

## AG Informationsfluss zur Jugendstudie - Prozessbegleiterin Marie Becker

### Ergebnisbericht

		Anmerkungen
Relevante Ausgangsbefunde aus der Jugendstudie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nur etwa ein Viertel der Jugendlichen fühlt sich gut informiert über Angebote und Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche.</li> <li>- Jugendliche, die mit der Freizeitsituation (sehr) zufrieden sind, fühlen sich zu 42 % ausreichend informiert. Die mit der Freizeitsituation sehr unzufriedenen sind, fühlen sich nur zu 13 % ausreichend informiert und 32 % von ihnen äußern Bedarf nach mehr Information.</li> <li>- Jugendliche sind (immer noch) am besten über persönliche Ansprache und persönliche Kontakte erreichbar, Soziale Medien erweitern das Ansprache-Spektrum. Nicht unerheblich sind auch die Schulen, die insbesondere im Vergleich zu „journalistischen“ Medien weitaus bedeutsamer sind.</li> </ul>	
Ausgangsfragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Könnte es sinnvoll sein, Informationen für Jugendliche über Beteiligungsmöglichkeiten, Engagementformen, Ansprechpartner und Freizeitaktivitäten zu bündeln?</li> <li>- Welche Art der Informationsvermittlung ist für diese Zielgruppe sinnvoll?</li> <li>- Kann das städtische Informationsangebot im Hinblick auf „jugendliche Informationsbedürfnisse“ angepasst und beworben werden?</li> </ul>	
Anzahl der Sitzungen/ AG-Termine	sechs	
Regelmäßig mitwirkende AGmitglieder (inkl. Insitution und Funktion)	Schulsozialarbeit Kinder- und Jugendzentren Mobile Jugendarbeit Stadtjugendring Jugendinitiative Spiegelbild Jugendliche	

		Anmerkungen
Einbezogene Expertinnen und Experten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitarbeiter Jugendarbeit der Stadt Mainz, von <a href="http://www.jugend-in-mainz.de">www.jugend-in-mainz.de</a></li> <li>- Pressereferat Wiesbaden, Social Media</li> <li>- Wiesbaden Marketing GmbH</li> </ul>	
Wichtige Ergebnisse aus den Expertengesprächen	<p>* aus den Erfahrungen des Kontextes <b>Jugend-in-Mainz.de</b> lässt sich ableiten, dass die Unterstützung der Stadt und Politik überaus wichtig ist. Die Webseite betreut ein städtischer Mitarbeiter mit einem (geringen) Stundenkontingent und diese ist in den Jahren an Umfang nach den aktuellen Bedarfen gewachsen. Außerdem waren folgende Fragen, Tipps und Ideen gut für eine potentielle Webseite-entwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- * genaues Überlegen bzgl. Gästebuch, Chat-Möglichkeiten.</li> <li>- * Auf Barrierefreiheit achten</li> <li>- * Lesbarkeit auf Desktop und verschiedenen mobilen Endgeräten</li> <li>- * Bewerbung der Seite über die Jugendzentren, Flyer, auf jedem Plakat der jugendspezifischen Einrichtungen, im Newsletter der Abteilungen, eigener Newsletter generiert aus den Inhalten der Webseite</li> <li>- * Datenpflege per Zuruf, per Mail. Am besten inkl. Bilder und ausformulierten Text</li> <li>- * bei wem liegt die Verantwortlichkeit für die Inhalte? Kontrollorgane?</li> <li>- * Logo-Wettbewerb für Jugendliche, Partizipationsmöglichkeiten suchen und anbieten</li> <li>- * von wem kommen die Inhalte? Expert*innen und / oder Jugendliche?</li> <li>- * Zeitressourcen gut planen</li> <li>- (vgl. auch Details in der Anlage zum Protokoll 22.01.2018)</li> </ul> <p>* aus den Erfahrungen im Kontext <b>Pressereferat der LH Wiesbaden</b> sind ebenfalls gute neue Ideen und Erkenntnisse gewachsen. Folgendes ist für die Gruppe Informationsfluss wichtig:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- * unterschiedliche Funktionen der einzelnen Social Media Kanäle: Facebook und Twitter eher Informationen, Instagram eher Bilder, ästhetisches. Dementsprechend unterschiedlich sind Zielgruppen und Möglichkeiten in der Nutzung.</li> <li>- * Zielgruppe der LH Wiesbaden bei Facebook sind 45-60 jährige Männer, weniger Jugendliche</li> <li>- prinzipiell ist die Reichweite begrenzt, wenn Facebook ohne weitere Kosten genutzt wird</li> </ul> <p>* aus den Erfahrungen im Kontext <b>Wiesbaden Marketing GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auf <a href="http://wiesbaden.de">wiesbaden.de</a> wird unter Gesellschaft und Soziales/ Jugend/ Veranstaltungskalender aus dem „großen“</li> </ul>	

		Anmerkungen
	<p>Veranstaltungskalender ein zweiter nur für Kinder und Jugendliche generiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- * Die Wiesbaden Marketing GmbH stellt die Möglichkeit zur Verfügung, auf der Seite für Jugendliche etwas zu installieren wie „10 Fragen von Jugendlichen“ und / oder eine Linksammlung zu jugendspezifischen Themen</li> </ul>	
Form der Jugendbeteiligung inkl. Fragestellungen	<p>Mini-Umfrage mit drei Fragestellungen, die an Jugendliche, Expert_innen, Eltern etc. weitergeleitet werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Ideen hast du / haben Sie zum Thema Informationsfluss und Informationen für Jugendliche in Wiesbaden?</li> <li>- Welche Informationen brauchst Du / brauchen Sie ganz konkret?</li> <li>- Welche Kanäle oder Wege nutzt Du / nutzen Sie bisher?</li> </ul>	nur zwei Antworten generiert, daher nicht nützlich
Wesentliche Erkenntnisse aus der Jugendbeteiligung, Schlussfolgerungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikation der Jugendlichen über Freunde / Bekannte, mit Social Media und WhatsApp</li> <li>- Form der Arbeitsweise jugendgerecht? (Sitzungen, Treffen)</li> <li>- Thema Informationsfluss weniger ansprechend, als andere Themen</li> <li>- Entscheidungsfreiheit der Jugendlichen ernst nehmen (betrifft Gruppenzugehörigkeit bei den Handlungsfeldern)</li> </ul>	
weitere relevante Rechercheergebnisse zu den Ausgangsfragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hinweise zu Jugendinformationszentrum München <a href="https://jiz-muenchen.de/">https://jiz-muenchen.de/</a></li> <li>- Hinweise zu wienXtra <a href="http://www.wienxtra.at/">http://www.wienxtra.at/</a></li> </ul>	
Ergebnisse der weiteren Problemanalyse der AG		
Auf Problemanalyse fußende Ziele oder: was ist der zu verändernde Zustand?	<p><b>Stadtweites freies W-Lan für alle als garantierter Standard</b></p> <p><b>Leitsatz</b> LH Wiesbaden stellt Infrastrukturen und Ressourcen (personell, finanziell, technisch) zur Verfügung, in denen sich Jugendliche offline und online informieren können. Diese sind an den Bedürfnisse und Lebenswirklichkeiten der Jugendlichen orientiert. Sie müssen regelmäßig evaluiert und angepasst werden.</p>	

		Anmerkungen
	<p><b>Grundvoraussetzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Akzeptanz und Toleranz für neue Medien und neuen Lebensstil</li> <li>- umfassende Informationen für alle und einfach zugänglich</li> </ul> <p><b>Ziele</b></p> <p><b>* 1. keine Hürden, Niedrigschwelligkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>technische Aufrüstung</li> <li>freies Internet</li> <li>alle Kanäle, z.B. Apps, Social Media</li> <li>keine Benachteiligung durch fehlenden Medienzugang</li> </ul> <p><b>* 2. zentraler Ort - digital und analog (Webseite und Raum)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ausreichend und kompetentes Personal</li> <li>neutral</li> <li>einheitliches Auftreten, gemeinsam, „Marke“</li> <li>unterschiedliche Wege, zielgruppengerecht</li> <li>niedrigschwellige Beratungsangebote</li> <li>Themen fixieren, inhaltlich</li> <li>trägerübergreifend</li> <li>Vernetzung in alle Richtungen</li> </ul> <p><b>* 3. Leitlinien und verbindliche Standards</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtweit - trägerübergreifend - plattformunabhängig</li> <li>Transparenz der Standards</li> <li>regelmäßige Evaluation der Standards, Entwicklung</li> <li>LH Wiesbaden sieht sich in der Verantwortung</li> <li>Nachhaltigkeit</li> <li>Rolle von Massenmedien wird anerkannt (EU-Kinderrechtskonvention Art. 17)</li> <li>Keine restriktive Haltung, sondern medienbildnerisches Profil</li> <li>Leitlinien entsprechen den Grundvoraussetzungen (siehe oben)</li> </ul>	

		Anmerkungen
	<p><b>* 4. Medienkompetenz - Jugendliche - Eltern - Fachpersonal</b>  politische Bildung für alle  Chancen eröffnen  Teilhabe und Möglichkeiten schaffen  digitale und analoge Welt miteinander vereinbar  Kommunikationswege einfach und sicher, in beide Richtungen</p>	
Handlungsvorschläge und Handlungsschritte der AG	<p><b>Handlungsvorschläge und Handlungsschritte der AG</b></p> <p><u>Vorläufige Projektideen / Sammlungen:</u>  Instagram-Projekt als Informationskanal  große Öffentlichkeitskampagne,  sollte es sowas wie gemeinsame Webseite geben?  Informationen im Sensor (freie Stadtzeitung), z.B. regelmäßiger Bericht über soziale Einrichtungen  10 wichtigsten Fragen für Jugendliche auf <a href="http://wiesbaden.de">wiesbaden.de</a> Jugend-Seite  statische Seite „Jugend in Wiesbaden“  Schulkooperationsprojekt mit unterschiedlichen Schulformen?  Fortbildung: wie erreiche ich Jugendliche in Wiesbaden?  Newsletter</p> <p><b>konkrete Handlungsempfehlungen</b></p> <p><b>1. a) Informationszentrum - Haus der Jugendlichen</b>  niedrigschwellig  Themenvielfalt  zentral gelegen  viele Informationen für viele Bereiche  Räume, Gruppenräume für Veranstaltungen (Klassenbesuche z.B.), Beratungsräume  Einzelberatungsangebote  Weiterbildungen für Lehrer_innen, Eltern  z.B. im Umgang mit sozialen Medien, digitalen Mitteln zur Nutzung im Unterricht  Jugendliche beraten sich gegenseitig</p>	

		Anmerkungen
	<p>Infostand bei allen Festivals / Veranstaltungen in der Stadt / Events  wie die Bibliotheks-Busse  ein mobiles Zentrum, mobile Außenstelle  von Jugendlichen für Jugendliche  Verweis: Jugend-Scouts  als Expert_innen, auf gleicher Augenhöhe  Informationen immer in alle Richtungen  Schule als Informationszentrum?  von Jugendlichen für Fachkräfte / Eltern  ausreichend und angemessene Ressourcen (personell, finanziell, technisch)</p> <p><b>1. b) digitale Version des Informationszentrums</b></p> <p><b>2. Informationsführerschein</b>  alle müssen hin! Wie bei der Fahrradschule  Schulkontext / im Klassenverband  mehrmals, unterschiedliche Bedarfe / Angebote abhängig vom Alter / Bedarf  Nutzen für Lehrer_innen, Entlastung  soziale Inhalte werden dort vermittelt (z.B. Mobbing, Gewalt) —&gt; im Informationszentrum  als Dienstleistung vom Informationszentrum</p> <p><b>3. Jugendscouts</b>  Jugendliche als Expert_innen wahrnehmen  ehrenamtlich vs. honoriert? —&gt; Geld als Anreiz?  2 - 3 Ansprechpartner_innen in jeder Schule?  nicht an jeder Schule gibt es Schulsozialarbeiter_innen  Ausbildung im Informationszentrum  z. B. wie Juleica-Schulungen  eigene Öffnungszeiten im Informationszentrum für die Jugend-Scouts  Influencer, Multiplikator_innen  verlässlichere Quelle, weil aus der eigenen Lebenswelt?  gefilterte Informationen?</p>	

		Anmerkungen
	<p>Beteiligung der Jugendlichen auch am redaktionellen Teil —&gt; immer zwei Menschen: Jugendliche_r und Sozialarbeiter_in —&gt; Verweis auf Soziale Medien</p> <p><b>4. Social Media als Standard denken</b>            Beauftragte_r/Botschafter_in/Stabstelle Social Media (als gendergerechte Gruppe, männlich und weiblich besetzt, dazu zwei Jugendliche und zwei Fachkräfte)            Soziales Verteilen            angesagtes Medium nutzen            Hashtag muss bekannt werden!            eigenes Marketing, z.b. über Fotowettbewerb mit zentralem Hashtag            können alle nutzen            wer entscheidet und wie?            Kampagnen zu bestimmten Themen (Ehrenamt etc)            wir nutzen gemeinsam die eigenen Kanäle der Jugendlichen            Jugendliche einbeziehen            Jugendliche in der Nutzung qualifizieren            Webseite / Blog „Was geht in Wiesbaden?“            Sammlung von Ideen            Veranstaltungskalender / <a href="http://wiesbaden.de">wiesbaden.de</a> auch mit Hashtags / Suchtags verknüpfen            alte und neue Medien kombinieren            Sticker, Plakate mit QR-Code, Hashtags auf Social Media            Medienkompetenz-Schulungen</p>	
Noch nicht geklärt / Was bleibt zu tun?		
Anmerkungen (zum Verlauf...)		