Grundlage bildet das gemeinsam erarbeitete Canva-Poster, das der Arbeit beigelegt ist.

Der „Medienkodex“ thematisiert insbesondere die Wahrung von Persönlichkeitsrechten, respektvolle Kommunikation ohne Hassnachrichten, Sicherheit im Netz, die Beachtung von Altersbegrenzungen, das Verbot, Personen gegen ihren Willen zu filmen oder zu fotografieren, dies gilt auch für die App „Snapchat“, sowie ein striktes Foto- und Filmverbot in Schutzräumen, beispielsweise der Toilette (vgl. edoeb.admin.ch o.S.).

Die Jugendlichen werden zudem ermutigt, sich bei Unsicherheiten jederzeit ans Team zu wenden und Medien so zu nutzen, dass niemand gestört wird, was sich hauptsächlich auf die Lautstärke bezieht.

Mit der Bezeichnung „Medienkodex“ möchte das Team keine Verbote in den Vordergrund stellen, sondern Orientierung und Mitverantwortung betonen und den Grundprinzipien der Offenen Jugendarbeit nahe bleiben.

Canva wurde als Plattform für die Gestaltung von internen Flyern und Dokumenten ausgewählt, weil es einfach zu bedienen ist und viele Möglichkeiten offenlässt. Das Layout ist simpel gehalten und so gegliedert, dass es im Treff einfach zu lesen ist, auch aus gewisser Distanz. Ebenfalls ist die erste Seite im Ampelsystem aufgebaut, damit man sofort sehen kann, was im Treff okay ist und was nicht. Die Formulierungen sind bewusst kurz gewählt, damit diese so besser eingepreßt werden als lange Regeltex-te. Sie werden ebenfalls in Leichter Sprache formuliert, um allen Jugendlichen den Zugang zu gewähren. Die Aushänge werden im unteren Treff, wo Mediennutzung typischerweise stattfindet, gut sichtbar platziert, aber auch in dem Gamingroom wird es einen Aushang geben. Das Team bezieht den „Medienkodex“ in Gespräche ein, beispielsweise bei der Herausgabe von Controllern oder dem WLAN-Passwort. Bei Verstößen kann auf den Kodex verwiesen werden, und dieser kann als Rahmen für Gespräche genutzt werden.

Das Team sammelt Beobachtungen und holt regelmässig Feedback von den Jugendlichen ein. Das Dokument bleibt im Canva lebendig und kann jederzeit angepasst werden, da sich in der Medienwelt schnell neue Trends und Gewohnheiten etablieren.

Durch klare Regeln kann der Punkt E abgedeckt werden. Auch die soziale Kompetenz (D) wird in verschiedenen Punkten berücksichtigt. Die Punkte C, B, F und I werden ebenfalls mitgedacht.

## **2. Informationsblatt für das Team der Jugendarbeit Münchenstein**

Das Informationsblatt für das Team ist ein rein informatives Papier zu den verschiedenen Social-Media-Kanälen, welche das Team bespielt und die Jugendlichen nutzen. Damit wird sichergestellt, dass alle im Team auf dem gleichen Informationsstand sind und den Jugendlichen bei Fragen behilflich sein können. Das Team einigt sich auf folgende Plattformen: Instagram, TikTok, Snapchat, WhatsApp, Youtube und Facebook

Das Papier ist bewusst einfach gehalten und gibt nur kurze Informationen zu jeweiligen Plattformen. Erst in einem nächsten Schritt wird ein kurzes Grundlagenpapier erarbeitet. Das Informationsblatt wird im internen Speicher abgelegt und vom Team quartalweise, falls nötig, erneuert und in Teamsitzungen besprochen. Das Dokument wird im Frühjahr 2026 für die Jugendarbeit nochmals angepasst und fertiggestellt, da der Fokus auf dem Grundhaltungspapier liegt und dieses noch vor Vollendung dieser Bachelorarbeit finalisiert werden soll.

Die Informationen zu den jeweiligen Plattformen werden jedoch bereits in der Bachelorarbeit aufgelistet.

### Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk zum Erstellen und Teilen von Fotos, Videos und Stories (vgl. bpd.de 2019: 4). Es lebt von Vernetzung und Austausch. Es wird von Privatpersonen, öffentlichen Personen aus beispielsweise der Politik oder dem Sport sowie von Marken und Unternehmen genutzt, die auf der Plattform viel Werbung machen (vgl. ebd.: 5). Instagram gehört seit 2012 zu Facebook (Meta). Es ist eine geeignete Plattform für visuelle Inhalte zu verschiedenen Themen. Diese können erstellt, aber auch gesucht werden (vgl. ebd.: 6).

### TikTok

TikTok ist ebenfalls eine Plattform für Kurzfilme (vgl. saferinternet.at o.S.). Sie ist ähnlich aufgebaut wie Instagram. Die meisten Nutzer\*innen produzieren keine Videos, sondern konsumieren das, was auf ihrer „For-You-Page“ in Dauerschleife vorgeschlagen wird. Die App fesselt die Nutzer\*innen an sich, da der Algorithmus die Nutzung analysiert und darauf

basierend neue Vorschläge einspielt (vgl. ebd.).

### Snapchat

Snapchat ist ein Messenger für Fotos und Videos (vgl. saferinternet.at o.S.). Man kann auf Snapchat aber auch telefonieren, chatten sowie Storys hochladen, welche mit Musik unterlegt werden können. Ebenfalls existiert seit geraumer Zeit ein eigener KI-Chatbot auf der App. Es können auch sogenannte Snaps, Fotos zur einmaligen Ansicht verschickt werden, die nach dem Ansehen verschwinden, ausser sie werden explizit gespeichert. Die App lockt mit einfachen, benutzerfreundlichen Funktionen, wie z. B. einer Kartenfunktion, bei der der Standort mit Freunden geteilt werden kann, oder mit dem Sammeln von „Flammen“ (pro Tag muss mindestens ein Austausch stattgefunden haben, damit die gesammelten „Flammen“ nicht verlorengehen).

### WhatsApp

WhatsApp ist ein Instant-Messaging-Dienst, der den Austausch von Textnachrichten, Fotos, Videos, Sprachnachrichten und sogar Dokumenten ermöglicht (vgl. saferinternet.at o.S.). Das Besondere an diesem Dienst ist die Funktion der Gruppenchats. Sie gibt Nutzer\*innen die Möglichkeit, sich mit Familie, Schulklassen, Peergroups etc. zu vernetzen. Die App funktioniert über mobile Daten oder WLAN, wodurch die Kommunikation im Gegensatz zu dem klassischen Telefonieren oder dem SMS-Versand kostenfrei wird. Lange war WhatsApp frei von Werbung und KI-Produkten (vgl. ebd.). In der EU wurde erst im Jahr 2025 die Meta KI bei WhatsApp eingeführt, in Amerika war diese bereits im Jahr 2023 verfügbar (vgl. Schütz 2025: o.S.). Die Meta KI eröffnet einen Chat, in dem sich Nutzer\*innen mit ihr unterhalten können. Die KI kann laut Meta nicht auf die privaten Daten der Nutzer\*innen zugreifen, sie kann jedoch auch nicht auf dem Gerät gelöscht werden (vgl. ebd.).

### YouTube

YouTube ist ein kostenloses, weltweit genutztes Videoportal, auf dem Nutzer\*innen Videos schauen, hochladen oder teilen können (vgl. saferinternet.at o.S.). Jede\*r Nutzer\*in kann auf der Plattform einen Kanal erstellen, dadurch reichen die Inhalte von professionellen Videos bis schnell produzierten Clips. Die Clips können bewertet, kommentiert und in Playlists abgelegt werden, sie können ebenfalls auf andere Plattformen übertragen und dort geteilt werden. YouTube gehört zu Google, deshalb können Nutzer\*innen ihr Google-Konto mit

YouTube verknüpfen und Einstellungen zu ihrem YouTube-Konto dort tätigen. Die hochgeladenen Videos sind öffentlich sichtbar, können bei Bedarf aber auch auf „Privat“ gestellt werden, damit nur Nutzer\*innen, die einen entsprechenden Link erhalten, das Video sehen können (vgl. ebd.).

### Facebook

Auf Facebook können Nutzer\*innen persönliche Profile anlegen, Kontakte knüpfen, Beiträge, wie zum Beispiel Fotos teilen und in einem Messenger kommunizieren (vgl. Wölwer 2025). Zusätzlich verfügt die App über einen internen Marketplace, auf welchem Nutzer\*innen Gegenstände kaufen und verkaufen können. Gleich wie Instagram und WhatsApp gehört Facebook zu Meta (vgl. ebd.).

Die Informationen werden vom Team der Jugendarbeit jeweils aktualisiert, sobald sich etwas bei den Social Media ändert oder eine neue App dazu kommt. Das Informationsblatt unterstützt direkt den Punkt F, Aktive Begleitung, in dem es den Mitarbeiter\*innen wichtige Informationen zu Plattformen bietet und sie so befähigt, ihre Rolle in der digitalen Welt einzunehmen. Grundlegend wird auch der Punkt I, die Gemeinsame Haltung, gestärkt, da jedes Teammitglied den gleichen Informationsstand hat. Die Technischen Kompetenzen (A) und die Nutzungskompetenz (B) werden durch diese Grundinformationen zu den Plattformen und deren Möglichkeiten geschult. Somit bringt dieses Blatt den Mitarbeiter\*innen der Jugendarbeit Münchenstein Sicherheit, wenn sie Informationen an die Jugendlichen weitergeben.

Um die gemeinsame Haltung noch weiter zu stärken und diese nicht nur den Jugendlichen gegenüber, sondern diese als Team auch nach aussen zu vermitteln, entscheidet sich das Team für die Erstellung eines gemeinsamen Haltungspapiers.

### **3. Erarbeitung eines Grundhaltungspapiers**

In diesem Papier werden die wichtigsten Punkte zu Social Media, Kommunikation nach aussen und zum Thema Jugendliche festgehalten. Es könnte zu eventuellen Wiederholungen von den ersten beiden Vorschlägen kommen. Das Blatt wird, wie die beiden ersten auch, im internen Speicher der Jugendarbeit Münchenstein abgelegt und kann dort ergänzt oder abgeändert werden. Die Punkte werden der Bachelorarbeit entnommen und Anfang des Jahres 2026 in der Jugendarbeit Münchenstein umgesetzt.

## **Grundhaltungspapier zum Thema Medien für die Jugendarbeit Münchenstein**

### Einheitliche Nachrichten

Im Team wird einheitlich auf die Nachrichten geantwortet. Dazu gehören auch standardisierte Abwesenheitsnachrichten, die per WhatsApp automatisch gesendet werden, und klare Antwortzeiten. In der Jugendarbeit Münchenstein wird erst ab Mittwoch auf Nachrichten geantwortet. Die automatischen Nachrichten werden immer dann gesendet, wenn das Telefon des Jugendhauses nicht bedient wird, also dann, wenn keiner arbeitet. Die Nachrichten sind so formuliert, dass sie eventuelle Fragen zu Öffnungszeiten und Erreichbarkeiten abdecken und darauf verweisen, dass ab Mittwoch ein\*e Mitarbeiter\*in sich melden wird. Dies betrifft sowohl die Jugendlichen wie auch andere Personen. Einheitliche Nachrichten geben den Jugendlichen Verlässlichkeit und lassen das Jugendhaus nach aussen professionell erscheinen.

### Einheitliche Dokumentation

Alle relevanten Kontakte, Absprachen und Vorkommnisse (auch Fotodokumentation) werden konsequent auf dem Handy des Jugendhauses dokumentiert. Private Geräte werden dafür nicht genutzt. Dadurch bleibt die Dokumentation nachvollziehbar, professionell und für das ganze Team zugänglich.

### Einheitliche Begleitung der Jugendlichen

Die Jugendlichen werden im Umgang mit Social Media einheitlich begleitet. Dazu gehört, dass Mitarbeiter\*innen die Jugendlichen immer wieder proaktiv auf Inhalte ansprechen, gemeinsam reflektieren und bei Unsicherheiten beraten. Hier kann das Canva-Plakat für die Jugendlichen und ebenfalls das Informationsblatt für Mitarbeiter\*innen zur Hilfe genommen werden. Social Media können so ein fester Bestandteil der Beziehungsgestaltung werden; Jugendliche können sich informieren, und Mitarbeiter\*innen bleiben auf dem neuesten Stand, was Social Media angeht.

### Einheitliche Regeln

Die erarbeiteten Regeln zur Mediennutzung (Canva-Papier) gelten verbindlich für alle Mitarbeiter\*innen und Jugendlichen. Sie werden gemeinsam vertreten. Dadurch entsteht Klarheit, und widersprüchliche Signale von verschiedenen Mitarbeiter\*innen können vermieden werden.

### Schutz und Grenzen für die Jugendlichen durch das Team

Das Team übernimmt aktiv Verantwortung für den Schutz und die Grenzen im digitalen Raum. Es werden keine Fotos „einfach so“ gemacht, ohne die Jugendlichen zu informieren. Es werden keine privaten Informationen von Mitarbeiter\*innen an die Jugendlichen oder von Jugendlichen an Jugendliche weitergegeben, dies gilt auch für Handynummern und Instagram-Benutzernamen. Inhalte von Jugendlichen auf Social Media werden vom Instagram-Account des Jugendhauses nicht geliked, auch nicht von privaten Accounts. Auf Social Media werden vom Account der Jugendarbeit ausser Posts von Netzwerkpartner\*innen keine anderen Inhalte geliked oder geteilt. Diese Massnahme ist unerlässlich, um professionelle Distanz zu wahren und keine falschen Signale zu senden.

### Keine Fotos mit und auf privaten Geräten

Grundsätzlich werden keine Fotos von Jugendlichen mit privaten Geräten gemacht. Sollte es in Ausnahmefällen trotzdem dazu kommen, werden diese Bilder nach der Übertragung auf ein Arbeitsgerät sofort vom privaten gelöscht und aus dem Papierkorb entfernt. Da in der Gemeinde Münchenstein private Geräte auch als Arbeitsgeräte verwendet werden, wird im Team der Jugendarbeit ein verantwortungsvoller Umgang erwartet und eine Vertrauensbasis dafür, dass Mitarbeiter\*innen sich an die Abmachung halten, geschaffen.

### Fallführung

Die Zuständigkeiten und Abläufe der Fallführung, unabhängig vom Thema Social Media, werden zu einem späteren Zeitpunkt (im Jahr 2026) im Team besprochen und verbindlich geregelt. Ziel ist, eine klare einheitliche Praxis, dies gilt auch für Fälle, die sich auf Social Media beziehen.

### Medienkompetenz im Team / Wissen über Social Media

Alle Mitarbeiter\*innen verfügen über grundlegendes Wissen darüber, wie Social Media funktionieren, und können Jugendliche beraten. Bis spätestens im Februar 2026 haben sich alle über die Plattform „Jugend und Medien“ informiert und relevante Materialien für die eigene Praxis angeschaut. So wird sichergestellt, dass das Team fachlich up to date ist und Jugendliche kompetent im digitalen Raum begleiten kann. Einzelne Mitarbeiter\*innen sind ebenfalls in der Lage, sich bei Fragen an das Team zu wenden und gegebenenfalls eine Weiterbildung zu besuchen.

Das Grundhaltungspapier bietet den Mitarbeiter\*innen einen Rahmen, um sich zu orientieren; ebenfalls deckt es viele Punkte, die in der Erhebung als mangelhaft eingeschätzt wurden, ab. Es greift insbesondere die Bereiche der restriktiven und aktiven Begleitung (E/F) auf, indem gemeinsame Regeln zur Mediennutzung festgelegt und eine proaktive Ansprache der Jugendlichen zu Content vereinbart werden. Gleichzeitig konkretisiert es die institutionelle Haltung zu Social Media (I) sowie zentrale Aspekte der internen und externen Kommunikation und Dokumentation (K/L). Indirekt trägt das Papier zur Förderung von Nutzungs-, Reflexions- und Sozialkompetenzen der Mitarbeiter\*innen und Jugendlichen bei (B/C/D), indem klare Schutzmassnahmen und ein klarer Handlungsrahmen für den digitalen Raum definiert werden.

In einem weiteren Schritt wird der Punkt M, die Umsetzung kreativer Medienprojekte, aufgenommen, und es werden Ideen dazu formuliert.

#### **4. Medieneinbezug Jugendliche**

Die letzte Empfehlung zielt darauf ab, Jugendliche aktiv in die mediale Gestaltung der Jugendarbeit einzubeziehen, indem sie beispielsweise mit einem/einer Mitarbeiter\*in zusammen einen Flyer für ein Event entwerfen, einen Tag begleitet den Instagram-Account des Jugendhauses betreuen oder TikTok-Videos mitproduzieren und ihre eigenen Ideen einbringen. So können sie sich kreativ beteiligen und den digitalen Auftritt mitgestalten. Das fördert ihre Teilhabe und praktische Medienkenntnisse und ermöglicht ihnen, Inhalte in einem geschützten Rahmen zu besprechen und Trends zu reflektieren. Das Team der Jugendarbeit Münchenstein plant somit im Jahr 2026 gemeinsam mit den Jugendlichen mehrere kleine Projekte und setzt in der Zwischenzeit einen der hier angegebenen Vorschläge um.

##### **Erster Projektvorschlag**

Ein mögliches Projekt für das Jahr 2026, das das Team der Jugendarbeit umsetzen möchte, wäre eine gemeinsam mit den Jugendlichen entwickelte Social Media-Kampagne zum Jugendhausalltag. In einer Projektgruppe von circa fünf Jugendlichen, die sich für Social Media interessieren, planen sie gemeinsam mit einer Fachperson aus dem Team mehrere Beiträge für den Instagram- und TikTok-Account des Jugendhauses. Sie fotografieren oder filmen Szenen aus dem Treffalltag und sonstigen Aktivitäten des Jugendhauses und verfassen die Captions (Unterschriften zu den Videos auf den Apps) dafür, diese werden idealerweise in Leichter Sprache formuliert. Ergänzend dazu gestalten sie für den Aushang im Treff einen Flyer zu ihrem Projekt mit den wichtigsten Informationen. Die Jugendlichen entscheiden mit,

welche Aspekte ihres Alltags sichtbar werden sollen und reflektieren gemeinsam mit dem Team darüber, welche Inhalte veröffentlicht werden können und wo die Grenzen der Privatsphäre liegen. Das Projekt wird auf die erste Hälfte des Jahres 2026 angelegt, und im Januar wird mit der Planung begonnen. Das Projekt soll alle vier Empfehlungen miteinander verbinden und stellt so einen ersten Schritt in Richtung Medienkompetenz mit den Jugendlichen und den Mitarbeiter\*innen dar.

Im Zentrum dieses Vorschlages steht die kreative Mediennutzung (F). Diese wird neben der Nutzungskompetenz (B) und der aktiven Begleitung (F) durch das gemeinsame Mediennutzen abgedeckt.

Im nachfolgenden Kapitel werden diese Vorschläge in die theoretischen Ansätze der Medienpädagogik eingeordnet, die Grenzen und Möglichkeiten in der Praxis reflektiert und der weitere Forschungsbedarf skizziert.

## 7. Diskussion

Das Kapitel 7 dient der Diskussion der entwickelten Vorschläge im Licht der zuvor dargelegten theoretischen Grundlagen. Dabei werden die Ergebnisse aus dem Theorieteil und dem Praxisteil erneut aufgegriffen und mit den erarbeiteten Vorschlägen zur Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit verknüpft. In Abschnitt 7.1 werden die Vorschläge zunächst in theoretische Ansätze eingeordnet, anschliessend werden in Abschnitt 7.2 die Möglichkeiten und Grenzen der Umsetzung unter den konkreten Bedingungen der Jugendarbeit Münchenstein reflektiert, und es wird ein kurzer Blick auf die gesamte Jugendarbeit geworfen. Im Abschnitt 7.3 werden schliesslich weiterführende Perspektiven für die Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit sowie der offene Forschungsbedarf skizziert.

### 7.1 Einordnung der Vorschläge in theoretische Ansätze

Die entwickelten Vorschläge für die Jugendarbeit Münchenstein zur Förderung der Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit schliessen an den in Kapitel 3 und 5 dargestellten Bildungsbegriff an. Bildung wird dabei als ganzheitlicher Selbstbildungsprozess verstanden und nicht auf eine leistungsorientierte Sicht verengt (vgl. Sting/Sturzenhecker 2021: 676). Aus sozialpädagogischer Perspektive steht nicht primär die Optimierung schulischer Leistungen im Vordergrund, sondern die Unterstützung Jugendlicher in ihrer Persönlichkeitsentwicklung, ihrer Autonomie und ihrer gesellschaftlichen Teilhabe. Die Jugendarbeit positioniert sich traditionell eher kritisch gegenüber eng gefassten Bildungsansprüchen und versteht sich als Raum, in dem Jugendliche auf eigene Weise die Auseinandersetzung mit sich selbst und ihrer Umwelt lernen können (vgl. ebd.: 678). Die Vorschläge, die das Team der Jugendarbeit Münchenstein erarbeitet hat, greifen diese Perspektive auf, indem sie Medienbildung nicht als Vorbereitung auf die Schule oder den Arbeitsmarkt, sondern als Teil solcher Selbstbildungsprozesse im digitalen Raum sehen. Ebenfalls passen die Vorschläge aufgrund ihrer Orientierung am mediatisierten Alltag der Jugendlichen, ihrer Niederschwelligkeit sowie des ressourcenorientierten Zugangs zu einer lebensweltorientierten Jugendarbeit und decken die Grundprinzipien der Offenen Jugendarbeit ab (vgl. DOJ Grundlagen: 5). Wie aus den Kapiteln 2 und 3 dieser Bachelorarbeit herauszulesen ist, bewegen sich Jugendliche zwischen Online- und Offline-Räumen. Ihre Alltagsbewältigung, Freizeitgestaltung und Identitätsarbeit finden zum grössten Teil auch digital statt (vgl. Tillmann/Wessel 2021: 841). Die Jugendarbeit Münchenstein nimmt diese Alltagsrealitäten ernst und knüpft an sie an, statt zusätzliche künstliche

Lernsettings zu schaffen, um das Thema Medienkompetenz so zugänglich wie möglich für alle Jugendlichen zu gestalten.

Die Vorschläge setzen dort an, wo Jugendliche tatsächlich unterwegs sind: im Offenen Treff, im Gamingroom, auf Plattformen wie Instagram, TikTok, Snapchat oder WhatsApp. Auf diese Weise werden die Prinzipien der Offenen Jugendarbeit, Offenheit, Freiwilligkeit, Niederschwelligkeit, Partizipation, Ressourcenorientierung und Bedürfnisorientierung (vgl. DOJ 2021: 5-6) in den digitalen Kontext übertragen. Medienbildung wird dadurch nicht als eigenständiges zusätzliches Spezialangebot konzipiert, sondern als Querschnittsaufgabe in der alltäglichen Beziehungsarbeit verortet.

Darüber hinaus lassen sich die Vorschläge medienbildungstheoretisch im Sinne von Steiner und Heeg (2022) verorten. Medienbildung wird von Steiner und Heeg als Teil eines neohumanistischen Bildungsverständnisses beschrieben, in dem Selbstbildungsprozesse im Zentrum stehen und Jugendliche sich fortlaufend mit sich selbst, anderen und der Gesellschaft auseinandersetzen (vgl. Steiner/Heeg 2022: 127-128). Die von der Autorin und dem Team der Jugendarbeit Münchenstein formulierten Vorschläge zielen genau darauf ab, solche Auseinandersetzungsräume auch im digitalen Raum zu eröffnen. Der Medienkodex und das Grundhaltungspapier schaffen Räume zum Schutz und zur Reflexion, das Informationsblatt und die aktive Begleitung unterstützen Lernprozesse und geben den Jugendlichen und dem Team eine Orientierung, und der Medieneinbezug der Jugendlichen ermöglicht ihnen, Medien als Ausdrucksmittel und als Mittel zur Gestaltung für ihre eigene Lebenswelt zu nutzen. Gleichzeitig wird damit der sozialpädagogische Anspruch aufgegriffen, Persönlichkeitsentwicklung und Selbstbestimmung statt der nur funktionalen Mediennutzung in den Fokus zu stellen (vgl. Steiner/Heeg 2022: 134).

Die Vorschläge können ebenfalls an den Medienkompetenzansatz von Dieter Baacke (1997) anknüpfen. Baacke beschrieb bereits 1997, dass die Vermittlung von Medienkompetenz ein gesellschaftliches Ziel verfolgen muss, um die Spaltung der Gesellschaft in wissende und unwissende Menschen zu verhindern (vgl. Baacke 1997: 96-97). Er definierte Medienkompetenz, wie von der Autorin bereits beschrieben, in vier Dimensionen, die in die Vorschläge für die Jugendarbeit Münchenstein ebenfalls einfließen. Die formulierten Vorschläge fassen alle vier Dimensionen wie folgt ein. Medienkritik, die Fähigkeit, Dinge zu analysieren, problematische gesellschaftliche Prozesse zu erkennen und das eigene Wissen auf das eigene Handeln zu übersetzen (vgl. ebd.: 98), wird vor allem durch den Medienkodex und das Grundhaltungspapier gestärkt. Der Medienkodex und auch die Begleitung helfen

Jugendlichen, problematisches Verhalten und problematischen Content, wie beispielsweise Grenzverletzungen oder Hasskommunikation zu erkennen. Durch das Grundhaltungspapier und die aktive Ansprache auf den Content werden sie zugleich dazu angeregt, ihr eigenes Medienhandeln zu reflektieren. Der klare Fokus auf Persönlichkeitsrechte, Einverständnis und respektvolle Kommunikation liefert dabei den ethischen Orientierungsrahmen, wie Baacke (1997) ihn beschreibt. Mit Medienkunde versteht Baacke (1997) das Wissen über aktuelle Medien und Mediensysteme, unterteilt in die informative und die instrumentell-qualifikatorische Dimension (vgl. ebd.: 99). Hier setzt das Informationsblatt für das Team an. Es sorgt dafür, dass alle Mitarbeiter\*innen zu den wichtigsten Plattformen den gleichen Wissensstand haben. Damit werden ihre technischen und medialen Kompetenzen gestärkt, sodass sie Jugendliche sicher und kompetent beraten können. Als dritte Dimension beschreibt Baacke (1997) die erlernte Mediennutzung, die rezeptiv angewendet und interaktiv angeboten werden soll. Die Nutzungskompetenz wird im Konzept vor allem durch das Grundhaltungspapier und den darin enthaltenen Punkt über aktive Begleitung gefördert. Mitarbeiter\*innen sollen regelmässig mit den Jugendlichen über Plattformen, Inhalte und Nutzungsweisen sprechen und Social Media bei Bedarf gemeinsam nutzen. So werden die Jugendlichen darin unterstützt, digitale Angebote gezielt auszuwählen, zu erschliessen und digitale Räume aktiv mitzugestalten. Baacke (1997) versteht Mediengestaltung als innovativ und kreativ und als eine Weiterentwicklung von Medien, darin sieht er die vierte Dimension von Medienkompetenz (vgl. ebd.: 99). Der vierte von der Autorin formulierte Vorschlag „Medieneinbezug Jugendliche“ setzt bei der kreativen Medienpädagogik an, indem Jugendliche gemeinsam mit Mitarbeiter\*innen Medienprodukte wie beispielsweise Flyer entwerfen oder den Instagram-Account zeitweise begleitet führen. So werden sie von Konsument\*innen zu Produzent\*innen. Das stärkt ihre Teilhabe und entspricht Baackes (1997) Dimension der Mediengestaltung.

Durch den Einsatz Leichter Sprache, niederschwelliger Zugänge und der Bereitstellung von Infrastruktur knüpfen die Vorschläge zudem an die in Kapitel 6 beschriebenen Überlegungen zu Chancengerechtigkeit und fairem Zugang zu Medienressourcen für alle Jugendlichen an (vgl. Wüthrich et al. 2022: 7 & 24).

Zusammenfassend zeigt sich, dass die entwickelten Vorschläge eng an zentrale Bildungsansätze sowie an die Medienpädagogik anknüpfen. Sie verbinden einen sozialpädagogisch erweiterten Bildungsbegriff, lebensweltorientierte Jugendarbeit, Medienbildung im Sinne von Steiner und Heeg sowie den Medienkompetenzansatz nach

Baacke und greifen die in Kapitel 6 herausgearbeiteten Überlegungen zu Chancengleichheit und Teilhabe kurz auf. Medienkompetenz wird damit in der Offenen Jugendarbeit Münchenstein sowohl theoretisch fundiert als auch als praxisnahe Aufgabe verstanden, die im Alltag des Offenen Treffs konkret umgesetzt werden kann.

An diese theoretische Verortung schliesst sich die Frage an, inwiefern die vorgeschlagenen Massnahmen unter den realen Bedingungen der Jugendarbeit in Münchenstein tatsächlich umgesetzt werden können. Im folgenden Abschnitt 7.2 werden daher die Möglichkeiten geprüft und erste Einschätzungen aus der Perspektive der Autorin vorgenommen; es wird erörtert, wie gut die entwickelten Vorschläge im aktuellen Arbeitsalltag umsetzbar sind.

## 7.2 Reflexion der Möglichkeiten und Grenzen in der Praxis

### **Jugendarbeit Münchenstein**

In diesem Abschnitt werden die entwickelten Vorschläge hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit in der konkreten Praxis der Jugendarbeit in Münchenstein reflektiert.

Grundlage bilden dabei die in Kapitel 6 dargestellte Standortbestimmung sowie die ersten Erfahrungen mit der Einführung der Vorschläge. Da diese zum Zeitpunkt der Bachelorarbeit erst aufgenommen wurden, handelt es sich um eine Einschätzung des aktuellen Ist-Zustands und noch nicht um eine umfassende Evaluation auf Grundlage von Langzeiterfahrungen.

Die Vorschläge bilden aus Sicht der Autorin eine gute Grundlage für den Umgang mit Social Media im Jugendhaus. Sie geben dem Team Orientierung und helfen, das Thema Medienkompetenz bewusst in den Alltag zu integrieren.

Der Medienkodex macht sichtbar, wie Medien im Jugendhaus genutzt werden sollen, und unterstützt Gespräche mit den Jugendlichen, insbesondere zu Themen wie Respekt, Privatsphäre und Grenzverletzungen. Das Informationsblatt und das Grundhaltungspapier richten sich an das Team und sorgen dafür, dass alle Mitarbeiter\*innen eine ähnliche Grundlage haben, wenn sie mit Jugendlichen über Social Media sprechen. Damit wird der oft unsichtbare Bereich der digitalen Lebenswelten für das Team ein wenig greifbarer.

Die Autorin bewertet es als positiv, dass sich die Vorschläge gut an die bestehenden Arbeitsweisen der Jugendarbeit Münchenstein anschliessen. Diese können im Offenen Treff eingesetzt werden, ohne dass grosse strukturelle Veränderungen nötig sind.

Medienkompetenz manifestiert sich somit dort, wo die Jugendlichen sind, und sie können Inhalte mit den Mitarbeiter\*innen besprechen und Fragen zu Plattformen niederschwellig

einbringen. Mit der aktiven Begleitung werden die Situationen jedoch nicht dem Zufall überlassen, sondern genutzt, um mit den Jugendlichen ins Gespräch zu kommen und ihre Mediennutzung gemeinsam zu reflektieren. Der Medieneinbezug ermöglicht den Jugendlichen, den digitalen Auftritt des Jugendhauses mitzugestalten und eigene Ideen einzubringen, was die Teilhabe der Jugendlichen stärkt.

Auf Teamebene bieten die Vorschläge ebenfalls Chancen. Das Informationsblatt gibt einen Überblick über die wichtigsten Plattformen und kann Unsicherheiten beim Umgang mit Social Media verringern. Das Grundhaltungspapier unterstützt das Team dabei, eine gemeinsame Linie zu finden, somit muss nicht ein/e Mitarbeiter\*in für sich alleine entscheiden, wie sie/er mit der Medienfrage umgeht. Gerade weil das Team neu zusammengesetzt ist, kann dies dazu beitragen, ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln und widersprüchliche Signale gegenüber den Jugendlichen zu vermeiden.

Gleichzeitig werden in der Praxis aber auch Grenzen sichtbar. Eine erste Herausforderung besteht darin, dass ein Teil der Vorschläge regelmässig überarbeitet werden muss. Der Medienkodex, das Informationsblatt und auch Teile des Grundhaltungspapiers beziehen sich auf Plattformen, Funktionen und Trends, die sich ständig verändern. Damit die Vorschläge aktuell bleiben, müssen sie vom Team regelmässig überprüft und angepasst werden. Das bedeutet einen zusätzlichen Zeitaufwand und setzt voraus, dass mindestens eine Person im Team die Entwicklungen in der Social Media Welt der Jugendlichen im Blick behält und dieses Wissen ins Team einbringt. Für eine Jugendarbeit mit begrenzten Ressourcen ist das nicht einfach.

Hinzu kommt, dass die Umsetzung der Vorschläge stark vom Engagement des Teams abhängt. Im Grundhaltungspapier ist zwar festgehalten, dass sich bis Februar 2026 alle Mitarbeiter\*innen über Medienkompetenz und Social Media informieren; ob dies im Alltag gelingt, lässt sich jedoch nicht allein über ein Papier steuern. Unterschiedliche Vorerfahrungen, eigene Haltungen gegenüber Social Media sowie Unsicherheiten können in den Augen der Autorin dazu führen, dass einzelne Punkte weniger konsequent umgesetzt werden.

Weitere Grenzen ergeben sich aus den Rahmenbedingungen der Jugendarbeit in Münchenstein. Medienkompetenz ist nur eines von vielen Themen im Alltag des Jugendhauses, sodass sie in arbeitsintensiven Phasen in den Hintergrund geraten kann, wenn sie nicht in Zielen oder Konzepten verankert wird. Die Reichweite der Vorschläge bleibt zudem auf das Jugendhaus beschränkt, da Eltern und Schule nicht einbezogen sind, obwohl

Medienkompetenz idealerweise in Zusammenspiel mit Familie und Schule erfolgt. Dieser Punkt kann jedoch in Zukunft weiter herausgearbeitet werden und bietet dadurch neue Möglichkeiten zur Kooperation mit Netzwerkpartner\*innen und Eltern, wodurch die Vorschläge erweitert werden können.

Ein zusätzliches Spannungsfeld zeigt sich für die Autorin im Umgang mit privaten Geräten der Mitarbeiter\*innen. Obwohl festgehalten ist, keine Fotos der Jugendlichen mit privaten Handys zu machen, werden diese in Absprache mit der Gemeinde auch als Arbeitsgeräte genutzt. Die Einhaltung der Abmachungen beruht deshalb stark auf Vertrauen und lässt sich nicht vollständig kontrollieren. Das jetzige Team der Jugendarbeit Münchenstein stört sich nicht daran und bringt dieses Vertrauen auf. Falls sich die Konstellation des Teams verändern sollte, muss dieser Teil ebenfalls angepasst werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die entwickelten Vorschläge viele Möglichkeiten eröffnen, Medienkompetenz in der Jugendarbeit Münchenstein bewusster zu gestalten und näher an der Lebenswelten der Jugendlichen auszurichten. Sie stärken die Orientierung im Team, schaffen Anknüpfungspunkte für Gespräche und geben den Jugendlichen mehr Mitsprache bei der medialen Gestaltung des Jugendhauses. Gleichzeitig wird deutlich, dass die Umsetzung zeitliche Ressourcen, die Bereitschaft zur kontinuierlichen Weiterbildung und die Priorisierung des Themas im Alltag erfordert. Ob die Vorschläge langfristige Wirkung zeigen, hängt davon ab, ob sie vom Team gemeinsam getragen, regelmässig weiterentwickelt und als fester Bestandteil der offenen Jugendarbeit verstanden werden.

### **Möglichkeiten und Grenzen in der Offenen Jugendarbeit**

Die Möglichkeiten und Grenzen lassen sich von der Jugendarbeit Münchenstein auf die gesamte Offene Jugendarbeit übertragen. Die in dieser Bachelorarbeit entwickelten Vorschläge zeigen exemplarisch, welche Möglichkeiten die Offene Jugendarbeit im Bereich der Medienbildung und Medienkompetenz hat. Ein klar formulierter Kodex kann auch in anderen Jugendhäusern dazu beitragen, Schutz, Respekt und Grenzen im digitalen Raum sichtbar zu machen und so Medienkritik sowie Kompetenzen zu stärken. Informationsblätter und gemeinsame Haltungen innerhalb des Teams stärken Fachpersonen darin, Social Media zu verstehen und Jugendliche aktiv zu begleiten, statt sie als Aussenstehende zu beobachten. Durch medienbezogene Projekte kann deren Gestaltung und die Partizipation der Jugendlichen konkret gefördert werden (vgl. Steiner/Heeg 2022: 128).

Übertragen auf die gesamte Offene Jugendarbeit zeigt sich deutlich, dass Medienkompetenz

und Medienbildung sich nicht auf einen Workshop beschränken sollte, sondern auch eine Kernaufgabe der Offenen Jugendarbeit darstellen, auch wenn die Förderung deren laut Steiner und Heeg (2022: 131) nicht ein primäres Ziel der Offenen Jugendarbeit ist. Gleichzeitig machen die Vorschläge auch Grenzen sichtbar, die für die Offene Jugendarbeit insgesamt relevant sein können. Die Vorschläge benötigen ständige Pflege und die Haltung im Team muss immer wieder ausgehandelt werden. Dafür müssen sich die Mitarbeiter\*innen der verschiedenen Jugendhäuser Ressourcen nehmen (vgl. Pothmann/Deinet 2021: 87).

Angesichts der ständigen Entwicklung digitaler Medien lässt sich Medienkompetenz nicht als einmal erreichter Zustand verstehen, sondern als kontinuierliche Lernaufgabe, die sich durch alle Lebensbereiche und Lernfelder zieht (vgl. Wüthrich et al. 2022: 16). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die entwickelten Vorschläge nur dann Wirkung entfalten können, wenn sie von den Fachpersonen mitgetragen und im Alltag tatsächlich umgesetzt werden, sonst bleiben sie lediglich in den Dokumenten und verändern die Praxis nicht. Damit die Vorschläge sich im Jugendhaus verankern können, benötigt es eine Evaluation (vgl. ebd.: 33). Diese soll regelmässig stattfinden, sodass die Vorschläge angepasst werden können (vgl. ebd.). Die Vorschläge für die Jugendarbeit in Münchenstein müssten beispielsweise spätestens in einem halben Jahr evaluiert werden.

Schliesslich verweisen die erarbeiteten Vorschläge darauf, dass die Offene Jugendarbeit zwar wichtige Impulse setzt, Medienkompetenz jedoch nicht allein gewährleisten kann, weil Familie, Schule und Peers ebenfalls eine zentrale Rolle spielen. Die in dieser Bachelorarbeit erarbeiteten Elemente machen damit nicht nur Potentiale sichtbar, sondern auch strukturelle und fachliche Grenzen, an denen weitere Konzepte und Forschung anknüpfen müssen.

### 7.3 Weiterführende Perspektiven und Forschungsbedarf

Die bisherigen Ausführungen haben aufgezeigt, an welchen Stellen die Jugendarbeit (Münchenstein) mit den entwickelten Vorschlägen ansetzen kann und welche Grenzen sich in der Umsetzung zeigen. Abschliessend stellt sich die Frage, welche weiterführenden Perspektiven sich aus diesen Überlegungen für die Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit ergeben und an welchen Punkten weiterer Forschungsbedarf sichtbar wird. Dieses Kapitel versteht sich nicht als abschliessende Antwort auf die Fragestellung der Bachelorarbeit, sondern als Skizze möglicher nächster Schritte für Praxis und Forschung.

*„Erfahrungen aus der Praxis zeigen, dass bereits in vielen Einrichtungen der Offenen Jugendarbeit digitale Technologien zum Einsatz kommen, aber weitreichende Umsetzungsfragen bestehen. Es ist dringend angezeigt, Forschungsprojekte durchzuführen, die solche Praxen empirisch erheben und Grundlagen schaffen, um die Digitalisierung in der Offene Kinder- und Jugendarbeit wissenschaftlich fundiert weiterzuentwickeln.“*

(Steiner/Heeg 2022: 134)

Für die Offene Jugendarbeit insgesamt wird deutlich, dass Medienbildung langfristig als Querschnittsaufgabe verstanden werden und in Kooperation mit beispielsweise der Schule entstehen sollte (vgl. Pothmann/Deinet 2021: 87). Die in dieser Arbeit entwickelten Bausteine können als Beispiel dienen, wie medienpädagogische Überlegungen im Alltag einer Einrichtung verankert werden können, ohne dass Medienbildung auf einzelne Projekte oder Workshops begrenzt wird.

Angesichts der dynamischen Entwicklung digitaler Medien lässt sich Medienkompetenz nicht als einmal erreichter Zustand verstehen, sondern als kontinuierliche Lernaufgabe, die sich durch alle Lebensbereiche zieht (vgl. Wüthrich/Rumo/Wettstein/Fehr 2022: 16). Für die Praxis bedeutet dies, dass auch Fachpersonen in der Offenen Jugendarbeit ihr Wissen und ihre Haltung zu Social Media laufend reflektieren und aktualisieren müssen. Die Vorschläge können, wie die Autorin bereits geschrieben hat, ihre Wirkung nur entfalten, wenn sie nicht im theoretischen Stadium verbleiben, sondern von Mitarbeiter\*innen mitgetragen und im Alltag angewendet werden. Aus dieser Erkenntnis ergibt sich die Perspektive, Medienbildung bewusst als Thema der Teamentwicklung und der Fortbildung zu etablieren.

Eine weitere Perspektive, die aus dieser Arbeit herausgeht, betrifft die Partizipation von Jugendlichen. Der Vorschlag des Medieneinbezugs zeigt, dass Social Media nicht nur ein Risikobereich sind, sondern auch als Raum für Gestaltung und Mitbestimmung genutzt werden können. Für die Offene Jugendarbeit stellt sich die Aufgabe, solche Beteiligungsmöglichkeiten weiter auszubauen, indem sich Jugendliche an der Gestaltung der Auftritte in den Social Media beteiligen oder digitale Formate zur Mitbestimmung und Rückmeldung genutzt werden. Gleichzeitig bleibt für die Autorin auch die Frage der Chancengleichheit im Raum stehen, denn Medienbildung sollte so gestaltet werden, dass auch Jugendliche mit unterschiedlichen sprachlichen, sozialen und schulischen Voraussetzungen Zugang zu Geräten, Informationen und Unterstützung erhalten.

Insgesamt zeigt sich mit einem Blick in die Fachliteratur aber, dass Medienbildung und die

Vermittlung der Medienkompetenz in der Theorie bereits als Querschnittsaufgabe in der Offenen Jugendarbeit angekommen sind.

*„Förderung der kommunikativen Kompetenz, beziehungsweise Medienkompetenz stellt daher ein wichtiges Aufgabenfeld der Offenen Jugendarbeit dar.“*

(DOJ 2018: 1)

Gleichzeitig bleibt aus Sicht der Autorin jedoch offen, wie dieses Aufgabenfeld in der Praxis unter unterschiedlichen Rahmenbedingungen konkret ausgestaltet und weiterentwickelt werden kann. Die vorliegende Arbeit versteht sich als Beitrag in diesem laufenden Prozess; inwieweit die entwickelten Überlegungen zur Beantwortung der Fragestellung beitragen, wird im folgenden Schlusskapitel zusammengeführt.

## 8. Fazit

In diesem abschliessenden Kapitel werden die für die Autorin wichtigen, zentralen Erkenntnisse dieser Bachelorarbeit zusammengeführt und im Hinblick auf die Fragestellung reflektiert. Während in den vorhergegangenen Kapiteln theoretische Grundlagen zu Medienbildung und Medienkompetenz, empirische Befunde zur Bedeutung von Social Media im Jugendalter sowie die spezifische Situation der Jugendarbeit Münchenstein dargestellt und diskutiert wurden, geht es nun darum, diese Überlegungen zu bündeln und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.

### 8.1 Zentrale Erkenntnisse

Ausgehend von der Fragestellung und der dazugehörigen Diskussion ergeben sich für die Autorin drei zentrale Erkenntnisse.

Erstens wird deutlich, dass Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit als Querschnittsaufgabe zu verstehen ist, jedoch noch mehr eingebunden werden sollte (vgl. Deinet/Pothmann 2021: 87). Wie in den theoretischen Kapiteln der Arbeit gezeigt wurde, gehören Fragen von Identität, Zugehörigkeit, Körperbildern, Informationssuche und sozialem Miteinander selbstverständlich zur Nutzung von Social Media. Jugendliche bewegen sich zwischen digitalen und analogen Räumen, und viele der Aushandlungen, die früher im analogen Raum gemacht wurden, laufen nun über Social Media. Vor diesem Hintergrund greift ein Verständnis von Medienbildung, das sich nur auf Technikbedienung beschränkt oder in punktuellen Projekten angesprochen wird, zu kurz.

Medienkompetenz umfasst auch kritische Einordnung, Reflexion des eigenen Handelns, den Schutz von Grenzen sowie die Fähigkeit, digitale Räume aktiv mitzugestalten. Für die Offene Jugendarbeit bedeutet dies aus Sicht der Autorin, dass Medienbildung eng mit ihrem grundsätzlichen Auftrag verknüpft ist, Jugendliche in ihrer Persönlichkeitsentwicklung, Autonomie und Teilhabe zu unterstützen und Räume zu eröffnen, in denen sie ihre Lebenswelt selbstbestimmt und reflektiert gestalten können.

Zweitens zeigt die Arbeit, dass der medienpädagogische Handlungsbedarf, wie am Beispiel der Jugendarbeit Münchenstein deutlich wurde, weniger im technischen Bereich liegt als vielmehr in der institutionellen Ausgestaltung von Medienbildung. Die Standortbestimmung (Kapitel 6.3) macht sichtbar, dass grundlegende technische Kompetenzen im Team vorhanden sind, während jedoch Nutzungskompetenz, Reflexionskompetenz, soziale Aushandlung im

digitalen Raum sowie restriktive und aktive Begleitung deutlich als ausbaufähig eingeschätzt werden können. Hinzu kommt, dass gemeinsame Haltungen, klare Absprachen und institutionelle Regelungen zum Umgang mit Social Media vielerorts noch fehlen oder erst im Aufbau sind (vgl. Steiner/Heeg 2022: 122-123). Fachlich lässt sich daraus ableiten, dass Medienbildung nicht delegiert werden kann, sondern eine Aufgabe darstellt, die Fachlichkeit, Teamkultur und institutionelle Rahmenbedingungen gleichermaßen betrifft. Es braucht verbindliche Vereinbarungen, konzeptionelle Grundlagen und kontinuierliche Reflexionsprozesse im Team, damit medienpädagogische Anliegen im Alltag tatsächlich aufgegriffen werden und nicht nur auf der Ebene von Absichtserklärungen verbleiben.

Drittens wird deutlich, dass Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit konkret und alltagstauglich gestaltet werden kann, wenn verschiedene Ebenen systematisch zusammengedacht werden. Die entwickelten Vorschläge für die Jugendarbeit Münchenstein zeigen exemplarisch, wie Schutz, Orientierung, Fachwissen und Partizipation miteinander verknüpft werden können. Der Medienkodex bietet Jugendlichen einen sichtbaren Orientierungsrahmen, das Informationsblatt und das Grundhaltungspapier stärken die Handlungssicherheit und gemeinsame Linie des Teams, und der Medieneinbezug eröffnet Jugendlichen Möglichkeiten, Medien aktiv mitzugestalten. Die Vorschläge binden damit sowohl die Perspektive der Jugendlichen als auch die der Fachpersonen und der Institution ein und können nur wirksam werden, wenn alle drei Ebenen zusammenspielen. Somit wird deutlich, dass Medienbildung in der Offenen Jugendarbeit nicht auf einzelne Projekte oder Aktionen reduziert werden sollte, sondern als kontinuierlicher Prozess verstanden werden muss, der Regeln, Haltungen und Beteiligungsformen verbindet und im Alltag einer Einrichtung verankert wird.

## 8.2 Beantwortung der Fragestellung

Die Fragestellung dieser Bachelorarbeit lautet:

**„Wie kann die Offene Jugendarbeit zur Förderung der Medienkompetenz Jugendlicher im Umgang mit Social Media beitragen und welche Herausforderungen stellen sich hier?“**

Im Folgenden wird diese Fragestellung auf Basis der erarbeiteten theoretischen Grundlagen, der Bedarfserhebung und der entwickelten Vorschläge beantwortet.

Die Arbeit zeigt zunächst, dass die Offene Jugendarbeit auf mehreren Ebenen zur Förderung der Medienkompetenz Jugendlicher beitragen kann. Die theoretischen Ausführungen zu

Social Media als Bestandteil jugendlicher Lebenswelten und zu Medienbildung in Kapitel 2 und 3 machen nochmals deutlich, dass Medienkompetenzförderung dort ansetzen sollte, wo Jugendliche ihren Alltag verbringen. Die Offene Jugendarbeit bietet mit dem Offenen Treff, informellen Gesprächen und gemeinsamen Aktivitäten genau solche Settings. Wie in den Kapiteln 3 und 5 dargestellt, entstehen im Alltag der Offenen Jugendarbeit fortlaufend Situationen, in denen Inhalte, Nutzungsweise oder Risiken von Social Media thematisiert werden können. Wenn Fachpersonen diese Anknüpfungspunkte bewusst nutzen, können sie Jugendliche darin unterstützen, Medien bewusst und reflektiert zu verwenden.

Medienkompetenzförderung wird dadurch, im Sinne des im Kapitel 5 beschriebenen Bildungsverständnis, Teil der Beziehungsarbeit und nicht auf einzelne Projekte beschränkt.

Ein weiterer Ansatzpunkt liegt in der Gestaltung klarer Orientierungsrahmen und Schutzstrukturen. Der in Kapitel 6.4 erarbeitete Medienkodex formuliert für die Jugendarbeit Münchenstein verständliche Regeln zu Persönlichkeitsrechten, zum Einverständnis, zum Umgang mit Fotos und Videos sowie zur respektvollen Kommunikation. Er bietet den Jugendlichen im Offenen Treff eine schnelle Orientierung darüber, was im digitalen Umgang miteinander erwünscht ist und dient dem Team als gemeinsame Grundlage, um auf Grenzverletzungen und Konflikte reagieren zu können. Wie in den Kapiteln 7.1 und 7.2 diskutiert, stärkt er damit insbesondere soziale und reflexive Aspekte der Medienkompetenz.

Die Jugendarbeit kann zudem durch die Qualifizierung und Haltung der Fachpersonen zur Förderung der Medienkompetenz beitragen. Das Informationsblatt und das Grundhaltungspapier aus Kapitel 6.4 unterstützen das Team dabei, Basiswissen und eine gemeinsame Haltung im Umgang mit Social Media zu vermitteln. Aufbauend auf Überlegungen in Kapitel 5 und der Einordnung in Kapitel 7.1 wird deutlich, dass es nicht genügt, wenn einzelne Mitarbeiter\*innen ihr privat angeeignetes Wissen einbringen. Erforderlich ist eine institutionell abgestützte, fachlich begründete Haltung, die vom gesamten Team getragen wird. So können die Fragen der Jugendlichen kompetent beantwortet und Risiken erkannt werden.

Ein weiterer Beitrag zur Förderung der Medienkompetenz kann in der Schaffung von Gestaltungsräumen liegen. Der Vorschlag zum Medienbezug der Jugendlichen zeigt exemplarisch, wie Jugendliche an Inhalten beteiligt werden können. Im Rückgriff auf die in Kapitel 5 beschriebenen medienpädagogischen Ansätze und den in Kapitel 7.1 aufgegriffenen Medienkompetenzbegriff nach Baacke (1997) wird deutlich, dass solche partizipativen Settings Jugendliche von reinen Konsument\*innen zu Produzent\*innen werden lassen, die

Medien bewusster einsetzen, Zielgruppen berücksichtigen und Verantwortung für ihre Inhalte übernehmen.

Neben diesen Möglichkeiten werden in der Arbeit jedoch auch verschiedene Herausforderungen sichtbar. Die in Kapitel 6.3 dargestellte Standortbestimmung und die Reflexion in Kapitel 7.2 machen deutlich, dass zeitliche und personelle Ressourcen eine zentrale Rolle spielen. Die Erarbeitung, Aktualisierung und Verankerung der Vorschläge erfordern Zeit, die im laufenden Betrieb begrenzt ist. Hinzu kommt, dass sich Plattformen, Funktionen und Trends schnell verändern, wie in Kapitel 6.1 beschrieben wurde. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, Wissen kontinuierlich zu aktualisieren, um Jugendlichen fachlich kompetent begegnen zu können.

Eine weitere Herausforderung liegt in der Abhängigkeit von Haltung und Engagement der Mitarbeiter\*innen. Wie in Kapiteln 6.3 und 7.2 gezeigt, werden nicht alle medienpädagogischen Ansätze durch Dokumente wirksam, sondern sind darauf angewiesen, dass Fachpersonen Medienbildung als Teil ihres Auftrags verstehen, eigene Unsicherheiten bearbeiten und digitale Themen aktiv aufgreifen. Unterschiedliche Erfahrungen und Vorbehalte gegenüber Social Media können dazu führen, dass die Vorschläge im Alltag nur teilweise oder uneinheitlich umgesetzt werden.

Schliesslich bewegt sich die Offene Jugendarbeit in strukturellen Rahmenbedingungen, die ihren Handlungsspielraum begrenzen. Wie in Kapitel 6.2 und 6.3 beschrieben, stehen der Jugendarbeit Münchenstein beispielsweise nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung. Zudem wird in Kapitel 3 und 5 auf den direkten Kontakt zu den Eltern eingegangen, der zu gering ist, obwohl Medienkompetenz idealerweise in einem Zusammenspiel von Familie, Schule und Freizeitangeboten gefördert wird. Die Offene Jugendarbeit kann damit nur einen Teil dieses Gesamtauftrages übernehmen und bewegt sich zusätzlich in dem in Kapitel 5 diskutierten Spannungsfeld zwischen Schutz und Autonomie, da sie einerseits Risiken und Grenzverletzungen klar benennen, andererseits aber die Freiwilligkeit und Selbstbestimmung der Jugendlichen respektieren muss.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Offene Jugendarbeit im Sinne der Fragestellung, zur Förderung der Medienkompetenz beitragen kann, indem sie Medienbildung in die alltägliche Beziehungsarbeit integriert, klare Orientierungsrahmen schafft, Fachpersonen stärkt und Beteiligungsmöglichkeiten eröffnet. Gleichzeitig muss man sich aber bewusst bleiben, dass dieser Beitrag an Ressourcen, Teamhaltungen und strukturelle Rahmenbedingungen gebunden ist und eine kontinuierliche Weiterentwicklung erfordert, um

mit den dynamischen Veränderungen der Welt von Social Media Schritt zu halten.

### 8.3 Bedeutung für die Soziale Arbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit ist für die Soziale Arbeit insofern relevant, dass sie Medienbildung konsequent als Teil des fachlichen Auftrags sichtbar macht. Am Beispiel der Offenen Jugendarbeit Münchenstein zeigt die Arbeit, wie stark Social Media in Entwicklungsprozesse, Beziehungen und die Alltagsbewältigung Jugendlicher eingreifen und dass Soziale Arbeit diese Lebensbereiche nicht ausblenden kann, wenn sie ihrem Auftrag gerecht werden will. Medienkompetenz erscheint damit nicht als Randthema, sondern als Querschnittsaufgabe der Sozialen Arbeit in einer mediatisierten Gesellschaft.

Zugleich leistet die Arbeit einen Beitrag dazu, wie die Soziale Arbeit mit diesem Auftrag umgehen kann. Sie verbindet theoretische Grundlagen zur Medienbildung und Medienkompetenz mit einer systematischen Bedarfserhebung sowie der Entwicklung konkreter, umsetzbarer Vorschläge. Damit wird aufgezeigt, wie Einrichtungen ihre eigene Praxis im digitalen Kontext reflektieren, den Handlungsbedarf fachlich begründen und daraus institutionelle Leitlinien und Angebote ableiten können. Die Arbeit kann so als Orientierungshilfe für andere Organisationen dienen, die Medienbildung nicht nur punktuell, sondern auch umfassend einbauen wollen.

Schliesslich macht die Bachelorarbeit deutlich, dass professionelle Medienkompetenz auch zur Qualifikation von Fachpersonen der Sozialen Arbeit gehört. Sie zeigt, dass es nicht genügt, wenn einzelne Mitarbeiter\*innen medienaffin sind, sondern dass Teams gemeinsame Haltungen, Absprachen und Lernprozesse brauchen, um im digitalen Raum verantwortungsvoll handeln zu können. Damit verweist die Arbeit über den Einzelfall hinaus auf die Notwendigkeit, Medienbildung in der Sozialen Arbeit sowohl auf der Ebene der Praxis als auch in Ausbildungen und Weiterbildungen, Organisationsentwicklungen und Fachdebatten mit einzubinden.

### 8.4 Ausblick

Die Bachelorarbeit endet an einem Zeitpunkt, an dem die in Kapitel 6 entwickelten Vorschläge erst am Anfang ihrer Umsetzung stehen. Ein nächster Schritt für die Jugendarbeit Münchenstein besteht darin, den Medienkodex im Offenen Treff sichtbar zu machen, das Informationsblatt und das Grundhaltungspapier für das Team verbindlich zu machen und erste kleinere medienbezogene Projekte mit Jugendlichen zu realisieren. So kann sich zeigen, wie

tragfähig das Konzept im Alltag tatsächlich ist und welche Elemente von Jugendlichen und Fachpersonen aufgenommen werden.

Es erscheint ebenfalls sinnvoll, die Umsetzung nach einer bestimmten Zeitspanne systematisch zu reflektieren und weiterzuentwickeln. Beobachtungen des Teams, Rückmeldungen der Jugendlichen sowie Erfahrungen beider Seiten können für diese Reflexion herangezogen werden. Denkbar sind für die Autorin auch Zusammenarbeiten mit den Schulen, den Eltern und weiteren Netzwerkpartner\*innen. Auch in der Forschung kann das Thema der Medienkompetenz weitergetragen werden, eben weil es ein ständig bewegter Prozess ist und sich Plattformen und das Internet ständig verändern.

# Quellenverzeichnis

- Andenmatten, Timo (2024). FOMO, JOMO, MOMO und die selbst induzierten Gefühle. URL: <https://www.zhdk.ch/meldung/fomo-jomo-momo-und-die-selbst-induzierten-gefuehle-7519> [Zugriffsdatum: 20. Oktober 2025]
- Ahner, Sven (2024). Fake-News-Flut: Wirklichkeit in der Krise. Sind Faktenchecks die Antwort auf Politiklügen? URL: <https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/wirklichkeit-in-der-krise-fake-news-flut-sind-faktenchecks-die-antwort-auf-politik-luegen> [Zugriffsdatum: 23. Oktober 2025]
- admin.ch (o.J.). Leichte Sprache. URL: <https://www.ebgb.admin.ch/de/leichte-sprache> [Zugriffsdatum: 27. Oktober 2025]
- Basler, Roger (2022). Wie funktionieren Algorithmen? Wie Algorithmen als heimliche "Helfer" auf Social Media fungieren. URL: <https://www.kalaidos-fh.ch/de-CH/Blog/Posts/2022/09/Digitalisierung-1081-Wie-funktionieren-Algorithmen> [Zugriffsdatum: 23. August 2025]
- Baacke, Dieter (1997). Medienpädagogik. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (2019). *Instagram, Leitfaden in einfacher Sprache*. URL: [https://www.bpb.de/system/files/dokument\\_pdf/20190513\\_Instagram\\_Leitfaden\\_korr\\_Endfassung\\_komplett\\_tn.pdf](https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/20190513_Instagram_Leitfaden_korr_Endfassung_komplett_tn.pdf) [Zugriffsdatum: 12. November 2025]
- Dohmen, Dieter/Hurrelmann Klaus (2021). Generation Corona? Wie Jugendliche durch die Pandemie benachteiligt werden. Weinheim & Basel: Beltz Juventa.
- DOJ Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit – Leitfaden Digitale Medien in der Offenen Jugendarbeit (2021). URL: <https://a.storyblok.com/f/252839/x/20f77e02f2/leitfaden-digitale-medien-in-der-Offene-Jugendarbeit.pdf> [Zugriffsdatum: 23. August 2025]
- DOJ Dachverband Offene Kinder und Jugendarbeit (2018). Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz. Grundlagen für Entscheidungsträger\*innen und Fachpersonen. URL: [https://doj.ch/files/DOJ/4\\_Wissen/Fachpublikationen/DE\\_Fachpublikationen/Offene%20Kinder-und%20Jugendarbeit%20in%20der%20Schweiz\\_Grundlagen%20f%C3%BCr%20Entscheidungsstraeger\\_innen%20und%20Fachpersonen.pdf](https://doj.ch/files/DOJ/4_Wissen/Fachpublikationen/DE_Fachpublikationen/Offene%20Kinder-und%20Jugendarbeit%20in%20der%20Schweiz_Grundlagen%20f%C3%BCr%20Entscheidungsstraeger_innen%20und%20Fachpersonen.pdf) [Zugriffsdatum: 1. September 2025]

- Duden (o.J. o.S.). URL: [https://www.duden.de/rechtschreibung/Digital\\_Native](https://www.duden.de/rechtschreibung/Digital_Native) [Zugriffsdatum: 20. Oktober 2025]
- Digitale Schule Hessen (Hg.) (o.J.). URL: <https://digitale-schule.hessen.de/digitale-kompetenzen/beratungsstelle-jugend-und-medien-hessen/digitale-medien-kreativ-nutzen> [Zugriffsdatum: 19. August 2025]
- edoeb.admin.ch (o.J.). Umgang mit Fotos. URL: <https://www.edoeb.admin.ch/de/umgang-mit-fotos> [Zugriffsdatum: 10. Oktober 2025]
- Fromme, Johannes/Könitz, Christopher (2014). Bildungspotenziale von Computerspielen – Überlegungen zu Analyse und Bindungstheoretischen Einschätzungen eines hybriden Medienphänomens. In: Marotzki, Winfried/Meder, Norbert (Hg.). Perspektiven der Medienbildung. Wiesbaden: Springer VS. S. 235-286.
- Fink, Marcus/Lange, Carina/Schuster, Lena (2021). Öffentlichkeitsarbeit für die Offene Kinder- und Jugendarbeit, methodische Anleitung. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 963-980.
- Fehr, Sussane/Gärtner, Ludwig/Schüpbach, Thomas (2018). Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen, Leitfaden zur Standortbestimmung. Jugend und Medien (Hg.).
- Geissler, Sharon (2023). SOCIAL MEDIA ALGORITHMUS: EINFACH ERKLÄRT! URL: <https://blog.distart.de/algorithmen-auf-social-media-verstehen-und-nutzen> [Zugriffsdatum: 23. August 2025]
- Grunwald, Klaus/Thiersch, Hans (2018). Lebensweltorientierung. In: Otto, Hans-Uwe/Thiersch, Hans/Treptow, Rainer/Ziegler, Holger (Hg.). Handbuch Soziale Arbeit. 6., überarbeitete Auflage. München: Ernst Reinhardt Verlag. S. 906-915.
- Gemkow, Johannes (2023). Jugend und Soziale Medien. URL: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/medienkompetenz-355/523579/jugend-und-soziale-medien/> [Zugriffsdatum: 22. Oktober 2025]
- Hilse, Anette (2023). #Bodypositivity. Eine Untersuchung körperpositiver Inhalte auf Instagram unter Einbeziehung der Perspektive junger Rezipientinnen. In der Schriftenreihe Medienrecht & Medientheorie, herausgegeben von Prof. Dr. Gabriele Hooffacker und Prof. Dr. Marc Liesching. Berlin: Carl Grossman Verlag.

- Heeg, Rahel/Steiner, Olivier (2021). Nutzung von Handys und Smartphones durch junge Menschen. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 1443-1449.
- Heeg, Rahel/Steiner, Olivier (2022). Offene Kinder- und Jugendarbeit und digitale Medien – Medienbildung und Medienkompetenz als fachliche Grundlagen einer digitalen Kinder- und Jugendarbeit. In: Fuchs, Manuel/Gerodetti, Julia/Gerngross, Martina (Hrsg.). Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz, Einblicke in Theorie, Konzepte, Empirie und Alltagspraxis. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 121-137.
- Heeg, Rahel/Leuenberger, Martin (2024). Digitale Jugendräume gestalten. URL: <https://beges.ch/digitale-jugendraeume-gestalten/> [Zugriffsdatum: 6. September 2025]
- Icking, Maria/Sturzenhecker, Benedikt (2021). Prävention und Offene Kinder- und Jugendarbeit – eine Diskussion. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 827-839.
- Jugend und Medien. Social Media. Teil der Community sein. (Hg.). (o.J.). URL: <https://www.jugendundmedien.ch/digitale-medien/soziale-medien#:~:text=Soziale%20Medien%20machen%20es%20Jugendlichen,und%20einer%20Gruppe%20zugeh%C3%B6rig%20f%C3%BChlen.> [Zugriffsdatum: 17. August 2025]
- Jugend und Medien. Selbstdarstellung & Schönheitsideale. (Hg.). URL: <https://www.jugendundmedien.ch/themen/selbstdarstellung-und-schoenheitsideale> [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- Jugend und Medien. Kreativ werden und mitgestalten – mediale Jugendarbeit. (Hg.). (o.J.). URL: <https://www.jugendundmedien.ch/medienkompetenz-foerdern/jugendarbeit> [Zugriffsdatum: 22. Oktober 2025]
- JuAr Basel (2025). Aktuelle Machbarkeitsstudie bestätigt: Erste schweizweite KI-Anwendung für Jugendliche in der Offenen Jugendarbeit möglich. URL: <https://juarbasel.ch/gemeinsame-medienmitteilung/> [Zugriffsdatum: 6. September 2025]
- Kirsch, Patrick (2021). So sehen Kinder und Jugendliche Offene Kinder- und Jugendarbeit. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag.

S. 3-44.

- Külling-Knecht, Céline/Waller, Gregor/Willemse, Isabel/Deda-Bröchin, Svenja/Suter, Lilian/Streule, Pascal/Settegrana, Nicolò/Jochim, Mirjam/Bernath, Jael/Süss, Daniel (2024). JAMES-Studie. URL: [https://www.swiss-schools.ch/wp-content/uploads/2024/11/JAMES-Studie\\_2024.pdf](https://www.swiss-schools.ch/wp-content/uploads/2024/11/JAMES-Studie_2024.pdf) [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- Ley, Julia (2023). Warum sich Desinformationen auf TikTok so effektiv verbreiten. URL: <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/faktenfuchs-warum-sich-desinformation-auf-tiktok-gut-verbreitet,TgONvKv> [Zugriffsdatum: 23. Oktober 2025]
- Projekt Dagstuhl (o.J.). Dagstuhl-Erklärung: Bildung in der digitalen vernetzten Welt. URL: <https://dagstuhl.gi.de/dagstuhl-erklaerung> [Zugriffsdatum: 3. Dezember 2025]
- Kutscher, Nadia/Seelmeyer, Udo (2017). Mediatisierte Praktiken in der Sozialen Arbeit. Empirische Zugänge zu institutionellen Arrangements zwischen Subjekt und digitalen Medien. In: Hoffmann, Dagmar/Krotz, Friedrich/Reissman, Wolfgang (Hg.). Mediatisierung und Mediensozialisation, Prozesse – Räume – Praktiken. Wiesbaden: Springer VS. S.229-244.
- Melcher, Marc (2021). Jungen\*treff. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 553-561.
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2024). JIM-Studie 2024. URL: [https://mpfs.de/app/uploads/2024/11/JIM\\_2024\\_PDF\\_barrierearm.pdf](https://mpfs.de/app/uploads/2024/11/JIM_2024_PDF_barrierearm.pdf) [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- OpenCON 2016. Jugendarbeit (2016). OPENCON – DIGITALE KULTUR IN DER JUGENDARBEIT. URL: <https://barcamps.eu/opencon-jugendarbeit-2016/> [Zugriffsdatum: 28. November 2025]
- Thomas, Peter Martin/Calmbach, Marc (2013). Jugendliche Lebenswelten: Perspektiven für Politik, Pädagogik und Gesellschaft. Berlin: Springer Spektrum.
- Pothmann, Jens/Deinet, Ulrich (2021). Offene Kinder- und Jugendarbeit im Wandel. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 79-93.

- Ruge, Wolfgang B. (2014). Pädagogik \* Medien – Eine Suchanfrage. In: Marotzki, Winfried/Meder, Norbert (Hg). Perspektiven der Medienbildung. Wiesbaden: Springer VS. S. 186-207.
- Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt (2022) (Hg). In: URL: <https://grosserrat.bs.ch/dokumente/100397/000000397642.pdf> [Zugriffsdatum: 6. September 2025]
- Rahaman Sarkar, Alisha (2022). TikTok's 'blackout' challenge linked to deaths of 20 children in 18 months, report says. URL: [https://www.independent.co.uk/tech/tiktok-blackout-challenge-deaths-b2236669.html?utm\\_content=Echobox&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=Main&utm\\_source=Twitter#Echobox=1669887964](https://www.independent.co.uk/tech/tiktok-blackout-challenge-deaths-b2236669.html?utm_content=Echobox&utm_medium=Social&utm_campaign=Main&utm_source=Twitter#Echobox=1669887964) [Zugriffsdatum: 22. Oktober 2025]
- Süss, Daniel/Wüthrich, Astrid (2024). Medienkompetenz. Empfehlungen zum Umgang mit digitalen Medien. URL: [https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/medienkompetenz/Jugend\\_und\\_Medien\\_Broschuere\\_Medienkompetenz\\_ZHAW\\_2024\\_DE.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/medienkompetenz/Jugend_und_Medien_Broschuere_Medienkompetenz_ZHAW_2024_DE.pdf) [Zugriffsdatum: 22. Oktober 2025]
- Schneider, Gerd/Toyka-Seid, Christiane (2025). Fake News. URL: <https://www.bpb.de/kurzknapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/320271/fake-news/> [Zugriffsdatum: 23. Oktober 2025]
- Schmid, M., Luginbühl, M. (2018). Leitfaden zum Erarbeiten eines medienpädagogischen Konzepts in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe. Muttenz, Bern: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW & Berufs- Fach- und Fortbildungsschule Bern. URL: [file:///C:/Users/123/Downloads/Leitfaden%20Medienpaedagogisches%20Konzept\\_181214-1.pdf](file:///C:/Users/123/Downloads/Leitfaden%20Medienpaedagogisches%20Konzept_181214-1.pdf)
- Saferinternet.at (2025). Jugend-Internet-Monitor. URL: <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor> [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- Saferinternet.at (o.J.). TikTok –was ist das? URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/tiktok/faq/tiktok-was-ist-das> [Zugriffsdatum: 13. November 2025]
- Saferinternet.at (o.J.). Was ist Snapchat? URL: <https://www.saferinternet.at/social-media-ratgeber/was-ist-snapchat> [Zugriffsdatum: 13. November 2025]

- Saferinternet.at (o.J.). Was ist WhatsApp? URL: <https://www.saferinternet.at/social-media-ratgeber/was-ist-whatsapp> [Zugriffsdatum: 14. November 2025]
- Saferinternet.at (o.J.). YouTube – was ist das? URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/youtube/faqs/youtube-was-ist-das> [Zugriffsdatum: 14. November 2025]
- Schütz, Patrick (2025). Künstliche Intelligenz: Das steckt hinter Meta AI bei WhatsApp und Instagram. URL: <https://www.swr.de/leben/verbraucher/meta-ai-whatsapp-instagram-facebook-100.html> [Zugriffsdatum: 14. November 2025]
- Suter, Lilian/Bernath, Jael/Willemse, Isabel/Külling, Céline/Waller, Gregor/Skirkaila, Patricia/Süss, Daniel (2021). MIKE-Studie. URL: [https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/mike/Bericht\\_MIKE-Studie\\_2021.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/mike/Bericht_MIKE-Studie_2021.pdf) [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- Stehr, Paula/Temman Linn, Julia/Wiedicke, Annemarie (o.J.). URL: <https://highways2health.de/blog/body-positivity.html> [Zugriffsdatum: 10. August 2025]
- Schubert, Susanne (2021). Nachhaltigkeit und Offene Kinder- und Jugendarbeit. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 811-825.
- Schetsche, Michael/Schmidt, Renate-Berenike (2010). Sexuelle Verwahrlosung. Empirische Befunde – Gesellschaftliche Diskurse – Sozialethische Reflexionen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Schau-hin.info (Hg.) (o.J.). InfluencerInnen – Das verbirgt sich hinter den Idolen aus dem Internet. URL: <https://www.schau-hin.info/grundlagen/influencer-idole-aus-dem-internet> [Zugriffsdatum: 23. August 2025]
- Steiner, Olivier/Kandouli, Khodor/Sadiku, Endrit/Heid, Pascal (2025). Machbarkeitsstudie KI-Chatbot in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit, Bericht. Muttenz/Olten: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW & Hochschule für Technik FHNW. URL: [https://juarbasel.ch/wp-content/uploads/2025/07/Schlussbericht-Machbarkeitsstudie-KI-Chatbot-OFFENE JUGENDARBEIT\\_2025-05-28.pdf](https://juarbasel.ch/wp-content/uploads/2025/07/Schlussbericht-Machbarkeitsstudie-KI-Chatbot-OFFENE JUGENDARBEIT_2025-05-28.pdf) [Zugriffsdatum: 6. September 2025]
- Steiner, Olivier/Heeg, Rahel (2022). Offene Kinder- und Jugendarbeit und digitale Medien – Medienbildung und Medienkompetenz als fachliche Grundlagen einer digitalen Kinder- und Jugendarbeit. In: Fuchs, Manuela/Gerodetti, Julia/Gerngross, Martina (Hg.). Offene Kinder-

und Jugendarbeit in der Schweiz, Einblicke in Theorie, Konzepte, Empirie und Alltagspraxis. Wiesbaden: Springer VS. S. 121-137.

Sting, Stephan/Sturzenhecker, Benedikt (2021). Bildung und Offene Kinder- und Jugendarbeit. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 675-691.

Tillmann, Angela/Wessel, André (2021). Offene Kinder- und Jugendarbeit in mediatisierten Alltags- und Lebenswelten. In: Deinet, Ulrich/Sturzenhecker, Benedikt/von Schwanenflügel, Larissa/Schwerthelm, Moritz (Hg.). Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 841-854.

Vollbrecht, Ralf (2001). Einführung in die Medienpädagogik. Weinheim & Basel: Beltz Juventa.

Viktoria Stiftung Rickingen (2022). Medienkonzept Offene Gruppe (OG).

Wüthrich, Astrid/Rumo Wettstein, Cornelia/Fehr, Susanne (2022). Medienkompetenz in sozial-, heil- und sonderpädagogischen Institutionen. Leitfaden zur Standortbestimmung. URL: [https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/PDFs/Broschueren/Medienkompetenz\\_heil\\_sonder\\_und\\_sozialp\\_Institutionen\\_DE\\_01.pdf#:~:text=Deshalb%20ist%20Medienp%C3%A4dagogik%20wichtig%20E2%86%92%20Die%20F%C3%B6rderung,Medien%20ist%20die%20Bef%C3%A4higung%20zur%20kompetenten%20Nutzung.](https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/PDFs/Broschueren/Medienkompetenz_heil_sonder_und_sozialp_Institutionen_DE_01.pdf#:~:text=Deshalb%20ist%20Medienp%C3%A4dagogik%20wichtig%20E2%86%92%20Die%20F%C3%B6rderung,Medien%20ist%20die%20Bef%C3%A4higung%20zur%20kompetenten%20Nutzung.) [Zugriffsdatum: 31. Juli 2025]

Wölwer, Felix (2023). Facebook — was ist das? Einfach erklärt. URL: [https://praxistipps.chip.de/facebook-was-ist-das-einfach-erklart\\_41486](https://praxistipps.chip.de/facebook-was-ist-das-einfach-erklart_41486) [Zugriffsdatum: 14. November 2025]

## **Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: Titelblatt (erstellt mit ChatGPT)

Abb. 2: Schematische Darstellung der Medienkompetenz und Medienbildung in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (in: Heeg/Steiner 2022: 129)

Abb. 3: Dagstuhl- Dreieck in Medienkompetenz in Sozial- Heil- und Sonderpädagogischen Einrichtung (in Wüthrich/Fehr/Wettstein Rumo 2018: 15)

## Hilfsmittelverzeichnis

Chat GPT	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erstellen des Titelbildes</li><li>• Inspiration zur Fragestellung</li><li>• Inspiration zum Inhaltsverzeichnis</li><li>• Inspiration zur Strukturierung</li><li>• Formulierungsvorschläge</li><li>• Textkürzungen</li></ul>
Notebook LM	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zusammenfassungen von Literatur</li><li>• Unterstützung beim Auffinden relevanter Textstellen</li></ul>
Grammarly	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rechtsschreibkontrolle</li></ul>

# Anhang

## Fragen zur Einschätzung der Medienkompetenz der Mitarbeitenden

Im Sinne einer Standortbestimmung wird erhoben, wie es um die **Medienkompetenz** der einzelnen Teammitglieder steht. Der Fragebogen kann individuell ausgefüllt und im Team besprochen oder direkt als Team bearbeitet werden. Kreuzen Sie jeweils die Antwort an, welche am besten zutrifft, und übertragen Sie die Summe in die Tabelle am Schluss der Seite. Für die Gesamtauswertung tragen Sie die Werte anschliessend in die Übersicht auf S. 22 ein.

A Technische Kompetenz						
<b>Angebot von Mediengeräten</b> Ich bin informiert über die aktuellen technischen Möglichkeiten bzw. die auf dem Markt verfügbaren Mediengeräte						
<input checked="" type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Bedienung der Geräte</b> Ich kann mein Smartphone, meinen Computer, mein Tablet und andere Mediengeräte technisch nach meinen Wünschen einrichten und bedienen. Ich kann auch den Kindern und Jugendlichen dabei behilflich sein.						
<input checked="" type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Instandhaltung von Geräten</b> Ich weiss, wie ich meine Geräte warten muss. Bei Problemen weiss ich, wie ich vorgehen muss, um diese selbstständig zu beheben. Ich kann auch den Kindern und Jugendlichen bei Fragen behilflich sein.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input checked="" type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
B Nutzungskompetenz						
<b>Verwaltung von Information</b> Ich verfüge über Strategien, Wissen und Erfahrung, systematisch Daten zu einem bestimmten Thema zu suchen, zu selektionieren, zu verarbeiten und zu verwalten.						
<input checked="" type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Gestaltung von Medien</b> Ich kann Medien selber gestalten (Bilder bearbeiten, Filme herstellen und bearbeiten oder Audiodateien bearbeiten) und Kinder und Jugendliche dazu anleiten und sie begleiten.						
<input type="radio"/> ja	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Social Media</b> Ich verfüge über Strategien und Kenntnisse für einen sicheren Umgang mit Social-Media-Plattformen (zum Beispiel Facebook oder Instagram), Foren, Chatrooms und Ähnlichem. Ich bin in der Lage, die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich zu beraten.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Einsatz von digitalen Hilfsmitteln</b> Ich verfüge über Know-how bezüglich Angebot und Einsatzmöglichkeiten von digitalen Hilfsmitteln für Menschen mit besonderen Bedürfnissen (zum Beispiel Sprachcomputer oder Hilfsprogramme auf Tablets). Ich bin in der Lage, Betroffene und Angehörige diesbezüglich zu beraten.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input checked="" type="radio"/> nein	
<b>Nutzung von Programmen</b> Ich kenne und nutze ohne Schwierigkeiten verschiedene Programme (zum Beispiel Apps, Social-Media-Plattformen, Word, Excel, PowerPoint).						
<input type="radio"/> ja	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
C Rezeptions- und Reflexionskompetenz						
<b>Quellenkritik</b> Ich verfüge über Kompetenzen, verlässliche von weniger verlässlichen Quellen zu unterscheiden (Quellenkritik). Ich kann den Kindern und Jugendlichen diesbezüglich mit konkreten Hinweisen zur Seite stehen.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input checked="" type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Digitaler Fussabdruck</b> Ich verfüge über Informationen im Umgang mit digitalen Spuren. Ich kann die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich konkret beraten.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input checked="" type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Gefahren im Internet</b> Ich kann wesentliche Gefahren im und durch das Internet benennen und weiss, wie ich diesen kompetent begegne. Ich verfüge über die nötigen Kompetenzen, um die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich pädagogisch zu begleiten.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input checked="" type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Rechtliche Grundlagen</b> Ich weiss, was ich im Internet tun darf und was nicht. Ich kenne mögliche, rechtliche Konsequenzen.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input checked="" type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
D Soziale Kompetenz						
<b>Kommunikation</b> Ich verfüge über Strategien, digitale Medien bewusst und angemessen für verschiedene Kommunikationszwecke einzusetzen. Ich kann diese Strategien den Kindern und Jugendlichen vermitteln.						
<input checked="" type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Zeitmanagement</b> Ich verfüge über genügend Selbstkontrolle im Umgang mit dem Thema Zeit und Mediennutzung. Ich kann Kinder und Jugendliche im Erwerb dieser Kompetenz pädagogisch unterstützen.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input checked="" type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Kooperation</b> Ich nutze digitale Medien bewusst positiv, indem ich Wissen und Information digital teile und entwickle. Ich bin in der Lage, Kinder und Jugendliche zur positiven Nutzung digitaler Medien zu ermutigen.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Total Punkte</b>	<b>A</b> 16	<b>B</b> 19	<b>C</b> 14	<b>D</b> 12		

## Fragen zu Medien und Erziehung

Im Sinne einer Standortbestimmung wird bei den Teammitgliedern erhoben, wie sie **Kinder und Jugendliche im Umgang mit digitalen Medien begleiten und mit den Eltern zusammenarbeiten**. Der Fragebogen kann individuell ausgefüllt und im Team besprochen oder direkt als Team bearbeitet werden. Kreuzen Sie jeweils die Antwort an, welche am besten zutrifft, und übertragen Sie die Summe in die Tabelle am Schluss der Seite. Für die Gesamtauswertung tragen Sie die Werte anschliessend in die Übersicht auf S. 22 ein.

### E Restriktive Begleitung

Ich kann die aktuellen Regeln im Umgang mit digitalen Medien fachlich begründen.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich kenne Informationsquellen und Plattformen zur Abstützung und zur Entwicklung von angemessenen Regeln im Umgang mit digitalen Medien und beziehe diese aktiv ein.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich bin fachlich sicher, wenn es um die Entwicklung von individuell angepassten Regeln geht.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

### F Aktive Begleitung

Ich kenne die aktuellen Nutzungstrends der Kinder und Jugendlichen und nehme interessiert und kritisch Stellung dazu.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich nutze digitale Medien mit den Kindern und Jugendlichen gemeinsam und gebe ihnen Informationen zu Themen rund um den Schutz, aber auch zu Nutzungsmöglichkeiten.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich ermutige und befähige Kinder und Jugendliche schrittweise und gemäss ihren Möglichkeiten zur kompetenten Nutzung digitaler Medien.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich spreche mit den Kindern und Jugendlichen regelmässig über ihre Erfahrungen mit der Nutzung digitaler Medien und tausche mich im Team diesbezüglich aus.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

### G Monitoring

Ich kenne die Möglichkeiten, Grenzen und juristischen Rahmenbedingungen im Bereich des Monitorings.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich weiss, wo ich diesbezüglich fachliche Unterstützung holen kann.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

### H Zusammenarbeit mit Eltern

Ich thematisiere die Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen regelmässig mit den Eltern.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich kenne Tools und Plattformen für Eltern, welche ich in die Arbeit einbeziehen kann.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Ich habe konkrete Ideen, wie ich mit Eltern das Thema aktiv angehen kann.

ja  grösstenteils ja  eher ja  eher nein  grösstenteils nein  nein

Total Punkte

E 7

F 9

G

H

## Fragen zu Medien und Institutionskultur

Im Sinne einer Standortbestimmung werden bei den Teammitgliedern die **Institutionskultur** und die **Grundhaltung** in Bezug auf digitale Medien erhoben. Der Fragebogen kann individuell ausgefüllt und im Team besprochen oder direkt als Team bearbeitet werden. Kreuzen Sie jeweils die Antwort an, welche am besten zutrifft, und übertragen Sie die Summe in die Tabelle am Schluss der Seite. Für die Gesamtauswertung tragen Sie die Werte anschliessend in die Übersicht auf S. 22 ein.

I Haltungstypen						
Digitale Medien sollten in der Institution möglichst verboten werden.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Digitale Medien werden in unserem Institutionsalltag kaum genutzt und spielen somit auch keine wichtige Rolle.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Es genügt beim Umgang mit digitalen Medien strenge Regeln zu setzen.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Die Kinder und Jugendlichen müssen zum Umgang mit digitalen Medien befähigt werden.						
<input type="radio"/> ja	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
Der positive Umgang mit digitalen Medien muss von jedem einzelnen Teammitglied vorgelebt werden.						
<input type="radio"/> ja	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
Digitale Medien können die Kinder und Jugendlichen bei der Bewältigung ihres Alltages unterstützen und sollen daher unbedingt eingesetzt werden.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input checked="" type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
K Kommunikation						
Wir verfügen über ein Konzept für die interne und externe Kommunikation (Mailverkehr mit Behörden, Sozialdiensten, Angehörigen, Tagesjournal, SMS-Kommunikation im Team oder mit Klientinnen und Klienten), welche die Nutzung digitaler Kanäle integrierend regelt.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Ich nutze digitale Medien mit den Kindern und Jugendlichen gemeinsam und gebe ihnen Informationen zu Themen rund um den Schutz, aber auch zu Nutzungsmöglichkeiten.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
L Administration						
Wir verfügen über ein klares, digitales Fallführungssystem, welches im Alltag von allen Beteiligten selbstverständlich und sicher genutzt wird. Nutzungsregeln sind definiert und implementiert.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Unsere technische Ausstattung ist auf einem Stand, welcher eine effiziente Abwicklung der administrativen Aufgaben ermöglicht.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Unsere Daten sind gesetzeskonform geschützt.						
<input type="radio"/> ja	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
M Kreative Medienpädagogik						
In der Freizeitgestaltung setzen wir kreative Medienprojekte um.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	X
Die digitale Mediennutzung führt immer wieder zu Situationen, in welchen alle Spass haben.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
Ich verfüge über Kompetenzen zur kreativen Mediennutzung. Ich bin in der Lage, die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich zu fördern.						
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> grösstenteils ja	<input type="radio"/> eher ja	<input type="radio"/> eher nein	<input checked="" type="radio"/> grösstenteils nein	<input type="radio"/> nein	
<b>Total Punkte</b>	I 19	K 2	L 7	M 5		

Die in den einzelnen Fragebogen erhobenen Fakten und Feststellungen werden nun zusammengefasst und machen auf einen Blick sichtbar, wo und mit welcher Dringlichkeit Handlungsbedarf besteht. Interessant kann sein, wenn Sie im Team die Bogen vergleichen und so interne Ressourcen und Potenziale bezeichnen. Auf der so gewonnenen Übersicht lassen sich nächste Handlungsschritte ableiten (Kapitel 09). Zudem soll die Übersicht auch als kontinuierliche Qualitäts- und Erfolgskontrolle der eigenen Arbeit verstanden werden,

indem die Fragebogen in regelmässigen Abständen ausgefüllt und interpretiert werden. Als Team und/oder Institution sollten Sie sich als Ziel vornehmen, im orange-grünen Bereich unterwegs zu sein.

Markieren Sie auf der linken Spalte Ihre Resultate mit einem X. Orientieren Sie sich dabei jeweils an den Referenzwerten der rechten Spalte.

A Technische Kompetenz	B Nutzungskompetenz	C Reflexionskompetenz	D Sozialkompetenz
E Restriktive Begleitung	F Aktive Begleitung	G Monitoring	H Zusammenarbeit mit Eltern
I Reaktionsskala	K Kommunikation	L Administration	M Kreative Medienpädagogik
N Austausch	O Wohnalltag	P Technische Infrastruktur	Q Vertiefung

Handlungs-/Entwicklungsbedarf	
<p><b>Bei diesen Themen haben wir Handlungsbedarf.</b></p> <p>Rot markierte Felder zeigen Themen auf, welche dringend angegangen werden sollten. </p>	Bemerkungen/Notizen
<p><b>Diese Themen müssen wir im Auge behalten.</b></p> <p>Orange sind Felder mit Entwicklungspotenzial. </p>	
<p><b>Bezüglich dieser Themen läuft es im Moment gut.</b></p> <p>Grün markiert sind Felder, in welchen Sie gut unterwegs sind und in denen Ihre Ressourcen und Stärken liegen. </p>	

# Medien Kodex

## Das ist OK:



Medien nutzen  
im Treff



Mit  
Kopfhörer/leise



Respektvoll  
schreiben & posten

## Frag kurz das Team:



Foto/Video machen?  
→ erst fragen!



Unsicher bei  
App/Content?  
→ frag uns!



Etwas nervt  
dich online?  
→ komm zu uns!

## Das geht nicht:



Heimlich  
filmen/fotografieren



Im WC  
filmen/  
fotografieren



Hass  
Beleidigungen  
Blosstellen

# Informationen

## Persönlichkeitsrechte

Auch im Internet gibt es Persönlichkeitsrechte

### Fotos

Fotos von Personen dürfen in der Regel nur mit deren Einwilligung aufgenommen und veröffentlicht werden.

Frag vorher und respektiere ein Nein, dies gilt auch für einen Snap oder eine TikTok Story

## Sicherheit im Netz

### Grooming:

Erwachsene schreiben Jugendliche an, bauen Vertrauen auf und ziehen Gespräche in private Chats, oft mit sexuellen Themen. Achte auf Red Flags: Sex Themen, Geheimhaltung, Druck, usw.

### Hass im Netz:

Beleidigungen, Beschimpfungen, Drohungen, Abwertungen aufgrund von Herkunft, Sexualität, Religion, Beeinträchtigung und Aussehen sind nicht okay.

Wichtig: Mach nicht mit und stell dich dagegen

### Challenges:

Challenges können gefährlich werden. Informiere dich über die Risiken und lass dich nicht zu etwas drängen, von was du Angst hast und melde gefährliche Inhalte

### News:

Überprüfe ob es sich bei den Inhalten um Fake News handelt oder der Content durch AI produziert wurde