



AUSWERTUNG „BEDARFSERHEBUNG FACHKRÄFTE DER KINDER- UND JUGENDHILFE DRESDEN“

im Rahmen der Fachstelle Medienpädagogik des
Medienkulturzentrum Dresden e.V., Juli 2022

Die Fachstelle Medienpädagogik des Medienkulturzentrum Dresden unterstützt seit April 2022 Fachkräfte und Träger der Kinder- und Jugendhilfe in Dresden bei der medienpädagogischen Qualifizierung und Maßnahmenentwicklung. Um einen Überblick über aktuelle medienpädagogische Fragestellungen in der Praxis und Qualifizierungsbedarfe von Fachkräften, Leitungskräften als auch Angebotsbedarfe der Adressat:innen der Einrichtungen und Angebote selbst zu bekommen, wurde eine breit adressierte Online-Befragung durchgeführt.

Über eine Filterfrage zu Beginn des Fragebogens bekamen die Fachkräfte jeweils auf ihr Tätigkeitsfeld und ihre Rolle angepasste Fragestellungen: Fragen für Fachkräfte, Fragen für Führungskräfte. Zusätzlich gaben alle Fachkräfte eine Einschätzung der Bedarfe der Adressat:innen in ihrem Arbeitsbereich. Der Fragebogen erfragte die relevanten Informationen nach folgender Struktur:

- Tätigkeitsfeld, Wirkungskreis, Soziodemografie der Befragten
- aktuell umgesetzte Maßnahmen zu medienpädagogischen Themen
- Qualifizierung und Qualifizierungsbedarfe
- Bedarfe der Adressat:innen
- Kanäle für die Informationsgewinnung und Fortbildungssuche
- Perspektivische Bedarfe für die eigene Arbeit im Themenfeld Medienpädagogik
- Wünsche an die Fachstelle

Ziel war es ausgehend von den Ergebnissen, eine bedarfsgerechte Angebotsstruktur in Dresden aufbauen zu können. An der Befragung konnten sowohl alle in der Dresdner Kinder- und Jugendhilfe tätigen Fachkräfte als auch Personen mit Leitungsverantwortung (Bereichsleitung, Angebotsleitung, Einrichtungsleitung) teilnehmen.

Die Befragung war etwas mehr als drei Wochen vom 28.6. bis 20.07.2022 online abrufbar. Das Jugendamt forderte alle in der Kinder- und Jugendhilfe tätigen Fachkräfte in Dresden sowie alle Träger dazu auf, an der Befragung teilzunehmen. Dazu wurden Emails an alle Arbeitsgemeinschaften (AGs) nach §78 SGB VIII der Stadt Dresden (außer der AG Kindertagesbetreuung), an alle freien Träger der Kinder- und Jugendhilfe und an Fachkräfte der Hilfen zur Erziehung versendet. Darüber hinaus machte das Medienkulturzentrum Dresden über seine Website auf die Ausschreibung aufmerksam. Der Aufruf ergab einen Rücklauf von 196 vollständig ausgefüllten Fragebögen, die für die vorliegende Auswertung einbezogen worden.

Inhalt

1. SOZIODEMOGRAPHISCHE ANGABEN	3
2. TÄTIGKEITSFELD.....	4
3. WIRKUNGSKREIS.....	7
4. ADRESSAT:INNEN.....	10
5. MAßNAHMEN (AUS SICHT DER LEITENDEN FACHKRÄFTE)	11
Interpretation 1: Maßnahmen	16
Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 1: Maßnahmen	17
6. QUALIFIZIERUNGSBEDARFE (AUS SICHT DER MITARBEITENDEN FACHKRÄFTE)	21
Interpretation 2: Qualifizierungsbedarfe aus Sicht der mitarbeitenden Fachkräfte.....	29
Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 2: Qualifizierungsbedarfe aus Sicht der mitarbeitenden Fachkräfte	29
7. WEITERBILDUNGSBEDARF (AUS PERSPEKTIVE DER LEITENDEN FACHKRÄFTE).....	31
Interpretation 3: Weiterbildungsbedarf aus Sicht der leitenden Fachkräfte	38
Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 3: Weiterbildungsbedarf aus Sicht der leitenden Fachkräfte	39
8. BEDARFE ADRESSAT:INNEN (AUS PERSPEKTIVE DER MITARBEITENDEN FACHKRÄFTE)	39
Interpretation 4: Bedarfe Adressat:innen	46
Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 4: Bedarfe Adressat:innen	47
9. BEDARFE UND WÜNSCHE AN DIE FACHSTELLE	47
Informationskanäle für Angebote der Fachstelle	47
Perspektivische Bedarfe	50
Wünsche an Fachstelle	51
Ergänzungen	53
Interpretation 5: Wünsche an die Fachstelle	55
Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 5: Wünsche an die Fachstelle	56

1. Soziodemographische Angaben

An der Befragung nahmen 124 Frauen (63,72 %), 54 Männer (27,55 %) teil, vier Teilnehmende ordneten sich der Angabe divers/sonstiges zu, 14 Teilnehmende machten keine Angabe. Das Alter der Befragten liegt bei durchschnittlich 41 Jahren (bei einer ungültigen Angabe). Teilnehmende waren maximal 64 und mindestens 22 Jahre alt. Die mittlere Nennung (Median) liegt bei 40, bei einer Standardabweichung von 9,81.

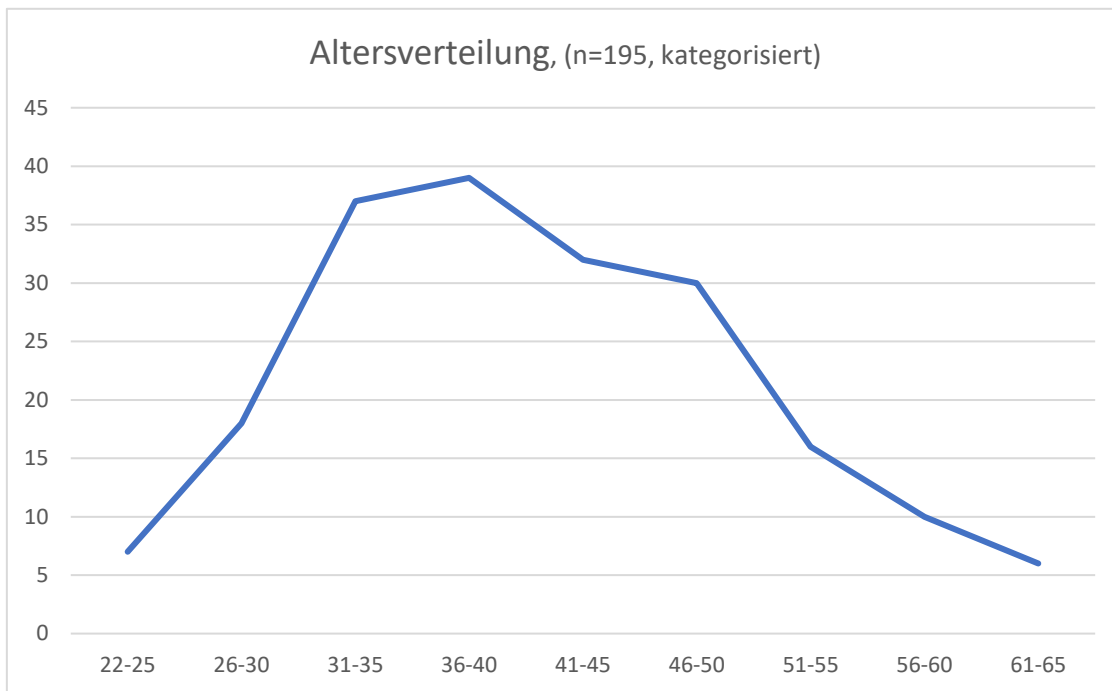


Abbildung 1: Altersverteilung der Teilnehmenden

Als Bildungsabschluss gaben knapp 87% „Sozialarbeiter:in/Sozialpädagog:in“ an. Die übrigen Nennungen verteilten sich auf die Abschlüsse „Erzieher:in“ (7%), Psycholog:in (4%) und Sonstiges (10%)¹. Je zwei Nennungen fielen auf Sozialassistent:innen und Heilpädagog:innen, eine Nennung auf Medienpädagog:in.

¹ Sonstiges: 4x Diplompädagog:in, 3x Erziehungswissenschaftler:in, 3x Politikwissenschaftler:in, 2x Dipl. Verwaltungswirt:in und je eine Nennung für Soziolog:in, Kulturwissenschaftler:in, Kindheitspädagog:in, Touristikassistent:in, Heilerziehungspfleger:in; Gestaltungstechnische Assistenz für Grafik, Fachpädagog:in und Fachkraft für Erziehungshilfe.

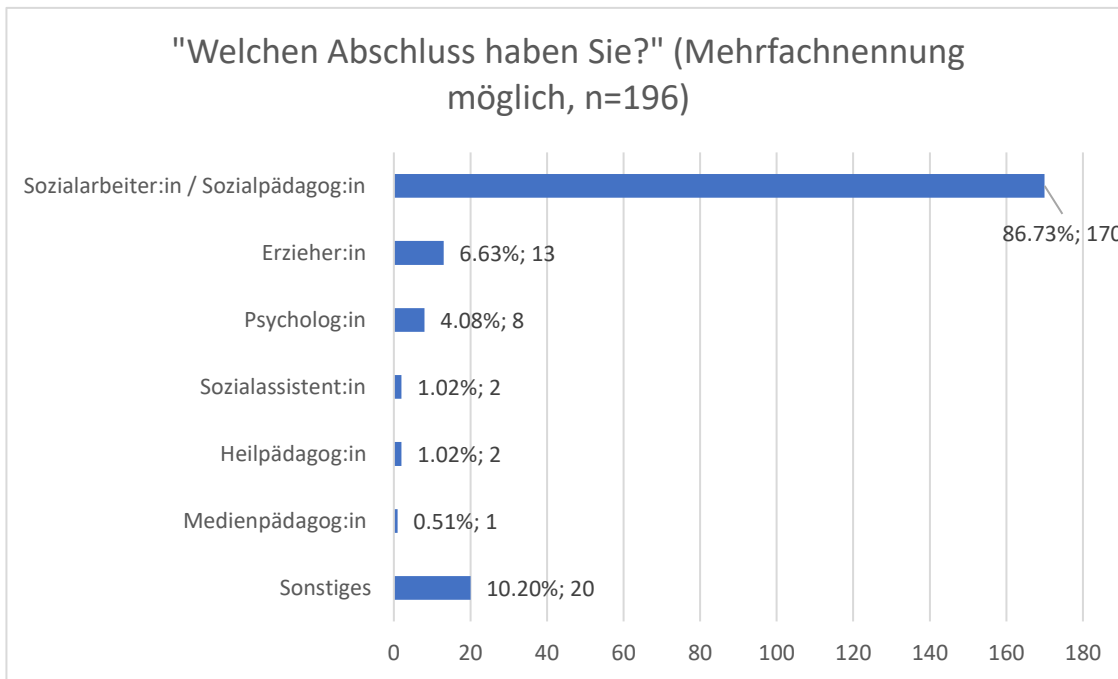


Abbildung 2: Abschluss der Teilnehmenden

2. Tätigkeitsfeld

Von den 196 Befragungsteilnehmenden haben 161 angegeben, „Mitarbeiter:innen oder Teamleiter:innen“ (im Folgenden kurz „Mitarbeiter:innen“) zu sein und 35 haben angegeben, Bereichs-, Angebots- bzw. Einrichtungsleiter:innen (kurz „Leitungen“) zu sein. Der Großteil der Antworten im Fragebogen wurde also von mitarbeitenden Fachkräften gegeben. Beide Gruppen von Teilnehmenden haben spezifische, auf ihr Themenfeld zugeschnittene Fragen bekommen. Fragen, die sich nur an mitarbeitende Fachkräfte richteten werden im Folgenden gekennzeichnet. Sie haben eine Stichprobengröße von n=161. Fragen, die sich nur an die Leitungen richteten haben eine Stichprobengröße von n=35. Fragen, die sich an alle Befragungsteilnehmenden richteten, haben entsprechend eine Stichprobengröße von n=196.

Leistungsfelder, -arten und Spezifika:

Die Leistungsfelder, in denen die Befragten „aktuell überwiegend“ tätig sind, sind überwiegend das Leistungsfeld „Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz (§§11-14 SGB VIII)“ (109 Nennungen, 56%), das Feld „Hilfen zur Erziehung, Eingliederungshilfe, Hilfe für junge Volljährige (§§ 27-41 SGB VIII)“ (45 Nennungen, 23%). 22 Nennungen fallen unter die Kategorie „Sonstiges“. Von diesen 22 Nennungen enthalten 11 Nennungen nähere Angaben (darunter „Förderung von Kindern in Tageseinrichtungen und in Kindertagespflege (§§ 22 bis 26 SGB VIII)“ (5 Nennungen, 2,5%) und Leistungsfeld-übergreifenden Angebote (3 Nennungen, 1,5%) - darunter eine Angabe von einer Leitung und 2 Mitarbeitenden.

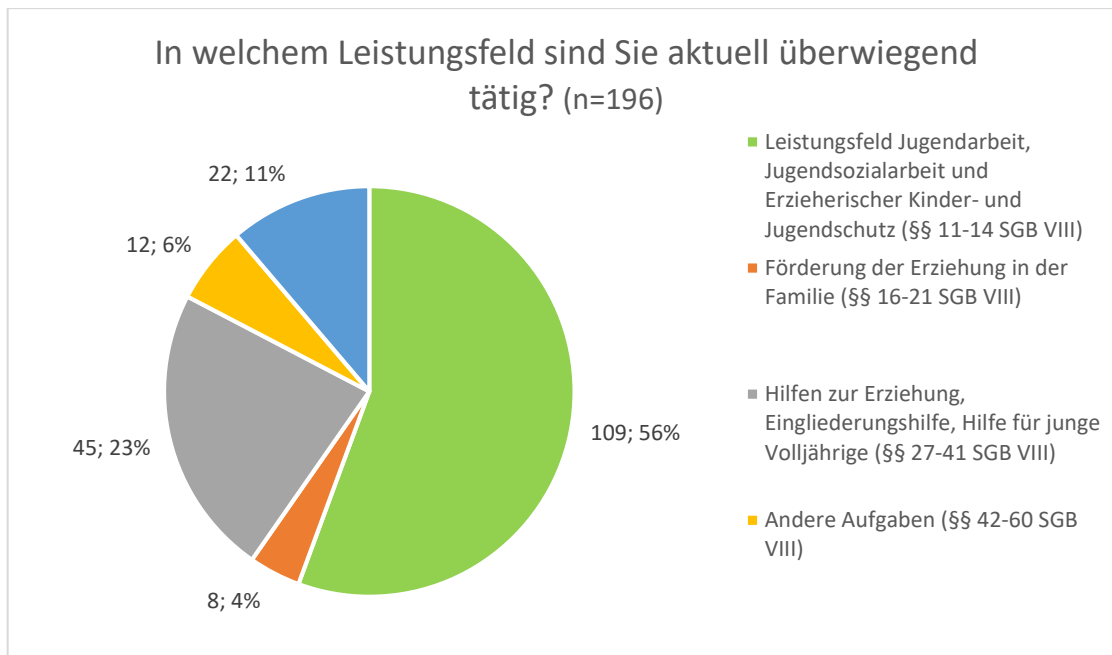


Abbildung 3: Leistungsfeld der Fachkräfte

Für die Leistungsfelder wurden die Leistungsarten & Spezifika zur Untersetzung abgefragt. In den beiden meistgenannten Feldern (Leistungsfeld Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz, §§11-14 SGB VIII sowie Hilfen zur Erziehung, Eingliederungshilfe, Hilfe für junge Volljährige, §§27-41 SGB VIII) waren das Heimerziehung und sonstige betreute Wohnformen einerseits (siehe Abbildung 4) und offene Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und deren Eltern sowie Schulsozialarbeit andererseits (siehe Abbildung 5). Auf Grund der geringen Fallzahlen in den Leistungsarten der weiteren Felder, wurde auf eine Darstellung verzichtet.

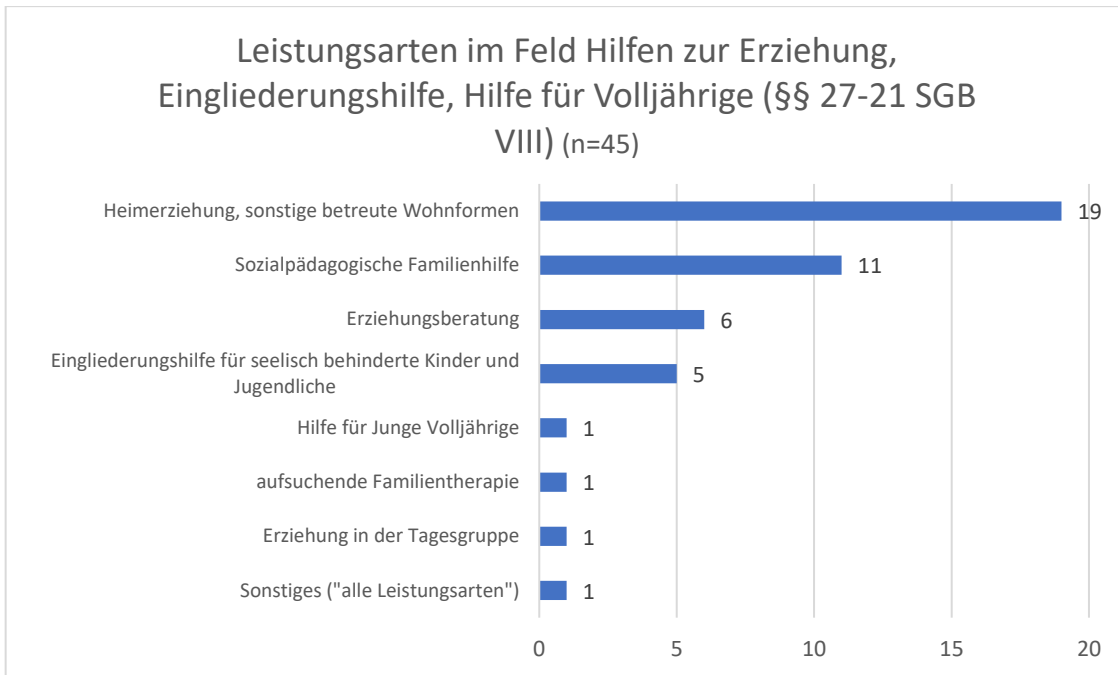


Abbildung 4: Leistungsarten im Feld Hilfen zur Erziehung, Eingliederungshilfe, Hilfe für Volljährige (§§ 27-21 SGB VIII)

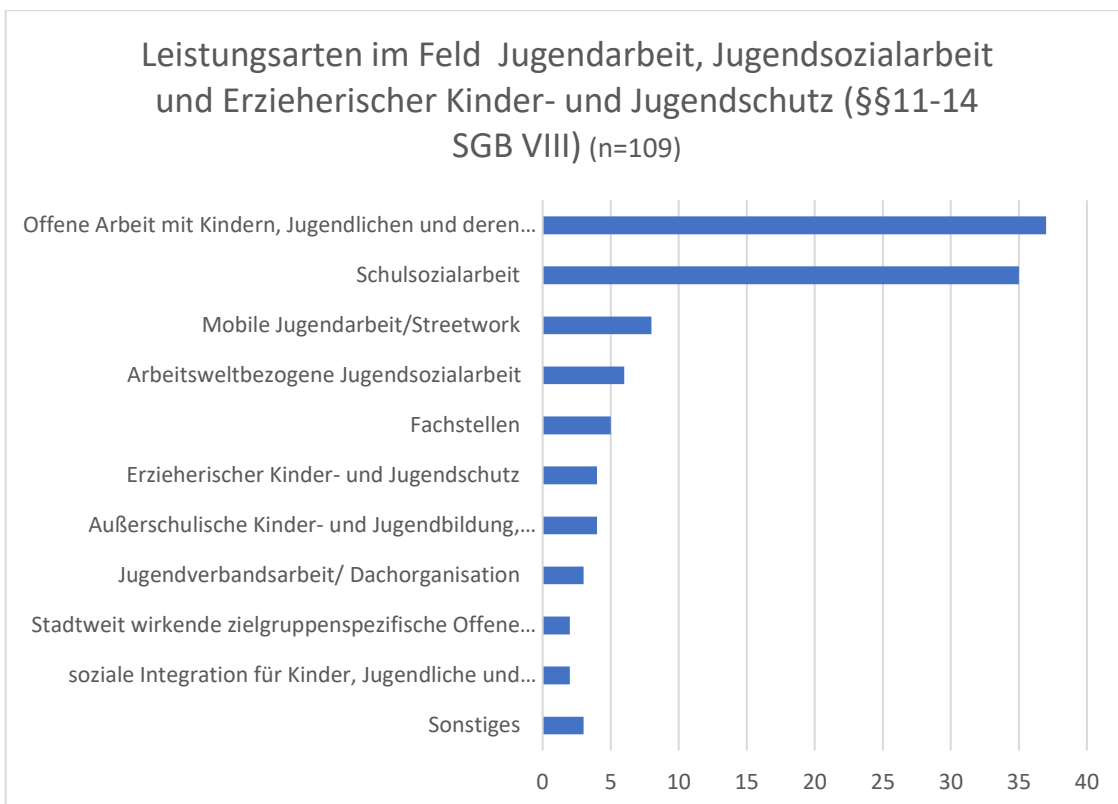


Abbildung 5: Leistungsarten im Feld Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz (§§ 11-14 SGB VIII)

Abbildung 6 zeigt die Konkretisierung der Spezifika der beiden meistgenannten Leistungsarten im Feld „Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz“ – die „offene Arbeit“ und die „Schulsozialarbeit“:

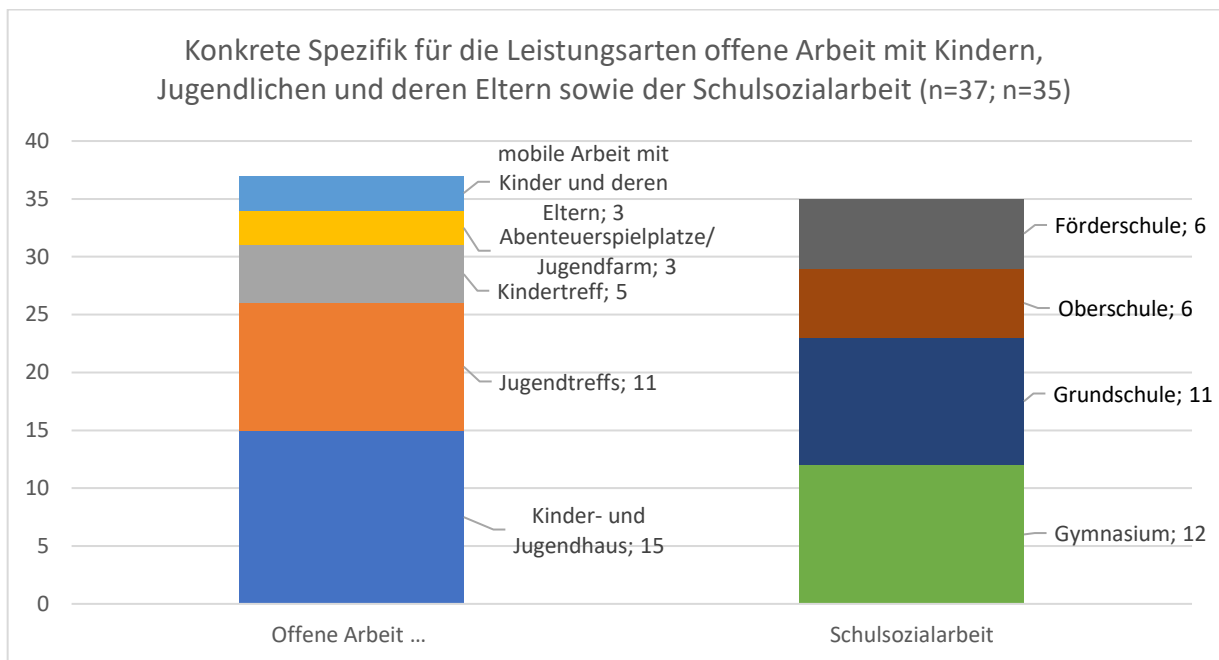


Abbildung 6: Spezifika in den Leistungsfeldern Offene Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und deren Eltern sowie Schulsozialarbeit

Die Leitungen wurden gebeten anzugeben, welche Größe (Anzahl Mitarbeiter:innen) das Angebot bzw. die Einrichtung hat, in dem sie tätig sind. Etwas weniger als die Hälfte der Angaben fielen auf kleine Angebote/Einrichtungen mit 1-3 Mitarbeiter:innen (14 Nennungen, 43 %, aggregiert), etwas mehr als die Hälfte fielen auf größere Einrichtungen/Angebote ab 5 Mitarbeiter:innen (20 Nennungen, 57%).

Insgesamt ist festzustellen, dass sowohl aus allen erfragten Leistungsfeldern, -arten und Spezifika, sowie aus den verschiedenen Angebots- und Einrichtungsgrößen Fachkräfte an der Befragung teilnahmen. Die folgenden Antworten decken insofern eine große Breite des Tätigkeitsfeldes ab, wenn auch nicht alle Bereiche gleichermaßen vertreten sind, sondern insbesondere zwei Leistungsfelder und zwei Leistungsarten bei den Befragten besonders stark vertreten sind.

3. Wirkungskreis

Die Befragungsteilnehmenden wurden nach den Stadträumen gefragt, in denen ihr Angebot hauptsächlich wirkt. Konkret wurden die mitarbeitenden Fachkräfte gefragt, in welchem Stadtraum ihr Hauptarbeitsschwerpunkt liegt. Die leitenden Fachkräfte wurden gefragt, in welchem Stadtraum das größte, vom Jugendamt geförderte, Angebot wirkt. Beide Antworten wurden für die Auswertung zusammengefasst. Die häufigste Nennung ergab mit 56 Antworten „stadtweit“. Unter den einzelnen Stadträumen wurden am häufigsten die Stadträume „16 -

Gorbitz“ (31 Nennungen), „4 - Leipziger Vorstadt und Pieschen“ (29 Nennungen) genannt. Unter sonstiges wurde je zweimal sinngemäß „im Dresdner Umland“ sowie „sachsenweit“ genannt.



Abbildung 7: Wirkungskreis der Fachkräfte nach Stadträumen

Die Wirkungskreise der Befragten erstrecken sich über das gesamte Stadtgebiet – teils durch stadtweit wirkende Angebote selbst, teils durch die spezifischen Wirkungskreise der Angebote in den einzelnen Stadträumen. Kein Stadtraum ist überproportional stark, keiner gar nicht vertreten. Die Befragungsergebnisse decken insofern einen räumlich breiten Wirkungskreis in der gesamten Stadt ab.

Neben der Verortung der Angebote bzw. Einrichtungen wurden die Fachkräfte nach ihrer Vernetzung durch Beteiligung in verschiedenen AGs in der Stadt gefragt. Lediglich 29% gaben an, in keinem Gremium beteiligt zu sein, alle anderen Fachkräfte sind selbst oder mit ihrem Angebot in einem oder mehreren Gremien aktiv. Am häufigsten genannt wurde die Beteiligung in Stadtteilrunden (97 Nennungen), als zweihäufigstes die AG Kinder- und Jugendarbeit (49 Nennungen) sowie die die AG Jugendsozialarbeit (42 Nennungen) als dritthäufigstes Gremium (siehe Abbildung 8). Unter „Sonstiges“ wurden u.a. verschiedene weitere Arbeitsgruppen genannt, darüber hinaus verschiedene Foren, Zirkel, Planungsrunden und Landesarbeitsgemeinschaften (LAG) genannt.

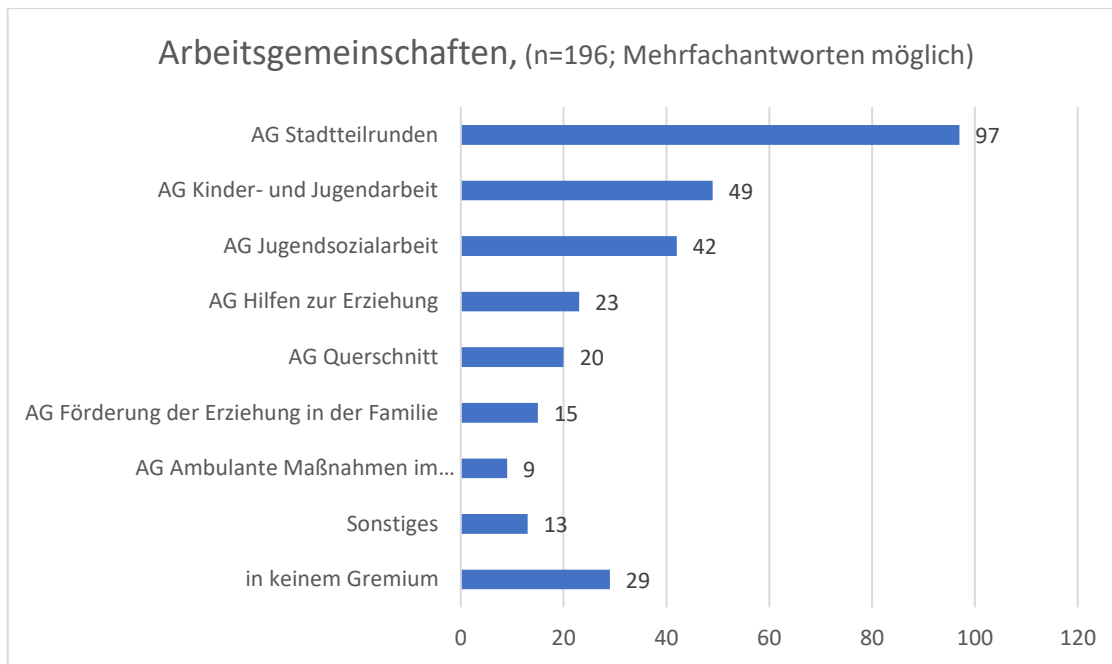


Abbildung 8: Beteiligung der Fachkräfte in Facharbeitsgruppen

In der detailliert angelegten weiteren Erfassung der Facharbeitsgruppen (FAGs) finden sich eher kleinere Anzahlen an Nennungen, außer in der FAG Schulsozialarbeit (insgesamt 26 Nennungen, aufgeteilt in die Untergruppen (UAGs) nach Schulform) sowie in der AG Kinder- und Jugendarbeit mit 15 Nennungen für die FAG Kinder- und Jugendhäuser und 12 Nennungen für die FAG Jugendtreffs.

Die 97 Befragten, die angaben, in Stadtteilrunden beteiligt zu sein, nannten die Stadtteilrunde Cotta (26 Nennungen) am häufigsten. Alle anderen Stadtteilrunden sind mit geringerer Anzahl an Nennungen ebenfalls vertreten. Unter der Antwort „Sonstiges“ wurde formuliert „bei Bedarf alle (auf Abforderung)“.

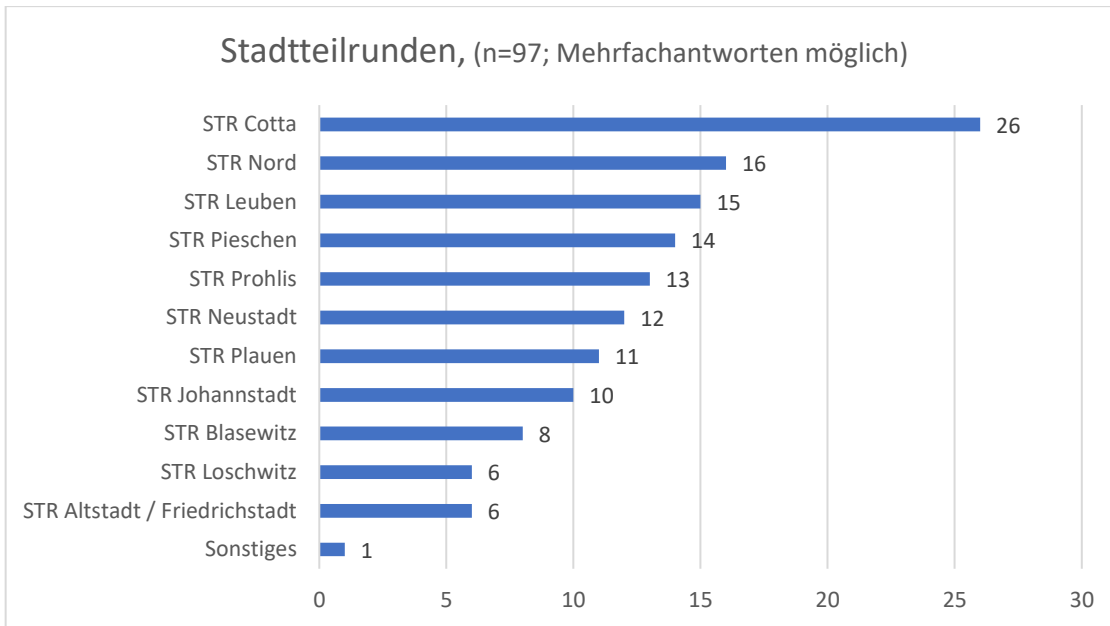


Abbildung 9: Beteiligung der Fachkräfte in den Stadtteilrunden

4. Adressat:innen

Die Adressat:innen der Fachkräfte umfassen alle relevanten Altersgruppen des Tätigkeitsfelds von der frühkindlichen Bildung bis zu den Erwachsenen. Schwerpunkte finden sich im Bereich der „Kinder und Jugendlichen zwischen 7 und 13 Jahren“, der „Jugendlichen zwischen 14 und 18 Jahren“ sowie der „jungen Erwachsenen zwischen 18 und 27 Jahren“. Die am häufigsten genannte Altersgruppe der Adressat:innen ist die der „14-18 Jährigen“.

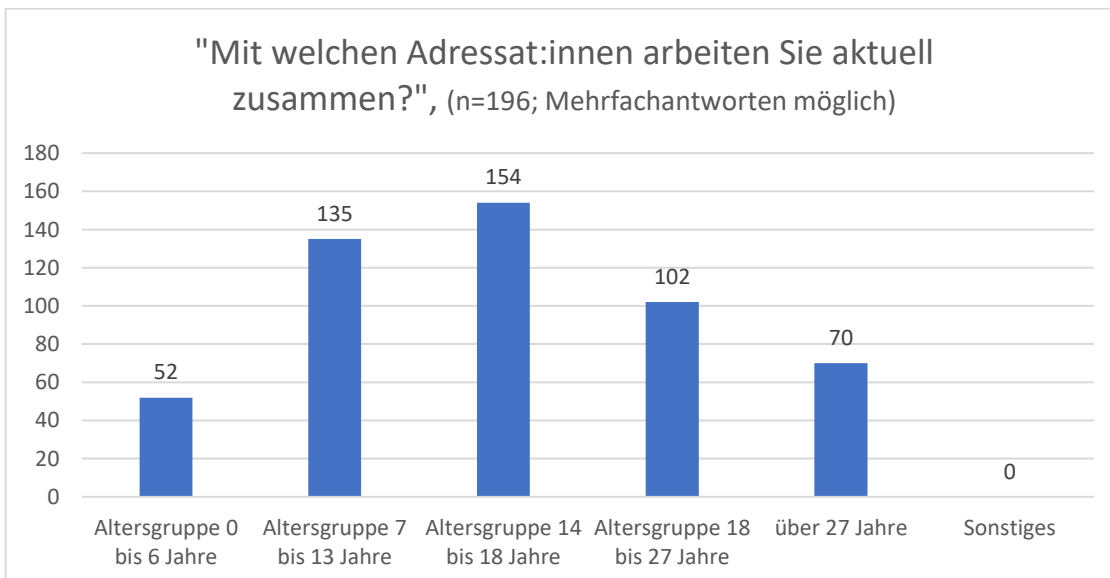


Abbildung 10: Hauptadressat:innen der Fachkräfte

Die Altersgruppe der Erwachsenen wurde hinsichtlich ihrer Rolle als Adressat:innen in „Abbildung 11: Rolle der > 18 Jährigen Adressat:innen“ differenziert. Von den 172 Nennungen für die Altersgruppe der 18 bis 27-Jährigen sowie der über 27-Jährigen überwiegen die Angaben „als junge Erwachsene“ oder „als Eltern“ auf². Unter der Kategorie „Sonstiges“ wurden Fachkräfte (5 Nennungen), Lehrer:innen (2 Nennungen), Helfende (2 Nennungen) sowie Betroffene/Geschädigte (2 Nennungen) genannt.

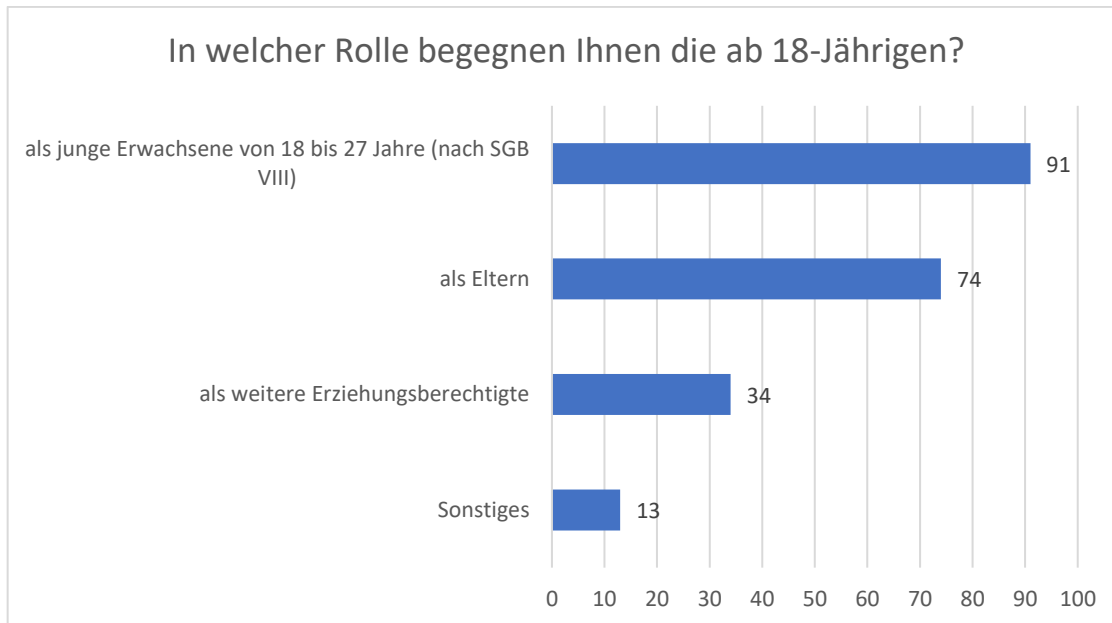


Abbildung 11: Rolle der > 18 Jährigen Adressat:innen

In einer weiteren Frage wurde erhoben, ob Fachkräfte Maßnahmen für andere Fachkräfte anbieten. Dies bejahen 32% der mitarbeitenden und 40% der leitenden Fachkräfte.

5. Maßnahmen (aus Sicht der leitenden Fachkräfte)

Die leitenden Fachkräfte wurden nach der Konzeption und Umsetzung medienpädagogischer Maßnahmen gefragt. Etwas mehr als die Hälfte der leitenden Fachkräfte (18 Nennungen, 51%) gibt an, aktuell bereits medienpädagogische Maßnahmen wie Beratung oder Projektarbeit umzusetzen. Von den 16 Fachkräften, die angaben, aktuell noch keine medienpädagogischen Maßnahmen anzubieten, führten als Gründe an „es fehlt am fachlichen Wissen dazu“ (8 Nennungen, 50%), „Sonstiges“ (6 Nennungen, 38%) und „ist im Arbeitsalltag nicht relevant“ (2 Nennungen, 13%).

² Die Stichprobengröße für diese Differenzierung der 172 Nennungen ist n=116, da Mehrfachnennungen möglich waren. Die 172 Nennungen wurden von 116 Fachkräften gegeben.

Bieten Sie aktuell schon medienpädagogische Maßnahmen wie Beratung oder Projektarbeit für Ihre Adressat:innen an? (n=35)

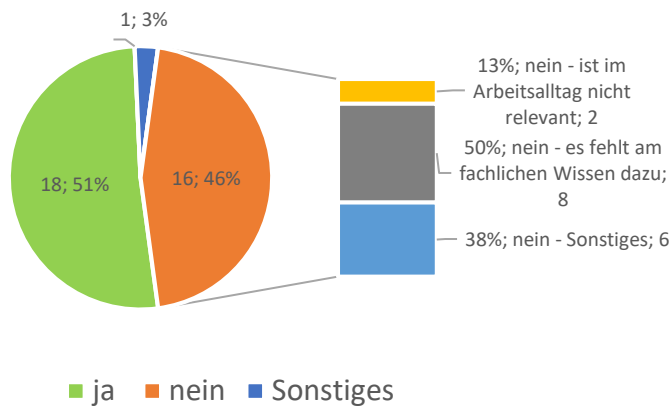


Abbildung 12: Angebot medienpädagogischer Maßnahmen (N=35?)

Umgesetzt werden die medienpädagogischen Maßnahmen in allen Fällen vom eigenen pädagogischen Personal. In einigen Fällen werden zusätzlich weitere Fachkräfte herangezogen (siehe Abbildung 13).

Wer setzt medienpädagogische Maßnahmen um? (n=16, Mehrfachantworten möglich)

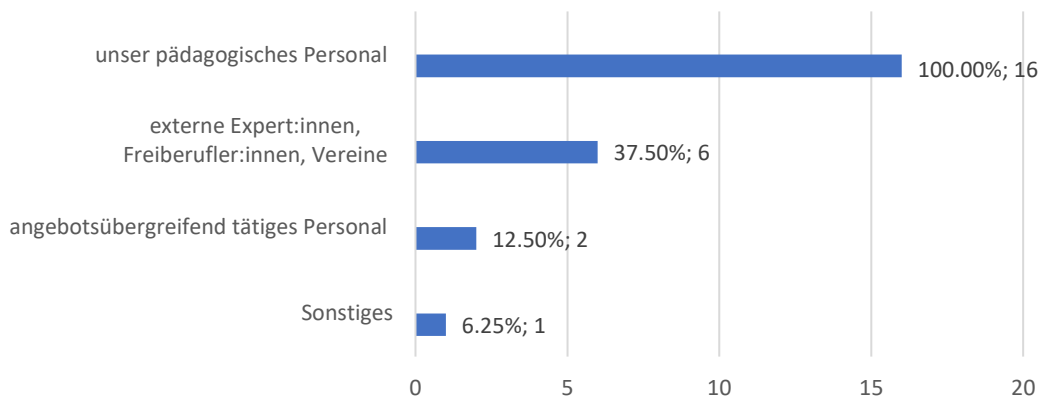


Abbildung 13: Umsetzende Fachkräfte medienpädagogischer Maßnahmen

Mit hoher Wahrscheinlichkeit erfolgen die meisten der umgesetzten Angebote ohne ein medienpädagogisches Konzept für das Angebot/die Einrichtung (siehe unten: Ausführungen zu Abbildung 16: Vorhandensein eines medienpädagogischen Konzepts für die Angebote/die Einrichtung der leitenden Fachkräfte). Dabei wird die Relevanz eines solchen Konzepts für das geförderte Angebot von mehr als der Hälfte der leitenden Fachkräfte als „hoch“ bis „eher hoch“ eingeschätzt. Nur 11%

der leitenden Fachkräfte schätzen die Relevanz eines medienpädagogischen Konzepts als niedrig oder eher niedrig ein.

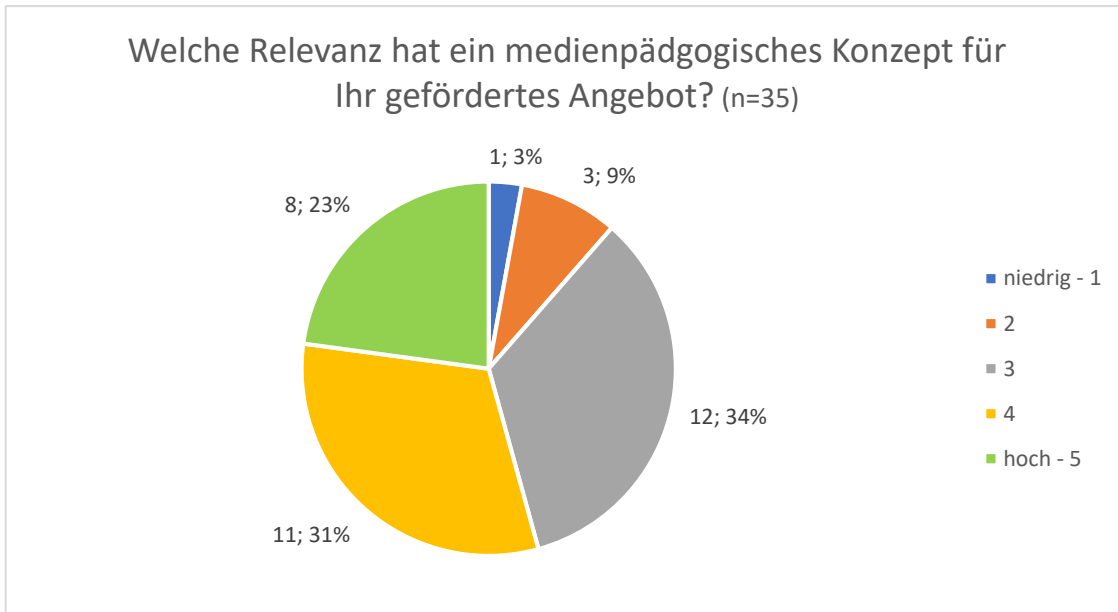


Abbildung 14: Relevanz medienpädagogisches Konzept für gefördertes Angebot

Die 18 Befragten, die angaben, dass bereits medienpädagogische Maßnahmen umgesetzt werden, führten die Form dieser Angebote weiter aus. Es überwiegen niedrighschwellige individuelle Unterstützungs- und Beratungsangebote (14 Nennungen), bedarfsspezifische Einzelmaßnahmen (13 Nennungen) und Infomaterialien (11 Nennungen). Regelmäßige und in sich abgeschlossene Maßnahmen sind mit einem knappen Drittel bzw. einem Viertel der Nennungen weniger vertreten.

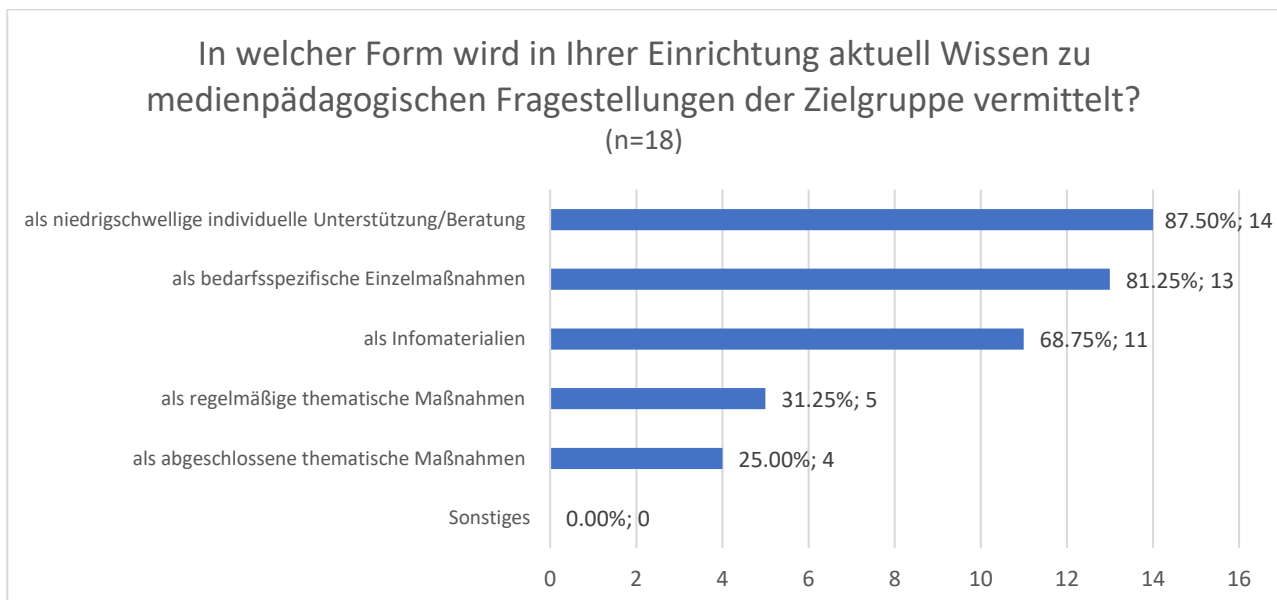


Abbildung 15: Aktuelle Vermittlungsformen medienpädagogischer Maßnahmen (N=18)

Über ein medienpädagogisches Konzept für ihre Einrichtung bzw. ihr Angebot verfügen lediglich 2 der befragten Einrichtungen/Angebote. Bei 13 Einrichtungen ist ein solches Konzept in Erarbeitung, bei 20 Einrichtungen gibt es kein medienpädagogisches Konzept.

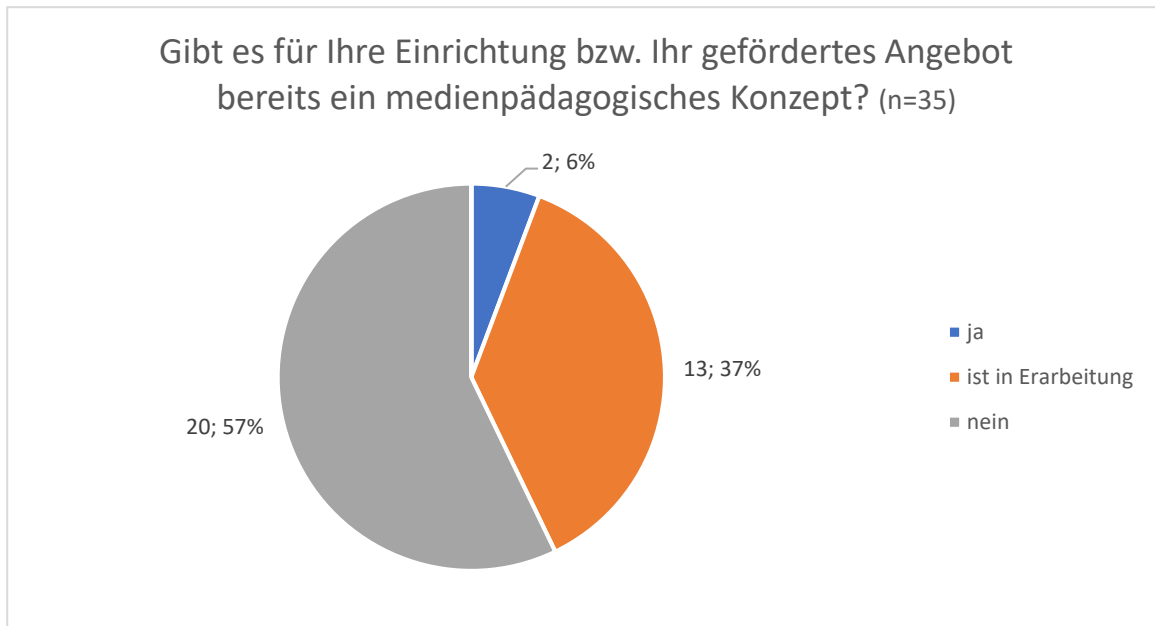


Abbildung 16: Vorhandensein eines medienpädagogischen Konzepts für die Angebote/die Einrichtung der leitenden Fachkräfte

Von den beiden Einrichtungen, die ein medienpädagogisches Konzept haben, wurde jeweils einmal angegeben: „Es existiert ein angebotsbezogenes medienpädagogisches Konzept“ und „Medienpädagogische Themen sind im Angebotskonzept verankert“.

Besonderen Bedarf sehen die leitenden Fachkräfte für ihr Angebot/ihre Einrichtungen in fast allen medienpädagogischen Themenstellungen. Abbildung 17 zeigt einen hohen Bedarf an medienpädagogischen Maßnahmen für die Adressat:innen. Mit über 80% der Nennungen stehen an erster Stelle der Jugendmedienschutz, altersgerechte Mediennutzung und der sichere Umgang in sozialen Netzwerken. Mit weniger Nennungen folgen verschiedene spezifische medienpädagogische Themen, die das gesamte Themenfeld der Medienpädagogik abdecken. Selbst die drei am wenigsten genannten Bereiche (Pornographie, Sexting, Cybergrooming) werden von um die 40% genannt und sind immer noch als relevanter Bedarf einzustufen.

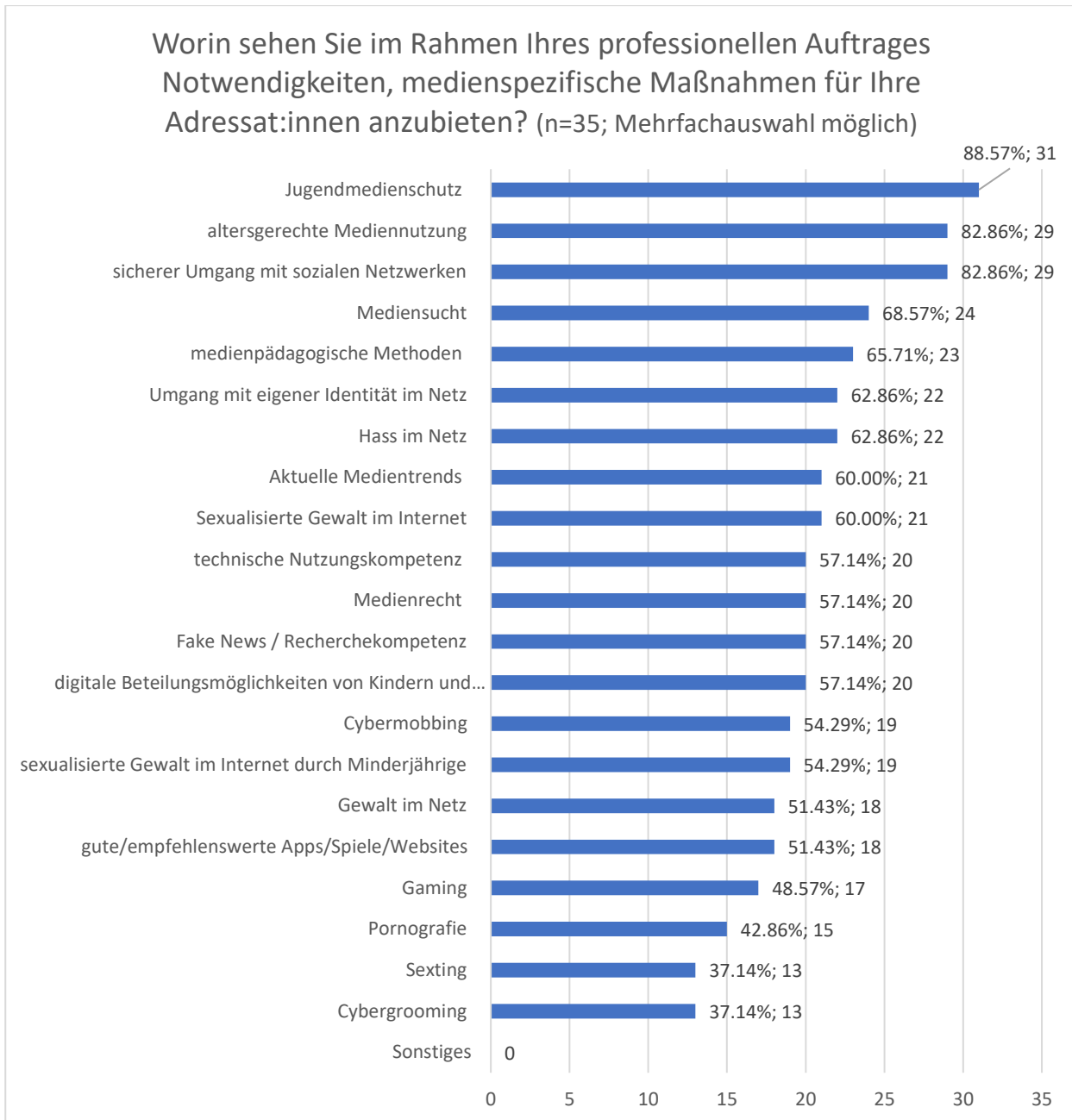


Abbildung 17: Bedarf an medienpädagogischen Maßnahmen

Die Einschätzung der leitenden Fachkräfte zu notwendigen medienpädagogischen Maßnahmen wird nachfolgend noch mit den Aussagen der mitarbeitenden Fachkräfte zu ihrem Fortbildungsbedarf (vgl. Abbildung 25) sowie zu den medienpädagogischen Fragestellungen, die in den letzten 40 Tagen seitens der Adressat:innen an die Fachkräfte herangetragen wurden (vgl. Abbildung 39), zusammengefasst werden. Hier sind große Überschneidungen in der Einschätzung und der Praxis zu erkennen.

Sieben leitende Fachkräfte gaben an, mit anderen Angeboten (der Kinder- und Jugendhilfe) für medienpädagogische Maßnahmen zu kooperieren. Der Großteil der Angebote/Einrichtungen

kooperiert nicht mit anderen Angeboten, eine ausgeprägte Vernetzung ist in diesem Bereich nicht festzustellen.

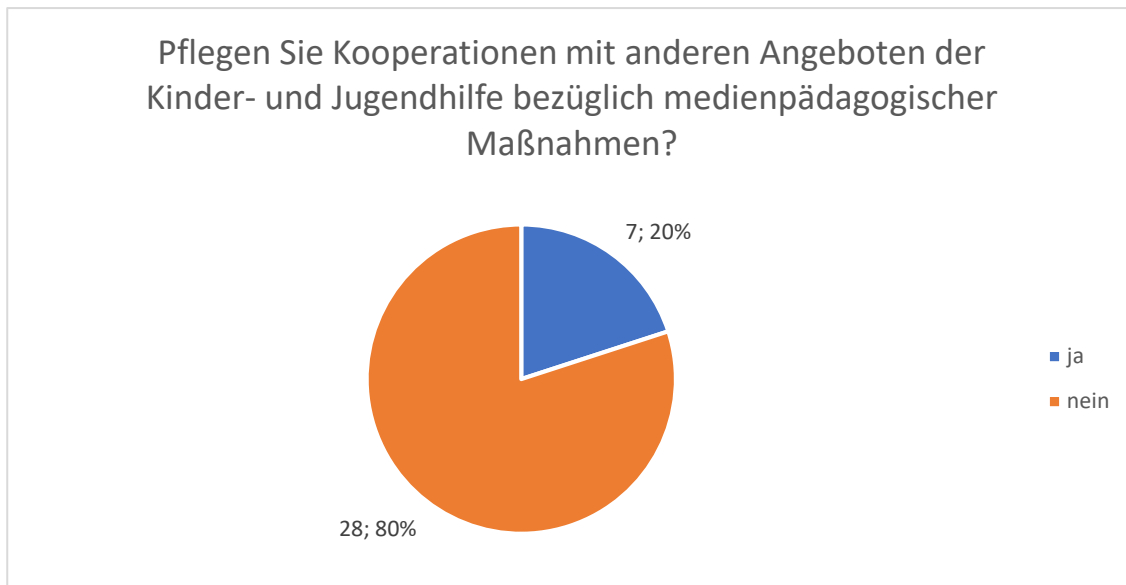


Abbildung 18: Kooperationen für medienpädagogische Maßnahmen

Die 7 Befragten, die die Frage nach Kooperationen bejahten, nannten folgende Partner:

- [Medienkulturzentrum Dresden e.V.](#) (3x)
- [GESOP](#) (2x)
- [Medienwerkstatt Dresden e.V.](#) (2x)
- „im Rahmen unserer deutschlandweit vernetzten Verbandsarbeit“
- [Digitale Helden](#)
- [Polizei](#)

Interpretation 1: Maßnahmen

Mehr als die Hälfte der Angebote/Einrichtungen bietet aktuell medienpädagogische Maßnahmen an. Gleichzeitig geben nur zwei der 35 „Leitungen“ an, dass ihr Angebot/ihre Einrichtung über ein medienpädagogisches Konzept verfügt. Bei 37% der Einrichtungen befindet sich ein solches Konzept in Erarbeitung. Über die Hälfte der Einrichtungen hat noch kein medienpädagogisches Konzept zur Verfügung, obwohl ein medienpädagogisches Konzept für das Angebot/die Einrichtung als relevant angesehen wird. Die bereits angebotenen medienpädagogischen Maßnahmen sind überwiegend individuelle und bedarfsspezifische Einzelmaßnahmen, die dementsprechend überwiegend ohne zugrunde gelegtes angebots- oder einrichtungsbezogenes medienpädagogisches Konzept umgesetzt werden.

In Angeboten/Einrichtungen, in denen noch keine medienpädagogischen Maßnahmen umgesetzt werden, liegt der Grund in 50% der Fälle in fehlendem fachlichem Wissen. Das entspricht der Einschätzung der leitenden Fachkräfte, dass umgesetzte medienpädagogische Maßnahmen überwiegend vom eigenen Personal angeboten werden. Entsprechend stimmig ist das Nichtumsetzen medienpädagogischer Maßnahmen, wenn das eigene Personal

medienpädagogische Maßnahmen aufgrund von fehlendem medienpädagogischem Fachwissen nicht umsetzen kann. Einen hohen Bedarf an medienpädagogischen Maßnahmen sehen die leitenden Fachkräfte hingegen in allen medienpädagogischen Themenfeldern. Die Lücke zwischen dem von den Fachkräften gesehenen Bedarf und der Handlungsfähigkeit der Fachkräfte in den Angeboten/Einrichtungen kann entsprechend als (sehr) groß interpretiert werden. Auch Kooperationen mit anderen Angeboten der Kinder- und Jugendhilfe können diese Lücke aktuell nicht schließen, da nur in wenigen Fällen solche Kooperationen gepflegt werden. Angesichts der Breite der oben genannten Bedarfe in medienpädagogischen Maßnahmen erscheint die geringe Kooperation mit anderen Angeboten der Kinder- und Jugendhilfe wenig. Angesichts des genannten hohen Bedarfs an medienpädagogischen Maßnahmen und der inhaltlichen Vielfalt der Bedarfe scheint eine Umsetzung ohne externe Kooperationspartner nicht flächendeckend möglich.

Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 1: Maßnahmen

Die Fachstelle kann und sollte auf allen der hier genannten Ebenen der Maßnahmen unterstützen:

- Auf der Ebene der konkreten Maßnahmen könnte und sollte die Fachstelle mit den Angeboten/Einrichtungen in Austausch darüber treten, inwiefern es sinnvoll ist, systematische und regelmäßige Angebote umzusetzen. Diese Angebote könnten in Ergänzung der individuellen Maßnahmen präventiv wirken und akute Maßnahmenbedarfe auffangen.
- Auf der Ebene des medienpädagogischen Konzepts für ein Angebot/eine Einrichtung sollte die Fachstelle die leitenden Fachkräfte in der Erarbeitung eines solchen Konzepts unterstützen. Wünschenswert wäre die Zugrundelegung eines medienpädagogischen Konzepts für alle Einrichtungen, die medienpädagogisch arbeiten (möchten) und bisher über noch kein medienpädagogisches Konzept verfügen. Ein solches Konzept könnte Maßnahmen, die schon aktuell durchgeführt werden, absichern und weitere Angebote aufbauen helfen. Des Weiteren würde ein medienpädagogisches Konzept die Angebote qualifizieren und die durchführenden Fachkräfte bei der Planung und Umsetzung der Angebote entlasten.
- Auf der Ebene der Kooperationen könnte die Fachstelle im Dialog mit den Angeboten und den Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe nach Hindernissen fragen, die Kooperationen mit anderen Angeboten der Kinder- und Jugendhilfe im Wege stehen. Bestenfalls kann die Fachstelle Angebote zum Abbau dieser Hindernisse erarbeiten, darüber hinaus selbst als Kooperationspartner auftreten oder weitere Kooperationen vermitteln.

Mögliche Kooperationspartner sind:

Ausländerrat Dresden e.V.	Internationales Begegnungszentrum ; Heinrich-Zille- Str.6; 01219 Dresden	0351/436370; info@auslaenderr at.de	https://www.auslaenderrat.de/
AWO Fachstelle zur Prävention sexualisierter Gewalt gegen Kinder und Jugendliche "Shukura"	Königsbrücker Str. 62; 01099 Dresden	0351/4784444; shukura@awo- kiju.de	https://www.awo-shukura.de/
CrossMedia Tour e.V.	Kraftwerk Mitte 3; 01067 Dresden	0351/21296847; info@crossmedia tour.de	https://crossmediatour.de/
Der Kinderschutzbund Ortsverband Dresden	Lili-Elbe-Str. 7; 01307 Dresden	0351/4569330; info@dksb- dresden.de	https://www.kinderschutzbund-dresden.de/
Elternbegleitung Dresden	Radeberger Weg 20b; 01108 Dresden	0351/88969046; info@elternbegle itung-dresden.de	https://elternbegleitung-dresden.de/
Fach- und Koordinierungsstell e für die Arbeit mit Mädchen* und jungen Frauen* Dresden	Hoyerswerdaer Str. 22; 01099 Dresden	0351/32029662; fachstelle@maed chenarbeit- dresden.de	https://www.fachstelle-maedchenarbeit-dresden.de/
Fantasia Dresden e.V.	Kraftwerk Mitte 3; 01067 Dresden	info@fantasia- dresden.de	https://www.fantasia.dresden.de/
Frauen- und Mädchen- Gesundheitszentru m MEDEA e.V.	Dürerstraße 99; 01307 Dresden	0351/8495679; fmgz@medea- dresden.de	https://medea-dresden.de/

Gerede e.V. Verein für sexuelle und geschlechtliche Vielfalt	Prießnitzstraße 18; 01099 Dresden	0351/8022251; kontakt@gerede-dresden.de	https://gerede-dresden.de/
GESOP Dresden	Fetscherstraße 32/34; 01307 Dresden	0351/314699870; info@gesop-dresden.de	https://www.gesop-dresden.de/
Interventions- und Präventionsprogramm (IPP)	Schießgasse 7; 01067 Dresden	0351/4832299; ipp@dresden.de	https://jugendgerichtshilfe.dresden.de/de/ueber-uns/interventions-praeventionsprogramme.php
Jugendamt Dresden (Enderstraße)	Enderstraße 59; 01277 Dresden	0351/4884741; jugendamt@dresden.de	https://www.dresden.de/de-light/stadtverwaltung/aemter/jugendamt.php
Jugendhilfe im Strafverfahren Dresden (JuhIS)	Königsbrücker Str. 8; 01099 Dresden	0351/4887511; jugendgerichtshilfe@dresden.de	https://jugendgerichtshilfe.dresden.de/de/
JugendInfoService Dresden	Budapester Str. 30; 01069 Dresden	0351/4885672; mmatzanke@dresden.de	https://jugendinfoservice.dresden.de/de/
Mobile Jugendarbeit Dresden-Süd e.V.	Bernhardstraße 12; 01069 Dresden	0151/54864290; jts@mobsued.de	https://www.mobsued.de/jugendtreff-suedvorstadt
Kinder- und Jugendbüro Dresden	Rotheburger Str. 26; 01099 Dresden	0351/27550290; post@kijubdd.de	https://kijubdd.de/
Kinder.Medien.Eck KieSeL	Wölfnitzer Ring 2; 01169 Dresden	0351/65317038; mail@kiesel-dresden.de	https://kiesel-dresden.de/
Koordinierungsstelle Medienbildung	Kraftwerk Mitte 3; 01067 Dresden	0351/21296865; info@ksm-sachsen.de	https://medienbildung.sachsen.de/koordinierungsstelle-medienbildung-3972.html

Kulturbüro Dresden	Büro für freie Kultur- und Jugendarbeit e.V.; Schweizer Str. 32; 01069 Dresden	0351/40766240; info@kulturbuero-dresden.de	https://kulturbuero-dresden.de/
Landesjugendamt Sachsen/Chemnitz	Carola Straße 7a; 09111 Chemnitz	0371/24031101; landesjugendamt@lja.sms.sachsen.de	https://www.landesjugendamt.sachsen.de/
Männernetzwerk Dresden e.V.	Schwepnitzer Str. 10; 01097 Dresden	0351/7966348;	https://www.mnw-dd.de/
Objektiv e.V.	Kraftwerk Mitte 3; 01067 Dresden	0351/21719847; info@objektiv-dresden.de	https://www.objektiv-dresden.de/
Politischer Jugendring Dresden e.V.	Reckestraße 1; 01187 Dresden	0351/4706476; mail@pjr-dresden.de	https://pjr-dresden.de/
Zentralbibliothek, Städtische Bibliotheken Dresden	Schloßstraße 2; 01067 Dresden	0351/8648233; zentralbibliothek@bibodresden.de	https://www.bibodresden.de/de/standorte/zentralbibliothek.php

6. Qualifizierungsbedarfe (aus Sicht der mitarbeitenden Fachkräfte)

74 (46%) der Befragten 161 mitarbeitenden Fachkräfte gaben an, bereits an einer medienpädagogischen Fortbildung teilgenommen zu haben. Die Hälfte der Fachkräfte (81) hat noch nie an einer Fortbildung zu medienpädagogischen Themen teilgenommen.

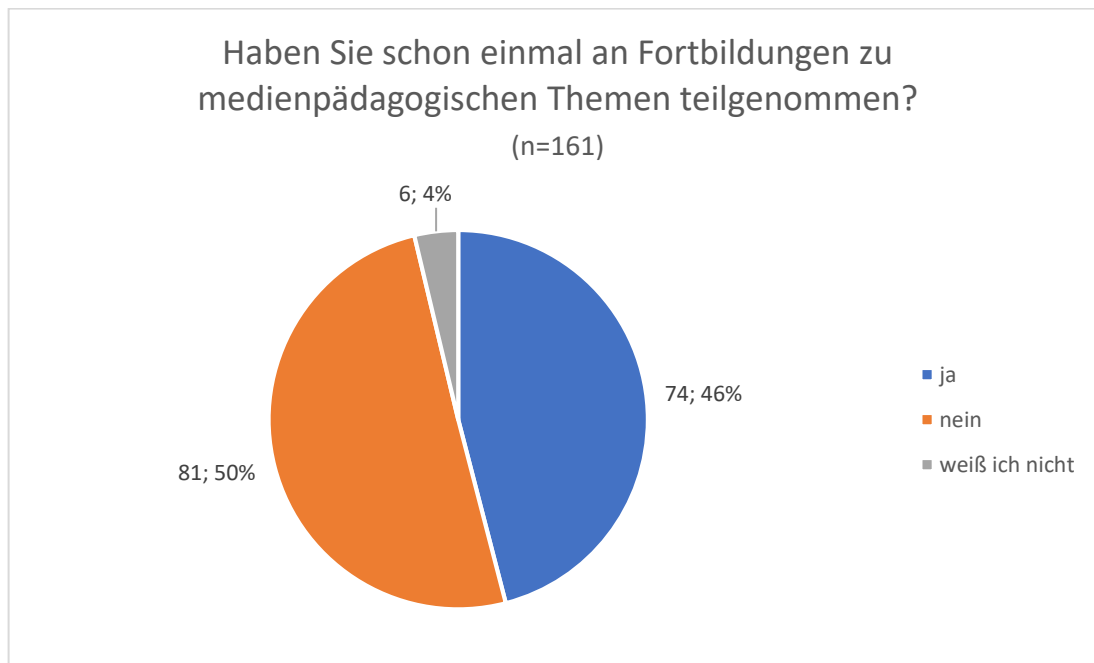


Abbildung 19: Fortbildungsteilnahme bisher

Betrachtet man die bisherige Teilnahme an Fortbildungen differenziert nach Leistungsfeld in dem die Fachkräfte arbeiten³, kann festgestellt werden, dass insbesondere Fachkräfte aus dem Leistungsfeld Jugendarbeit (56 %) häufiger als Fachkräfte aus anderen Leistungsfeldern angaben, bereits an Fortbildungen teilgenommen zu haben (siehe Abbildung 20).

³ Zur Untersuchung des möglicherweise unterschiedlichen Antwortverhaltens der Fachkräfte in Abhängigkeit des jeweiligen Leistungsfeldes, ließen sich auf Grund des Rücklaufes drei Gruppen bilden, die einen entsprechenden Vergleich ermöglichen: (1) das Leistungsfeld „Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz, §§11-14 SGB VIII“ (98 Befragte), (2) das Leistungsfeld „Hilfen zur Erziehung, Eingliederungshilfe, Hilfe für junge Volljährige, §§27-41 SGB VIII“ (28 Befragte) und (3) „alle anderen“ Befragten (n=36), da die Fallzahlen in den weiteren Leistungsfeldern für eine Auswertung zu niedrig waren (siehe auch Abbildung 3). In den Abbildung 20, Abbildung 29 und Abbildung 37 ist jeweils noch der Durchschnitt aller Befragten in Blau angegeben, Abweichungen einzelner Gruppen von diesem Durchschnittswert in einzelnen Antworten lassen entsprechend Rückschlüsse auf Unterschiede in den Arbeitsfeldern zu.

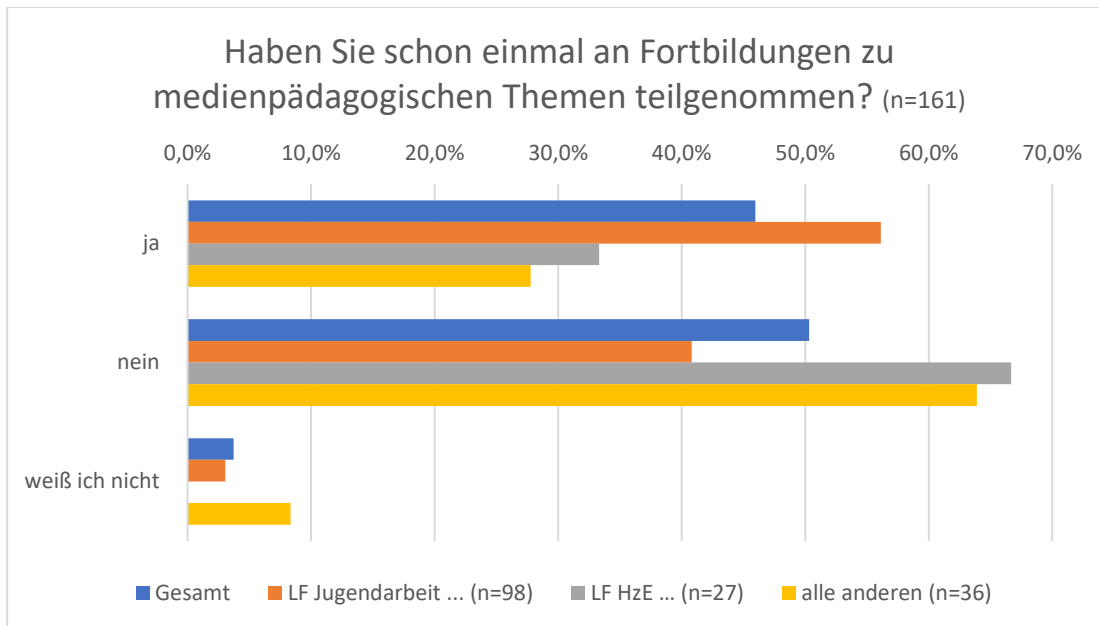


Abbildung 20: Fortbildungsteilnahme bisher nach Leistungsfeld

Die 74 Teilnehmenden, die bereits an mindestens einer Fortbildung teilgenommen haben, wurden um detailliertere Angaben zu ihrer letzten Fortbildung gebeten. Die Dauer der letzten Fortbildung war in den meisten Fällen eine kurze bis max. eintägige Fortbildungsveranstaltung (53 Nennungen, 71%). Mehrtägige und über einen längeren Zeitraum stattfindende Fortbildungsveranstaltungen nehmen einen Anteil von nur 22% der letzten Fortbildungen ein.

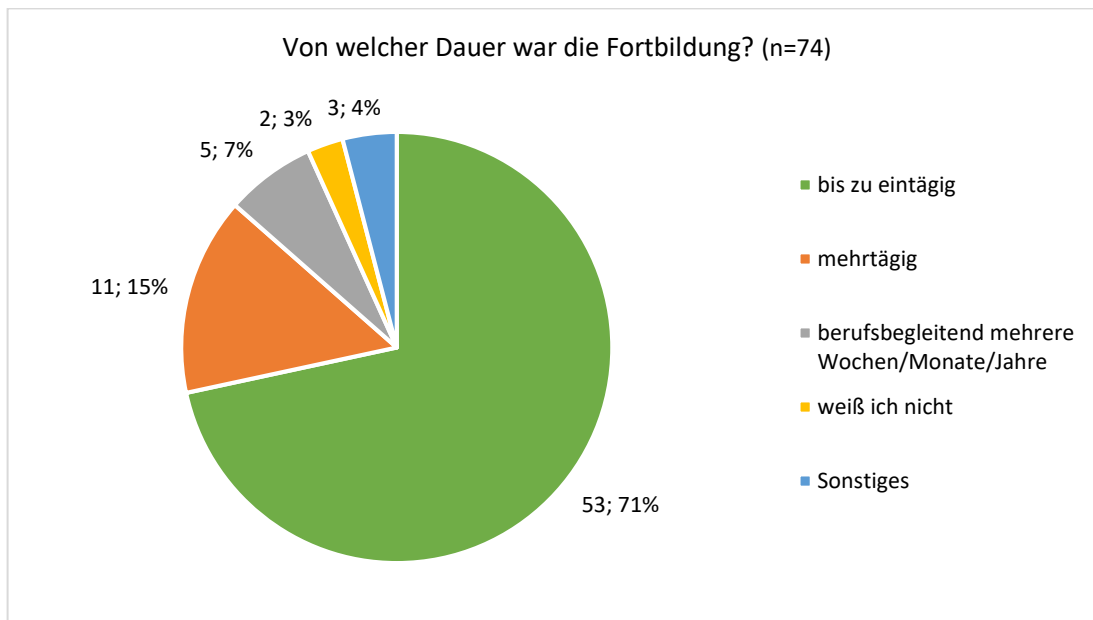


Abbildung 21: Format bisheriger Fortbildung

Die Nennungen der Themen der letzten Fortbildung verteilen sich auf ein breites thematisches Spektrum. Am häufigsten, mit deutlichem Abstand, wird das Meta-Thema „medienpädagogische

Methoden“ genannt, gefolgt von den Themen „altersgerechte Mediennutzung“, „Medienrecht“, „aktuelle Medientrends“ und „Pornografie“.

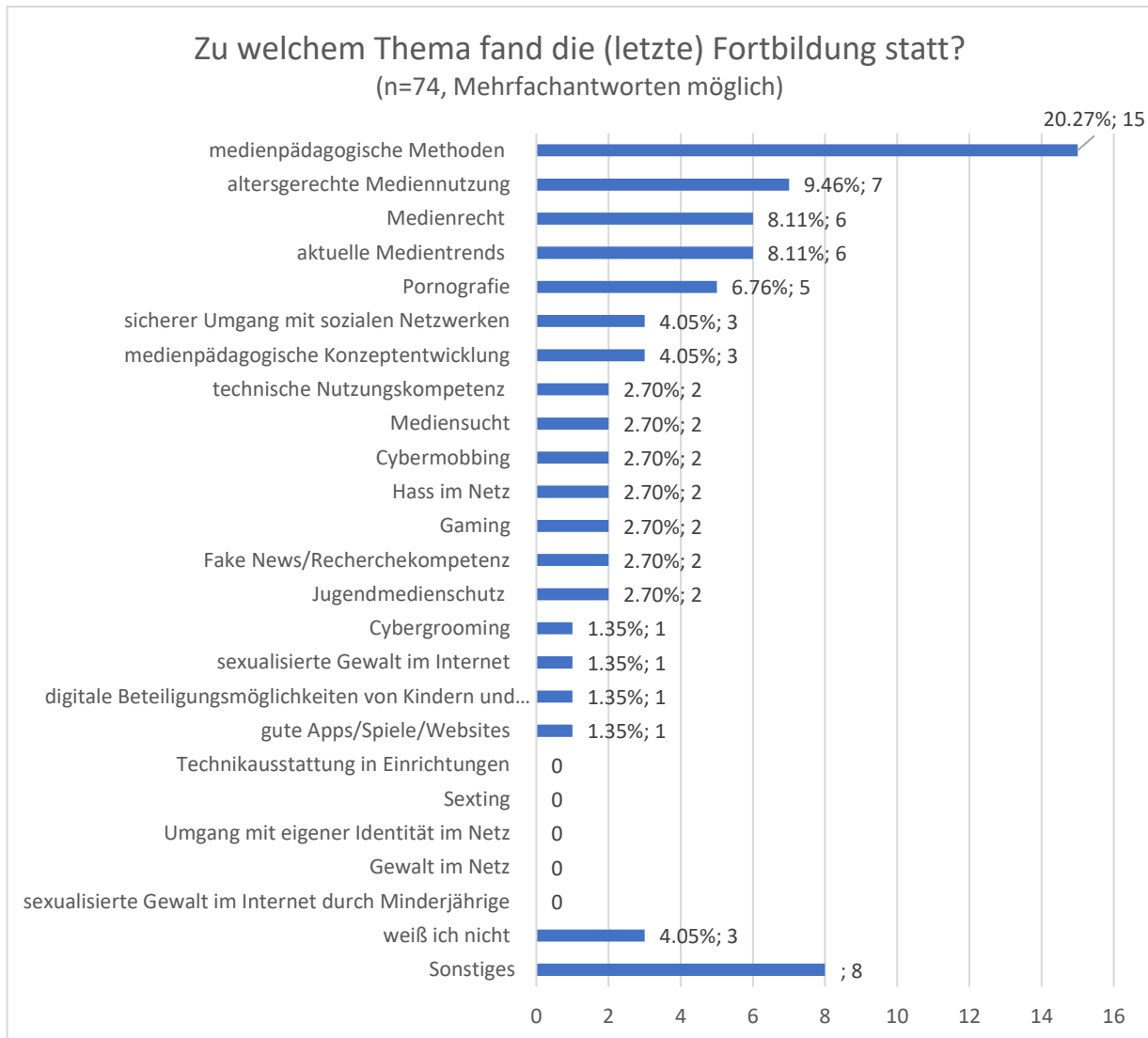


Abbildung 22: Thema der letzten Fortbildung

Prinzipiell zeigen die Befragten ein sehr hohes bis hohes Interesse an medienpädagogischen Themen (83%) und wünschen sich geeignete Fortbildungsangebote (82%). Gleichzeitig geben 62% der Fachkräfte an, in ihrer Arbeit keine oder kaum medienpädagogische Inhalte umzusetzen und 52% der Fachkräfte fühlen sich im Umgang mit Medien nicht oder wenig sicher.

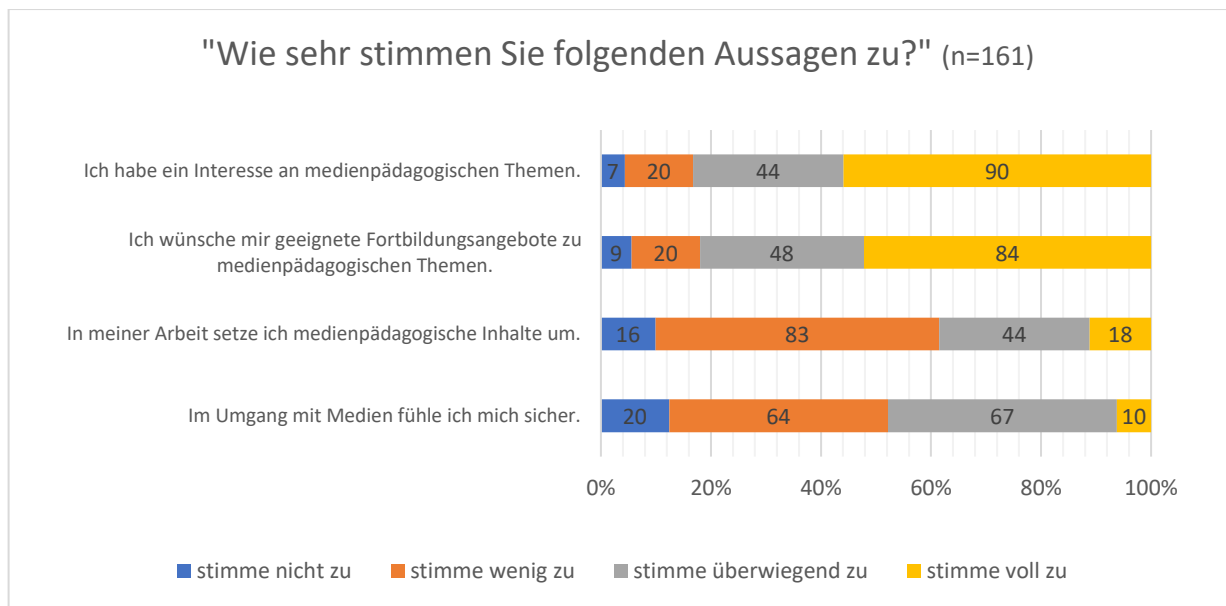


Abbildung 23: Aussagen der Fachkräfte zum eigenen Bezug zu medienpädagogischen Themen

Die Fachkräfte sehen sowohl für sich als auch für die Kolleg:innen in ihrem Team einen mittleren bis höheren oder hohen Fortbildungsbedarf. Für die Kolleg:innen im Team sehen sie nochmal einen etwas höheren Bedarf als für sich selbst (Werte 3 bis 5, 85,7%).

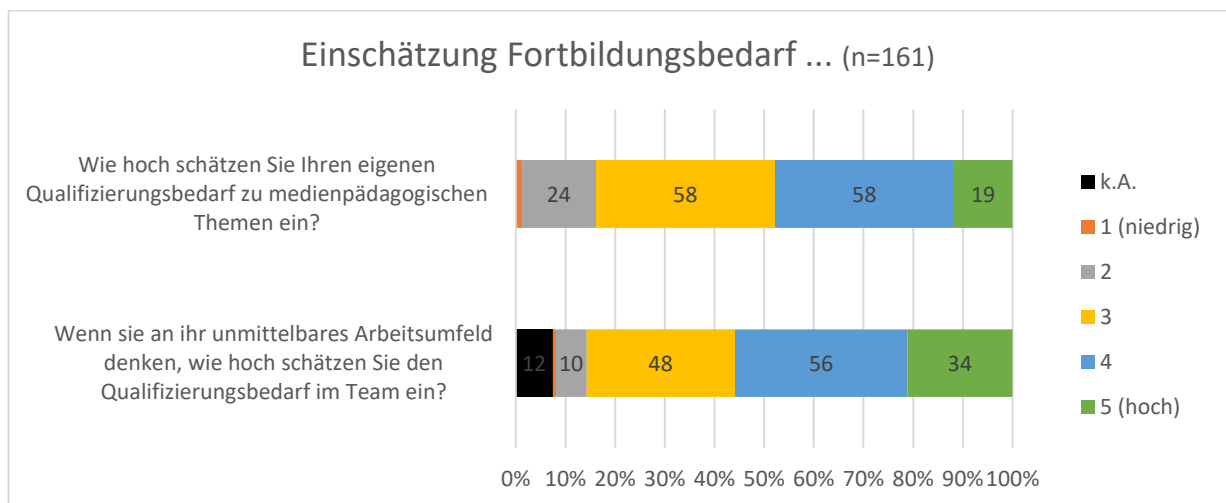


Abbildung 24: Einschätzung des eigenen und den Fortbildungsbedarfs im Team

Inhaltlich ist der Fortbildungsbedarf wiederum vielfältig und deckt die ganze Palette medienpädagogischer Inhalte ab. Der stärkste Bedarf wird von den Fachkräften in Meta-Wissen zu medienpädagogischen Methoden für die eigene Arbeit sowie in den Themenfeldern „sicherer Umgang in sozialen Netzwerken“ und „Cybermobbing“ gesehen. Der am wenigsten genannte Bedarf wird zum Thema „Gaming“ sowie zur „Technikausstattung in den Einrichtungen“ und der „medienpädagogischen Konzeptentwicklung“ gesehen. Allerdings sind auch diese Themen mit circa einem Viertel der Angaben immer noch als relevant einzuordnen.

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

Die Themen "sexuelle Bildung" (Pornografie, Sexualität & Konsum) und "Gaming" haben trotz der vergleichsweise geringeren Angaben in der Umfrage eine hohe inhaltliche Relevanz und erfordern spezifische Maßnahmen. Die Themen "Hass im Netz", "Sexualisierte Gewalt im Internet", "Umgang mit eigener Identität im Netz", "Medienrecht" und "Medienpädagogische Methoden" wurden erneut hervorgehoben.



Abbildung 25: Fortbildungsbedarf nach Thema

Wie in Abbildung 19 gezeigt, haben 50% der teilnehmenden Fachkräfte bisher noch keine Fortbildung zu medienpädagogischen Themen besucht. Als Hindernisse für die Teilnahme an solchen Fortbildungsangeboten wird an erster Stelle „zu wenig Zeit“ genannt. 101 Teilnehmende stimmten der Aussage, dass zu wenig Zeit zur Verfügung stehe, voll oder überwiegend zu. Als nächsthäufige Gründe werden „fehlende Information über Fortbildungsangebote“ (88 Nennungen) sowie „zu wenige Fortbildungsangebote vorhanden“ (72 Nennungen) und „zu hohe Kosten“ (56 Nennungen) genannt. Mangelndes Interesse, Irrelevanz für den Arbeitsalltag,

persönliche Vorbehalte oder Hürden durch den Träger können als Hindernisse überwiegend ausgeschlossen werden. Keine der befragten Personen gab "keine Antwort".

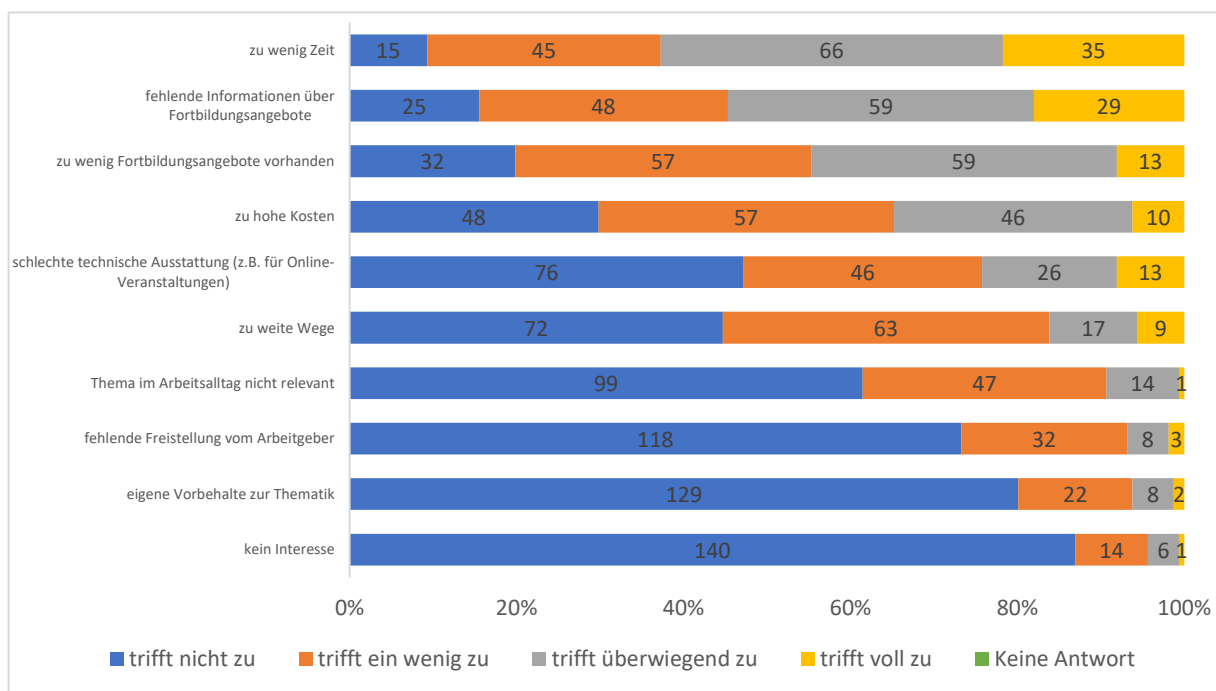


Abbildung 26: Hinderungsgründe für die Teilnahme an medienpädagogischen Fortbildungen

Als gut integrierbar in den Arbeitsalltag werden sehr kurze (2-3h, 148 Nennungen) oder eintägige Veranstaltungen (6-8h, 125 Nennungen) angesehen. Mehrtägige Veranstaltungen, unabhängig davon ob sie verteilt oder im Block stattfinden, werden als „eher nicht in den Arbeitsalltag integrierbar“ angesehen (80 und 81 Nennungen). Bezüglich der Integrierbarkeit solcher Fortbildungen in den Arbeitsalltag zeigen sich zudem ein Teil der Fachkräfte unsicher (51 und 61 Nennungen).

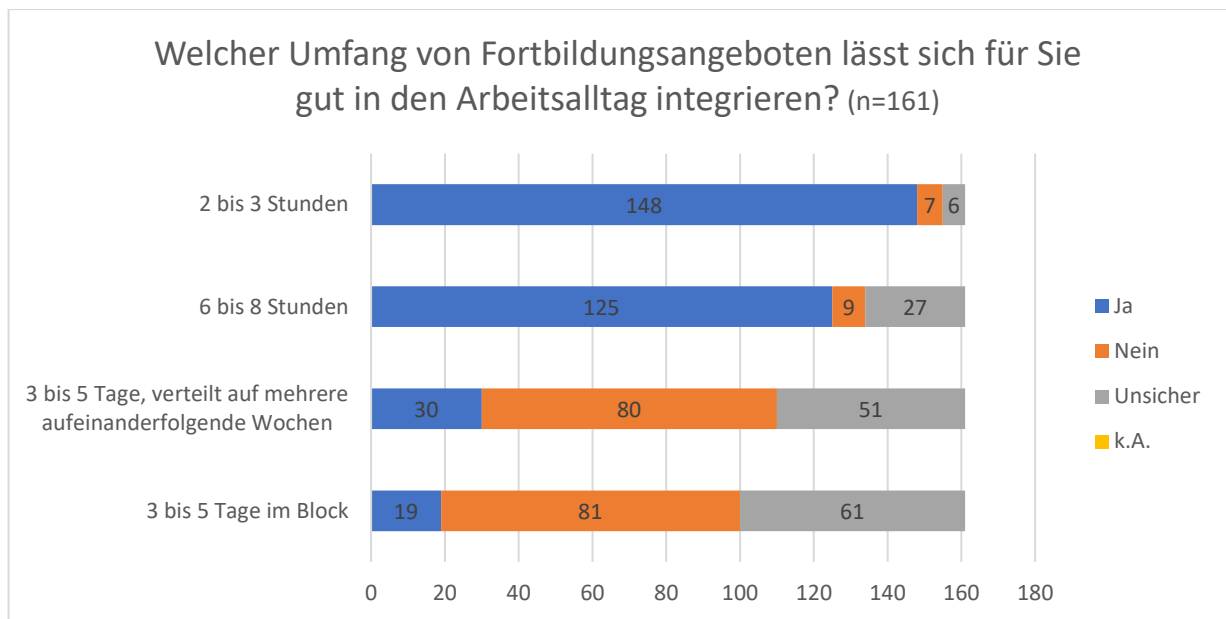


Abbildung 27: Einschätzung des Umfangs von Fortbildungsangeboten für die Integrierbarkeit in den Arbeitsalltag

Diese Angaben unterscheiden sich kaum nach den jeweiligen Leistungsfeldern, in denen die Fachkräfte tätig sind.

Das am häufigsten gewünschte Fortbildungsformat sind Präsenzveranstaltungen mit einer ausgewogenen Mischung aus Theorie und Praxis sowie als Workshop mit hohem Praxisanteil.

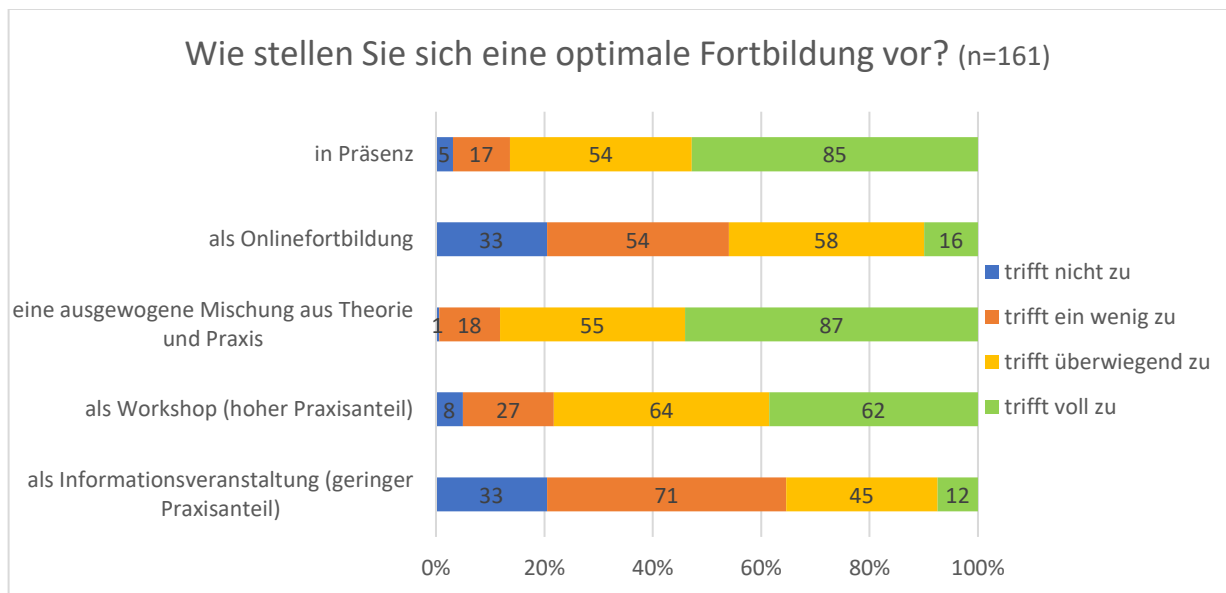


Abbildung 28: Wünsche an die formale Gestaltung von Fortbildungen

Betrachtet man die Fortbildungsbedarfe der Fachkräfte unterschieden nach den Leistungsfeldern, in denen sie tätig sind, werden vor allem für die Fachkräfte aus dem Leistungsfeld „Hilfen zur Erziehung“ Unterschiede im Vergleich zu Fachkräften aus den anderen Leistungsfeldern deutlich: Fachkräfte im Leistungsfeld „Hilfen zur Erziehung“ haben im

Vergleich zu allen anderen Leistungsfeldern besonders hohen Fortbildungsbedarf zu den Themen „Jugendmedienschutz“ und „Mediensucht“. Sie sehen vergleichsweise weniger Fortbildungsbedarf in den Themen „digitale Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen“ und „technische Nutzungskompetenz“ (siehe Abbildung 29). Für die Fachkräfte aus dem Leistungsfeld „Jugendarbeit“ ergeben sich keine bemerkenswerten Abweichungen im Vergleich zu Fortbildungsbedarfen der Fachkräfte aus allen anderen Leistungsfeldern.

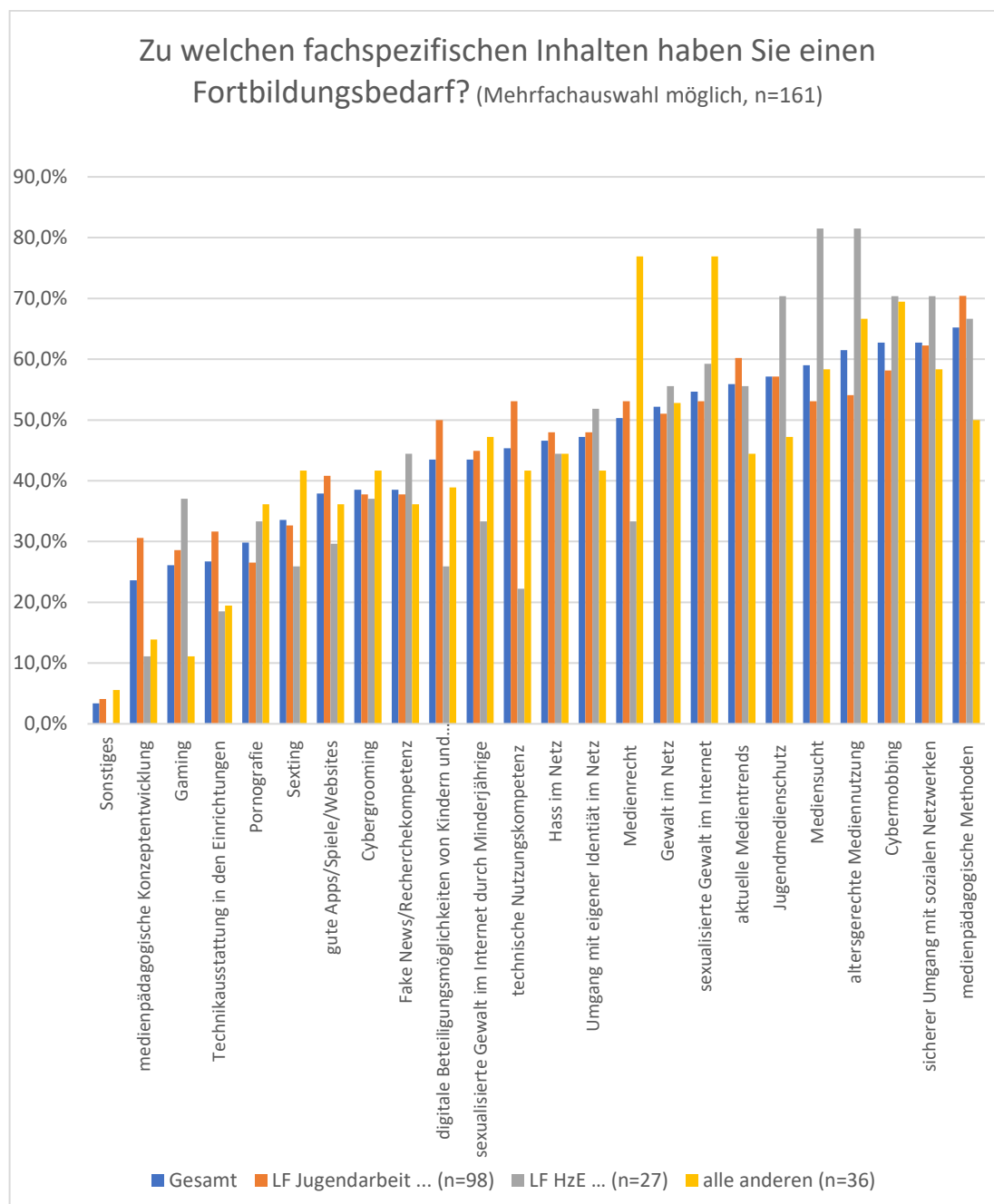


Abbildung 29: Fortbildungsbedarf der Mitarbeitenden Fachkräfte nach Leistungsfeld

Interpretation 2: Qualifizierungsbedarfe aus Sicht der mitarbeitenden Fachkräfte

Mit etwas weniger als der Hälfte der Fachkräfte, die bereits medienpädagogische Fortbildungsangebote genutzt haben und dementsprechend der Hälfte der Fachkräfte, die an noch keiner medienpädagogischen Fortbildung teilgenommen hat, ist offensichtlich, dass der Bereich Fortbildungen ausgebaut werden kann – nicht nur für diejenigen Fachkräfte, die noch keine Fortbildung besucht haben. Die eigene Einstellung zu digitalen Medien kann als medienzugewandt und begünstigend für Fortbildungsmaßnahmen und das eigene Umsetzen angesehen werden, sodass die Sensibilisierung und das Erkennen der Relevanz medienpädagogischer Themen keine Hindernisse für die eigene Fortbildung und berufliche Auseinandersetzung darstellen. Die von den Fachkräften gesehenen Fortbildungsbedarfe für sich und ihr Team zeigen in ihrer Breite ein Bewusstsein über die Vielfalt der medienpädagogischen Themenlandschaft. Für die einzelnen Leistungsfelder können zum Teil Schwerpunkte mit besonders hohem Bedarf identifiziert werden. Die Einschätzung des leicht höheren Bedarfs an Fortbildungen bei den Teamkolleg:innen als bei sich selbst ist aus der Literatur als Third-Person-Effect bekannt und erfordert keine besondere Aufmerksamkeit.

Erwartungsgemäß ist das Haupthindernis für die Teilnahme an Fortbildungen mangelnde Zeit. Dieses Hindernis kann mehrere Ursachen haben und ist vermutlich nicht durch eine einzelne Maßnahme aufzulösen. Die nächstgrößeren Hindernisse (fehlende Information über Angebot sowie fehlende Angebote, zu hohe Kosten) sind hingegen sehr konkret und können durch gezielte Maßnahmen abgebaut werden. Weitgehenden Konsens bilden die Antworten zu den Wünschen für Fortbildungsformate ab, aus denen leicht der Wunsch nach maximal eintägigen Präsenzformaten mit angemessenem Theorie- und Praxisanteil oder Workshopcharakter mit hohem Praxisanteil abgeleitet werden kann.

Im Detail diskutiert werden müsste, inwiefern alle Themen mit kurzen Formate abgedeckt werden können. Aus fachlicher Sicht haben längere Formate Vorteile, weil sie eine intensivere Auseinandersetzung mit den Inhalten ermöglichen. Aus den Antworten ist nicht nur Ablehnung, sondern auch Unsicherheit bezüglich der Integrierbarkeit solcher Formate rauslesbar.

Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 2: Qualifizierungsbedarfe aus Sicht der mitarbeitenden Fachkräfte

Für die Fachstelle lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten:

- Die genannten Fortbildungsbedarfe sollten ernst genommen und für die gewünschten Themen nach Möglichkeiten Fortbildungen vermittelt oder konzipiert werden. Konkrete Fragestellungen sollte mit den konkreten medienpädagogischen Fragestellungen im Berufsalltag (vgl. Abbildung 39) sowie Gesprächen mit den Fachkräften ausdifferenziert werden. Ziel sollte sein, dass mehr Fachkräfte medienpädagogische Fortbildungen wahrnehmen (können) als bisher.

- Für die Planung des Fortbildungsprogramm sollten Leistungsfeldspezifische Schwerpunkte gesetzt werden.
- Die Fachstelle sollte Fortbildungsangebote bündeln oder selbst umsetzen und den Fachkräften bekannt machen. Priorität sollten dabei 2-3h oder ganztägige Präsenzveranstaltungen mit ausgewogenem Theorie-Praxis-Anteil oder hohem Praxisanteil haben.
- Über die Fachstelle gebündelte oder selbst angebotene Fortbildungsmaßnahmen sollten nach Möglichkeit kostenfrei oder kostengünstig für die Angebote/Einrichtungen umgesetzt werden.
- Weiter eruiert werden könnte, unter welchen Bedingungen längere Formate umgesetzt werden können, wenn dies fachlich relevant ist.

Ergänzungen zum Fragebogen: Nachgefragte Inhalte und Methoden in den verschiedenen Bereichen, die durch die Fachstelle umgesetzt werden könnten

Bereich Gaming: Insbesondere die offene Arbeit sollte gefördert werden, da männliche Jugendliche häufig gar nicht mehr erreicht werden. Denkbar sind Gaming-Abende für die Fachkräfte, um im geschützten Raum Spiele und neue Trends ausprobieren zu können. Dabei sollten diese ebenso erklärt, eingeordnet und verglichen sowie neue Anregungen gegeben werden. Auf In-App-Käufe oder bspw. Werbung sollten dabei genauer eingegangen werden (versteckte Kosten etc.). Ganz konkret wurde vorgeschlagen, dass aktuelle Spiele getestet werden, um ein besseres Verständnis für die Lebenswelt "Gaming" zu bekommen.

Bereich Hass im Netz: Es sollen Fortbildungen oder Fachtage angeboten werden, bei der alle Beteiligten, die mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, zusammenkommen, um Bewusstsein für das Thema zu schaffen und sinnvolles Methodenwissen für Präventionsarbeit zu erarbeiten.

Bereich Digitale sexualisierte Gewalt: Eine ausführliche und regelmäßige Fortbildung zum Thema digitale sexualisierte Gewalt ist wünschenswert. Fachkräfte sind zunehmend überfordert und überlastet mit der Frage nach Zuständigkeiten und rechtlichen Rahmen. Denkbar sind in diesem Zusammenhang Kooperationen mit der Polizei oder anderen wichtigen Institutionen.

Bereich Digitale Identität: Die Fachstelle sollte Fachkräfte dabei unterstützen, sich mit der Wirkungsweise von u.a. TikTok auseinanderzusetzen und ein Verständnis für die digitale Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen zu entwickeln. Fachkräfte sollten befähigt und ermutigt werden, aktiv mit Kindern und Jugendlichen in den Dialog zu treten und von deren Erfahrungen und Perspektiven zu lernen. Die Fachstelle sollte eine Übersicht über mögliche Alternativen an Influencer:innen mit positivem Einfluss auf Kinder und Jugendliche vermitteln, sodass Fachkräfte diese weitertragen können.

7. Weiterbildungsbedarf (aus Perspektive der leitenden Fachkräfte)

Auch die leitenden Fachkräfte sehen einen eher hohen bis hohen Fortbildungsbedarf für ihre Mitarbeiter:innen (22 Nennungen, 63%).

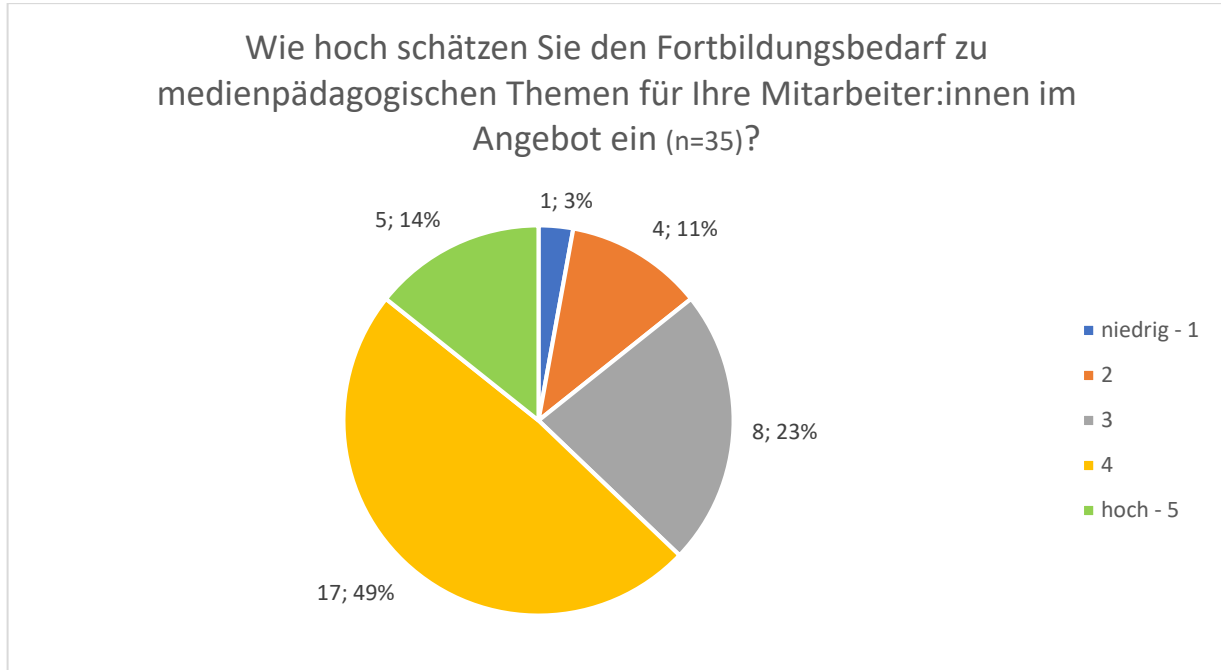


Abbildung 30: Einschätzung Fortbildungsbedarfe der mitarbeitenden Fachkräfte aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Inhaltlich sehen die leitenden Fachkräfte in fast allen medienpädagogischen Themenfeldern Bedarf und sehen diesen sowohl für sich selbst als auch für ihre Mitarbeiter:innen. Die meisten Nennungen fallen „für sich selbst“ auf die „medienpädagogische Konzeptentwicklung“ (9 Nennungen) und „Medienrecht“ (6 Nennungen) und „für sich selbst und das Team“ auf „Jugendmedienschutz“ (25 Nennungen), „digitale Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen“ (24 Nennungen), und mit jeweils 23 Nennungen „altersgerechte Mediennutzung“, „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“, „aktuelle Medientrends“, „Medienrecht“, „sexualisierte Gewalt im Internet“ und „praktische Medienarbeit“. Die Themen mit der geringsten Zustimmung sind: Sexting, Gaming, Technikausstattung in Einrichtungen, Pornographie, Cybergrooming, gute/empfehlenswerte Apps/Spiele/Websites. Kein Thema wird jedoch von einer Mehrheit als „für niemanden“ relevant eingeschätzt.

Der von den leitenden Fachkräften genannte Fortbildungsbedarf entspricht in der Gesamtaussage der Einschätzung des Fortbildungsbedarfs der mitarbeitenden Fachkräfte. In Abbildung 30 werden die genannten Inhalte zusammen mit den Aussagen der mitarbeitenden Fachkräfte dargestellt.

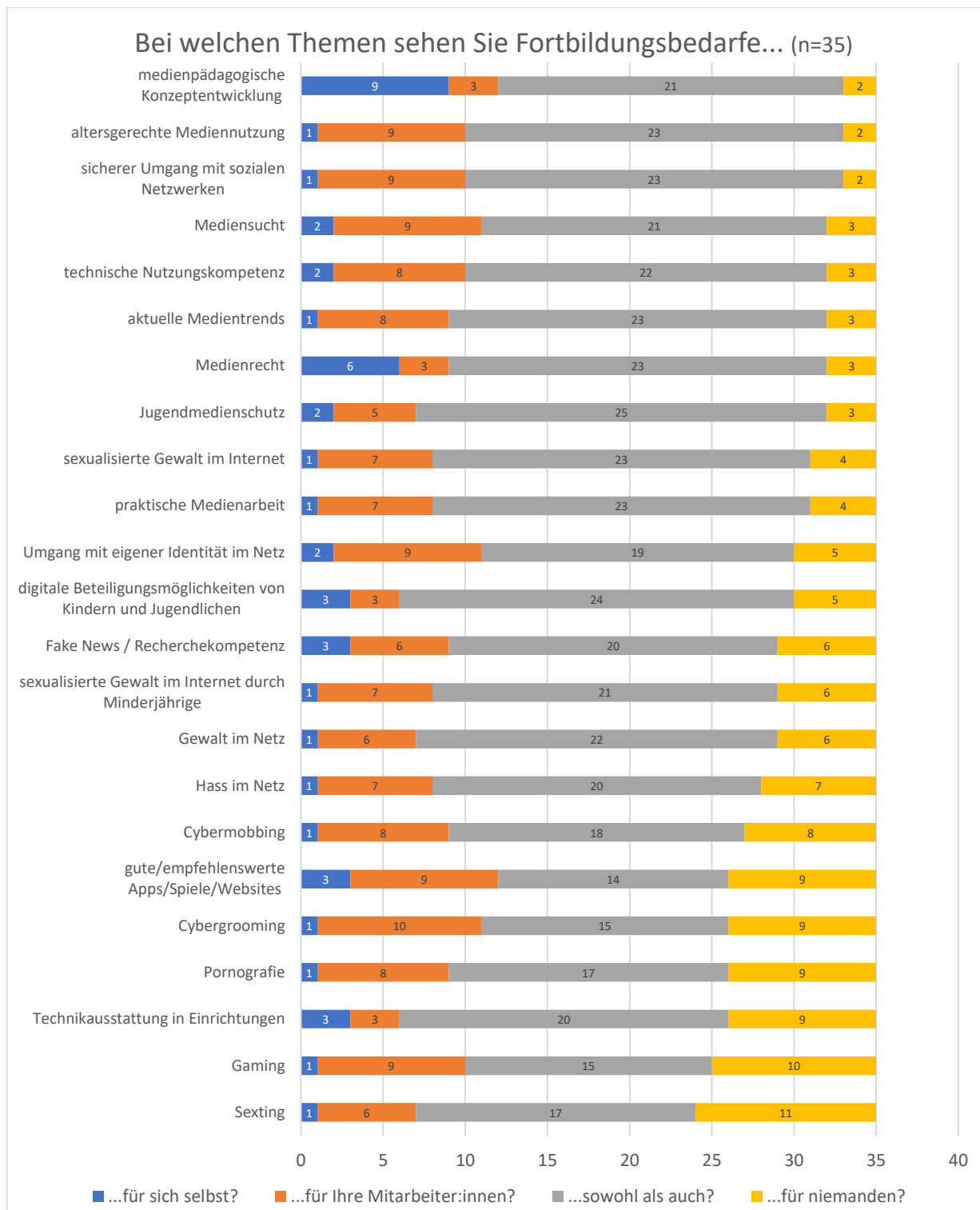


Abbildung 31: Themenbedarf für Fortbildungen aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Wie Abbildung 31 zeigt, schätzen leitende Fachkräfte sowohl für sich selbst, für die Mitarbeiter:innen als auch für beide den Fortbildungsbedarf als hoch ein. Abbildung 32 zeigt entsprechend, dass sie sowohl Fortbildungen für einzelne pädagogische Fachkräfte als auch für das gesamte Team als sinnvoll erachten. Nicht ablesbar ist aus der Fragestellung, ob sich die Unterscheidung nach Adressat:innen im Team nach Themen oder anderen Faktoren richtet.

Wenn Sie auf Ihre Arbeitsstruktur schauen, an wen in Ihrem Team sollten sich die Fortbildungsangebote richten? (n=35)

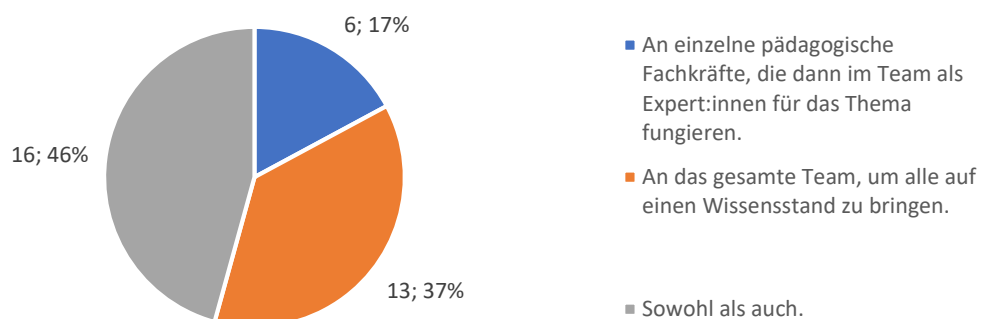


Abbildung 32: Fortbildungsbedarfe, unterschieden nach einzelnen Fachkräften und gesamtem Team

Zu welchen fachspezifischen Inhalten haben Sie einen Fortbildungsbedarf? - aggregiert mitarbeitende und leitende Fachkräfte (n=196; Mehrfachauswahl möglich)

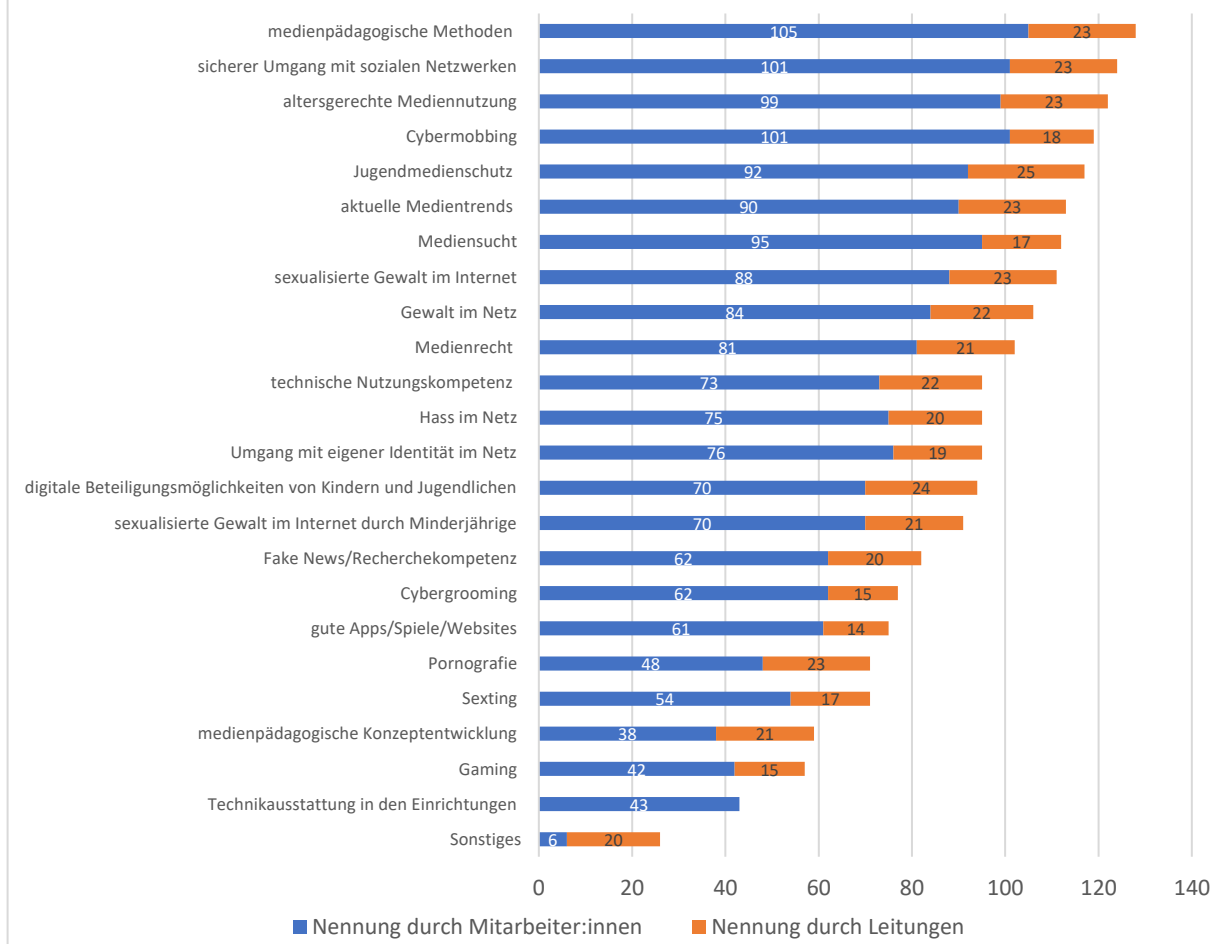


Abbildung 33: Fortbildungsbedarfe aggregiert aus Nennungen der mitarbeitenden und der leitenden Fachkräfte

Die von den Leitungen (knapp) am häufigsten genannten Inhalte sind „Jugendmedienschutz“ (25 Nennungen, 71,5%) und „digitale Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen“ (24 Nennungen). In der Zusammenschau dominieren die Themen „medienpädagogische Methoden“, „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“ und „altersgerechte Mediennutzung“ mit jeweils etwas mehr als 120 Nennungen. Die beiden am wenigsten genannten Themen „medienpädagogische Konzeptentwicklung“ und „Gaming“ werden mit jeweils zusammen knapp unter 60 Nennungen noch von ca. 30% der Befragten genannt. Wobei „medienpädagogische Konzeptentwicklung“ bei den Leitungen eine höhere Zustimmung (21 Nennungen, 60%) als bei den Mitarbeiter:innen (23,5 %) erfährt.

Betrachtet man die Fortbildungsbedarfe aus Sicht der leitenden Fachkräfte, unterschieden nach Leistungsfeld, ergibt sich folgende Differenzierung (siehe Abbildung 34): Leitende Fachkräfte aus dem Leistungsfeld „Jugendarbeit“ sehen im Vergleich zu leitenden Fachkräften aus allen

anderen Leistungsfeldern besonders hohe Fortbildungsbedarfe in den Themen „aktuelle Medientrends“, „altersgerechte Mediennutzung“, „digitale Beteiligungsmöglichkeiten“, „medienpädagogische Konzeptentwicklung“, „Medienrecht“, „praktische Medienarbeit“, „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“, „technische Nutzungskompetenz“ und „Umgang mit eigener Identität im Netz“. Leitende Fachkräfte im Leistungsfeld „Hilfen zur Erziehung“ sehen im Vergleich zu leitenden Fachkräften aus allen anderen Leistungsfeldern besonders hohen Fortbildungsbedarf in den Themen „Jugendmedienschutz“ und „Mediensucht“.

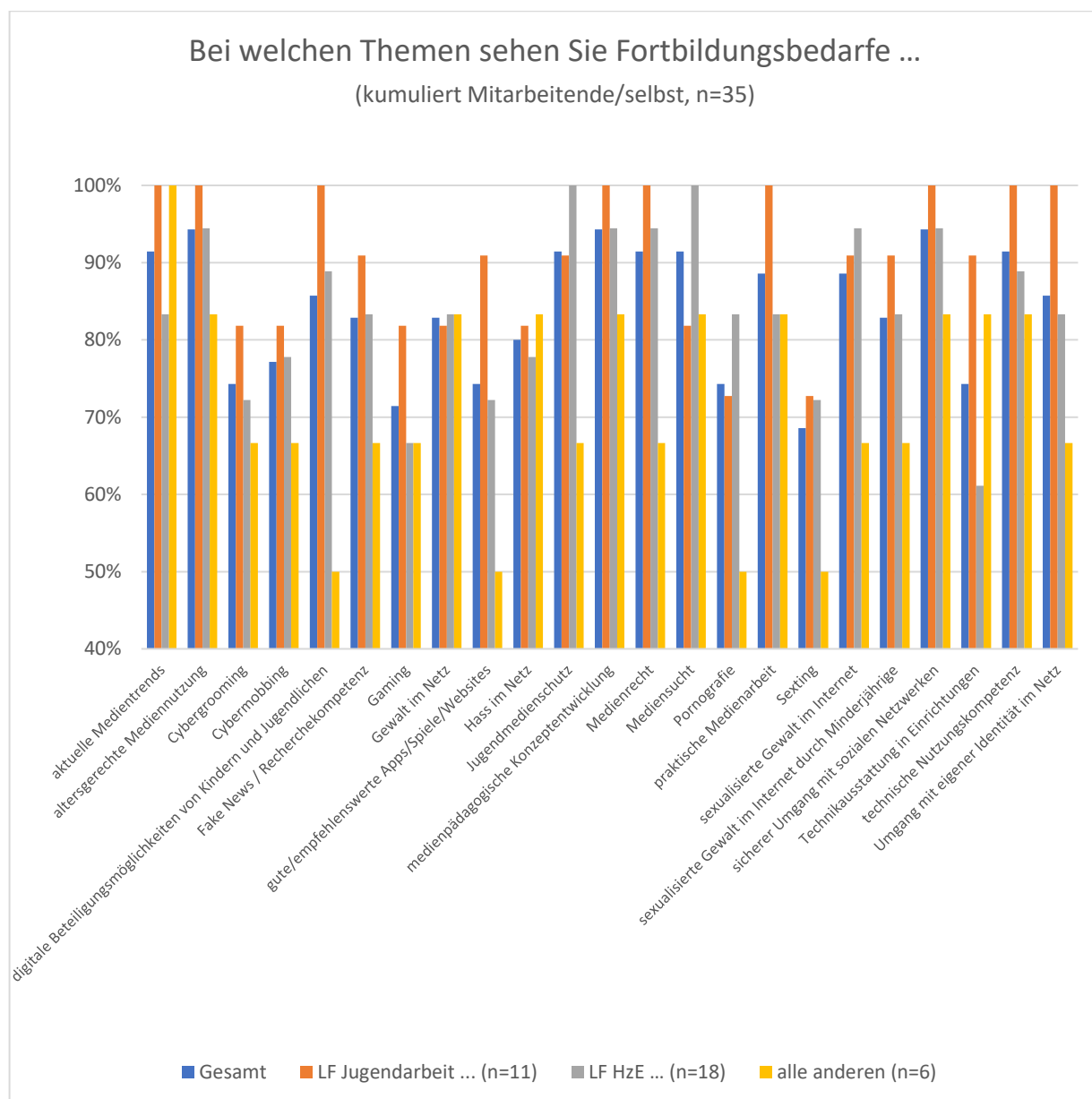


Abbildung 34: Fortbildungsbedarfe der Fachkräfte nach Leistungsfeld

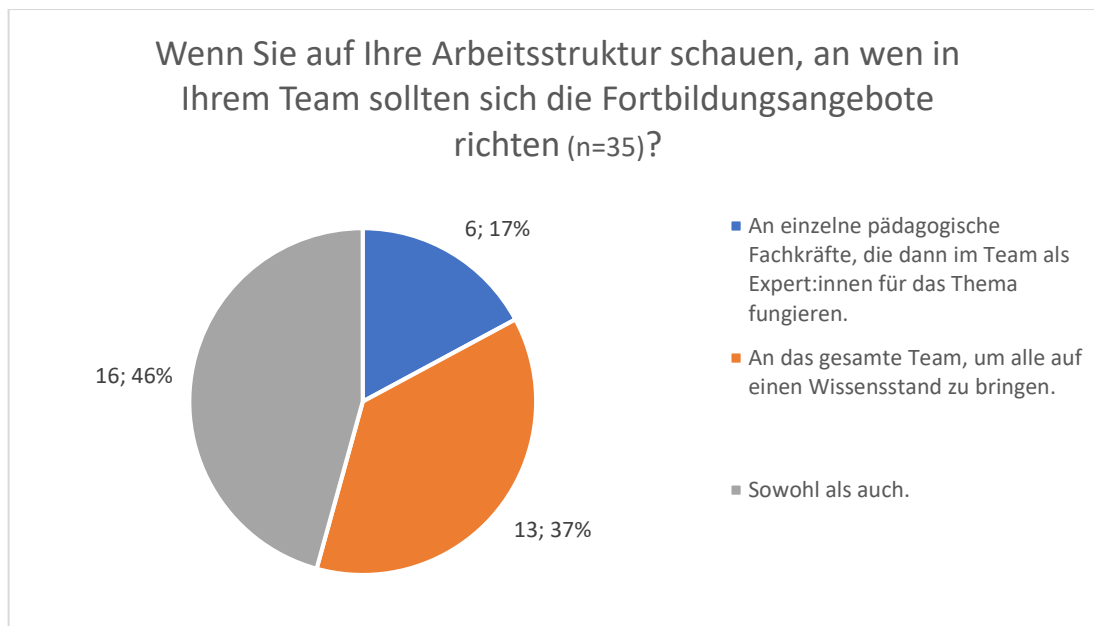


Abbildung 35: Adressat:innen für Fortbildungen im Team aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Auch die leitenden Fachkräfte wurden nach gut in den Arbeitsalltag integrierbaren Fortbildungsformaten gefragt. Wie auch bei den mitarbeitenden Fachkräften (vgl. Abbildung 27) zeigt sich eine Präferenz für kurze bis maximal eintägige Fortbildungsveranstaltungen. Fortbildungen von mehreren Tagen, egal ob verteilt auf mehrere Tage oder im Block werden eher als nicht integrierbar angesehen. Auch bei den Angaben der leitenden Fachkräfte gibt es keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Leistungsfeldern, zumindest was die kurzformatigen Angebote betrifft. Bei den beiden Formaten mit einer Dauer von 3-5 Tagen sind Unterschiede nach Leistungsfeld erkennbar: 50% bzw. 61% der befragten Leitungen im Leistungsfeld Hilfen zur Erziehung geben an, Fortbildungsangebote in diesen Umfang nicht gut in den Arbeitsalltag integrieren zu können. Die leitenden Fachkräfte im Leistungsfeld Jugendarbeit lehnen das nicht so deutlich ab, sondern äußern zu 64% unsicher ob das Format in den Arbeitsalltag integrierbar ist.

Inhouse Teamfortbildungen fanden eine hohe Zustimmung mit knapp 89%.

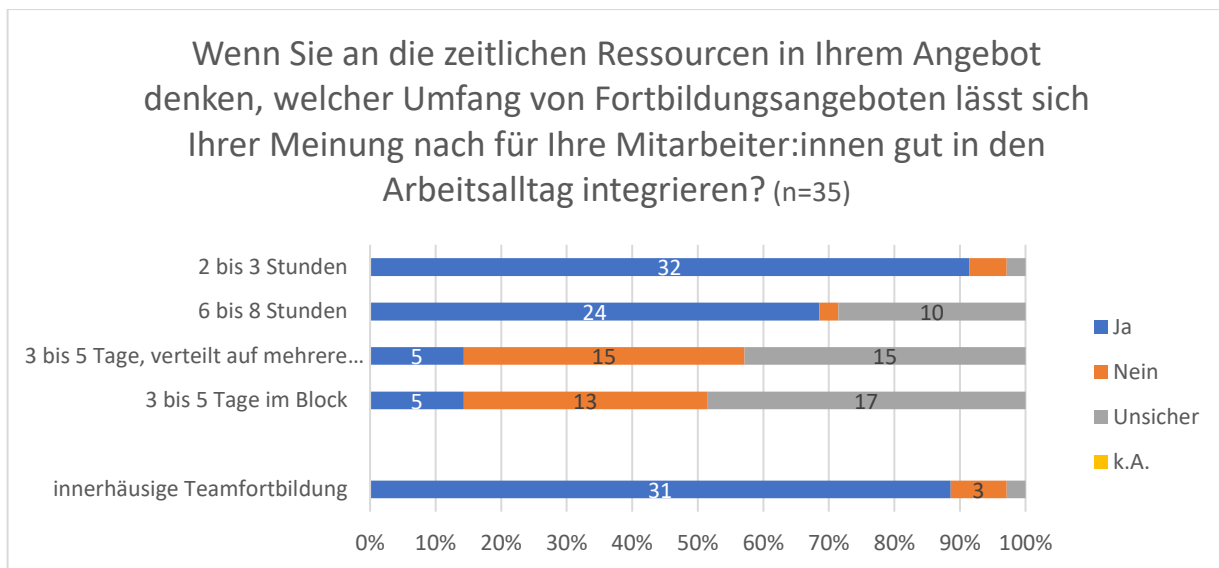


Abbildung 36: Möglicher zeitlicher Umfang für Fortbildungen aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Gefragt nach Voraussetzungen für die Umsetzung eines medienpädagogischen Konzepts im Arbeitsalltag im Projekt/der Einrichtung geben die Fachkräfte mehrere Gründe an. Durchschnittlich gaben die leitenden Fachkräfte vier Voraussetzungen an, die für eine Umsetzung relevant sind. Am häufigsten wurde die regelmäßige Qualifizierung der Fachkräfte genannt (28 Nennungen, 80%). Gleichhäufig werden mit 24 Nennungen (69%) „mehr finanzielle Mittel für externe Expert:innen in den eigenen Angeboten“, „eine zeitgemäße/aktuelle technische Ausstattung der Angebote/Einrichtungen“, „eine Fachberatung durch medienpädagogische Expert*innen“ sowie mit 22 Nennungen „eine zeitgemäße/aktuelle technische Ausstattung der Fachkräfte“ angegeben. Unter „Sonstiges“ wurden folgende Antworten gegeben: „Haltung und Willen der MA, sich damit auseinanderzusetzen“, „Eine Fachstelle, die in erster Linie die Einrichtungen unterstützt (materiell, ggf. projektbezogen personell, bei der Fördermittelakquise), Fachkräfte qualifiziert und nicht die Zielgruppe mit eigenen Angeboten holt, zu denen die Kids/Jugendlichen auch in die OKJA schon kommen.“

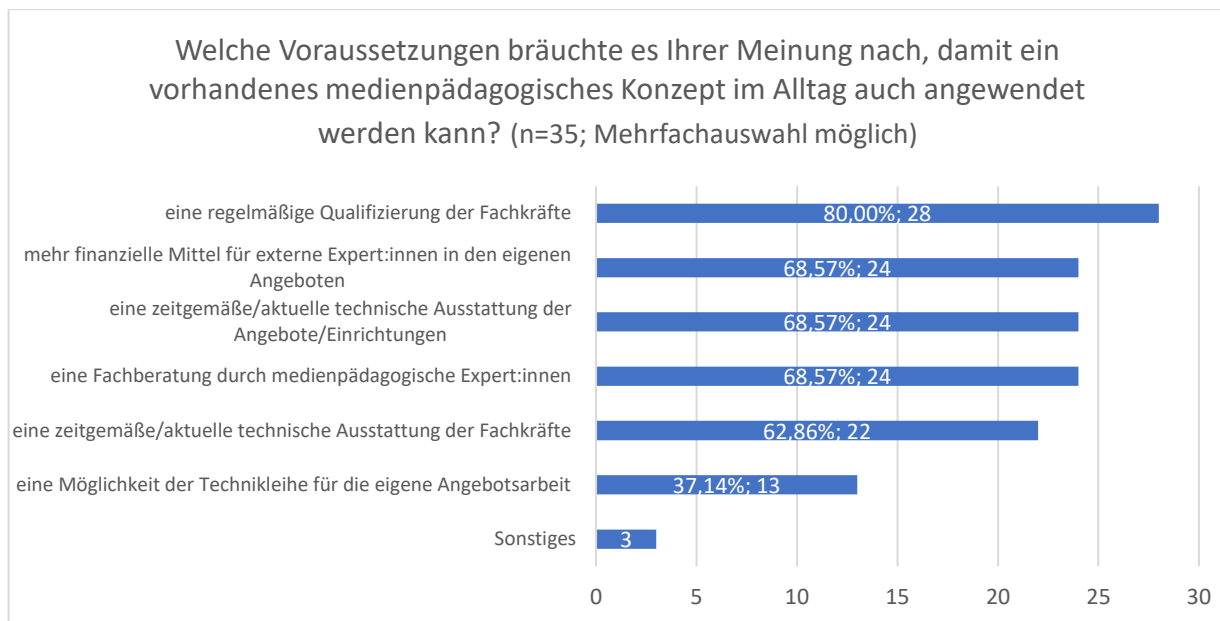


Abbildung 37: Bedarfe für die Integrierbarkeit eines/des medienpädagogischen Konzepts in den Arbeitsalltag aus Sicht der leitenden Fachkräfte (N=35)

Interpretation 3: Weiterbildungsbedarf aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Die Einschätzung der leitenden Fachkräfte zu den Fortbildungsbedarfen deckt sich weitgehend mit der Einschätzung der mitarbeitenden Fachkräfte. Leitende Fachkräfte sehen zusätzlichen Bedarf in ihrer Rolle als Leitung hinsichtlich der medienpädagogischen Konzeptentwicklung und im Bereich Medienrecht. Bei vielen weiteren Themen sehen sie den Fortbildungsbedarf sowohl bei sich als auch im Team und sehen Fortbildungen für das gesamte Team (insbesondere „innerhäusige Teamfortbildung“) als relevant an. Welche Fortbildungen spezifisch für einzelne Mitarbeiter:innen oder das gesamte Team gesehen werden, kann aus der Erhebung nicht abgeleitet werden. Ausgehend von der thematischen Vielfalt des Fortbildungsbedarfs kann angenommen werden, dass manche Themen spezifisch für einzelne Mitarbeiter:innen oder für das gesamte Team relevant wären. Bezüglich der Zeitdauer und Formate stimmen Leitungen und Mitarbeiter:innen überein und sehen kurze bis eintägige Fortbildungsveranstaltungen als am besten integrierbar in den Arbeitsalltag an. Neben Fortbildungen und regelmäßiger Qualifizierung der Mitarbeiter:innen werden weitere Gründe genannt, um medienpädagogische Konzepte im Arbeitsalltag umsetzen zu können. Aufgrund der durchschnittlich vier Antworten der leitenden Fachkräfte auf diese Frage kann angenommen werden, dass für die gelingende Umsetzung eines medienpädagogischen Konzepts mehrere Faktoren zusammenkommen müssen.

Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 3: Weiterbildungsbedarf aus Sicht der leitenden Fachkräfte

Für die Fachstelle lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten:

- Es können zwei relevante Themen identifiziert werden, die spezifisch für Leitungspositionen angeboten werden könnten: medienpädagogische Konzeptentwicklung und Medienrecht.
- Als Fortbildungsformat sollten (auch) innerhäusige Teamfortbildungen angeboten werden.
- Neben der Qualifizierung der Fachkräfte durch Fortbildungen sollte Unterstützung für weitere Aspekte der Umsetzung des medienpädagogischen Konzepts angeboten werden, etwa:
 - die Finanzierung oder kostenfreie/-günstige Bereitstellung von externen Expert:innen
 - zeitgemäße technische Ausstattung der Angebote/Einrichtungen und der Fachkräfte
 - Fachberatung der Leitung und der Angebote/Einrichtungen zu ihren spezifischen Bedarfen

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

Insbesondere ein Leitfaden, grundlegende und spezifischere Bausteine sowie eine Checkliste zur Entwicklung eines medienpädagogischen Konzepts sollten entwickelt und niederschwellig bereitgestellt werden.

8. Bedarfe Adressat:innen (aus Perspektive der mitarbeitenden Fachkräfte)

63% der Fachkräfte gaben an, dass sich ihre Adressat:innen im Arbeitsalltag mit medienpädagogischen Fragestellungen an die Fachkräfte wenden.

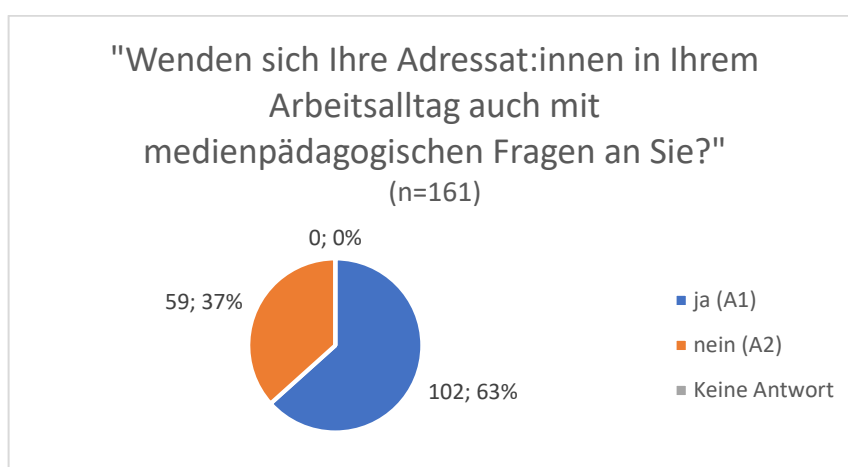


Abbildung 38: Medienpädagogische Fragestellungen im Arbeitsalltag durch Adressat:innen

Fachstelle Medienpädagogik - Medienkulturzentrum Dresden e.V. - Kraftwerk Mitte 3 - 01067 Dresden -

E-Mail: fachstelle@medienkulturzentrum.de - Tel.: 0351/21296850

Von den 102 Befragten, die diese Frage bejahten, nannten 81 folgende Themen (Offene Frage: „Bitte denken sie nun an den Arbeitsalltag der letzten vier Wochen. Mit welchen Fragen zu Medienthemen haben Ihre Adressat:innen Sie angesprochen?“):

Der überwiegende Teil der Nennungen konnte in die Themen, der bereits bei den Fortbildungsbedarfen genannten medienpädagogischen Themen, eingeordnet werden (281 von insgesamt 295 Nennungen). Mit insgesamt 33 Nennungen kamen Anfragen zur altersgerechten Mediennutzung, gefolgt von Fragestellungen im Bereich Cybermobbing (26 Nennungen) und rechtlichen Fragen der Mediennutzung (Recht am eigenen Bild, Urheberrecht etc.) (24 Nennungen). Keines der in den Fortbildungsbedarfen aufgeführten Themen kam nicht in der Praxis der Fachkräfte vor. Neben den in den Fortbildungsbedarfen genannten Kategorien wurden Fragestellungen angeführt, die keinem der Themen zugeordnet werden konnten und mit dem Kürzel „E1“ bis „E10“ als ergänzende Themen in die Liste integriert wurden. In absteigender Reihenfolge der Nennungen sind dies: „Messenger und Kommunikationsregeln im Chat“ (12 Nennungen), „Elternarbeit“ (9 Nennungen), „Straftaten im Netz“ (3 Nennungen), „Käufe, Abos, Kosten“ (3 Nennungen), „Bewerbungen schreiben“ (2 Nennungen), die Themen „Unterstützungsangebote für Familien im Bereich technische Infrastruktur“, „Nutzung von digitalen Medien durch Fachkräfte zur Zielgruppenerreichung“, „Influencer:innen“, „Kinderrechte“, „interkulturelle Perspektive“ wurden je einmal genannt.

Medienpädagogische Fragestellungen in der Praxis in den letzten 4 Wochen (n=81; offene Frage, geclustert)

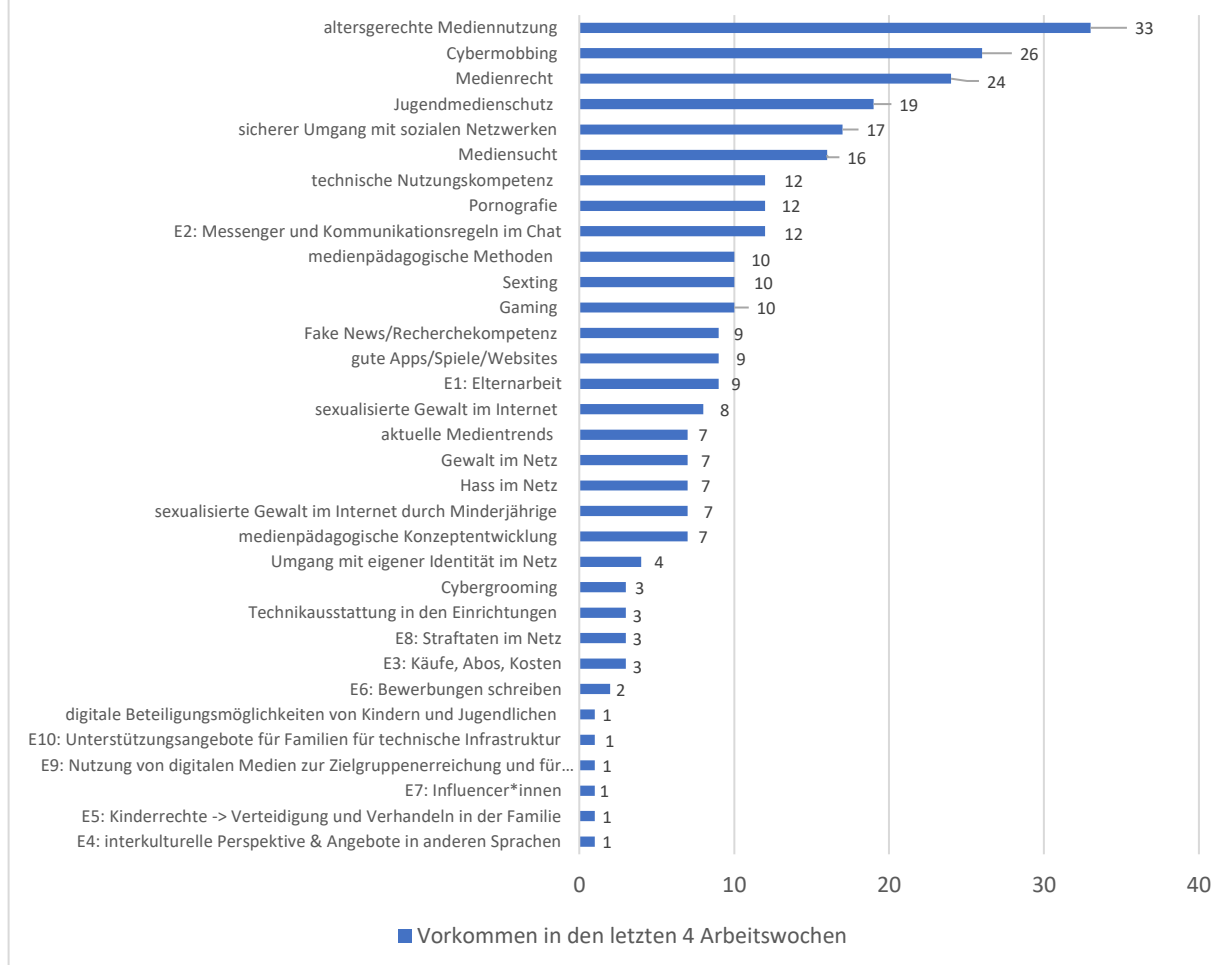


Abbildung 39: Medienpädagogische Fragestellungen in den letzten 40 Tagen, geclustert in Themen der Fortbildungsbedarfe, weitere Kategorien ergänzt durch „E1“ bis „E10“

Die von den Mitarbeitenden sowie den leitenden Fachkräften genannten Fortbildungsbedarfe wurden mit diesen Nennungen aus dem beruflichen Alltag aggregiert. Daraus werden die thematischen Schwerpunkte noch einmal deutlicher in einer Rangfolge sichtbar. Das Thema „altersgerechte Mediennutzung“ (aggregiert 155 Nennungen) wird dabei sowohl bei den Mitarbeitenden als auch den leitenden Fachkräften als großer Fortbildungsbedarf erkannt und auch in der Arbeitspraxis, durch an die Fachkräfte herangetragene medienpädagogische Fragestellungen, relevant. In absteigender Ausprägung gilt dies insbesondere auch für „Cybermobbing“ (aggregiert 145 Nennungen) und den „sicheren Umgang mit sozialen Netzwerken und den Jugendmedienschutz“ (aggregiert 141 Nennungen). Aus der eigenen fachlichen Perspektive spielen „medienpädagogische Methoden“ ebenfalls eine große Rolle, wenn gleich die Anfragen in diesem Bereich naturgemäß geringer sind. Insgesamt ist eine relativ hohe Kongruenz zwischen empfundenem Fortbildungsbedarf und in der Praxis an die Fachkräfte herangetragenen Themenstellungen zu erkennen. Ausgenommen davon ist das Thema „Digitale

Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen“, das mit einem mittleren Fortbildungsbedarf genannt wird, so konkret aber nicht von den Adressat:innen an die Fachkräfte herangetragen wird. Ähnlich verhält es sich mit dem Thema „Umgang mit der eigenen Identität im Netz“ und der „Technikausstattung in den Einrichtungen“. Das Thema „Messenger und Kommunikationsregeln im Chat“ spielte bei den an die Fachkräfte herangetragenen Fragestellungen mit 12 Nennungen eine relevante Rolle, genauso wie „E1: Elternfragen zur Medienerziehung“. Diese Themen waren in der Liste der Fortbildungsbedarfe nicht gelistet und konnten dementsprechend auch nicht genannt werden.

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

Das Thema "Medienrecht" hat besonderen Bedarf. Es besteht die Notwendigkeit, rechtliche Hintergründe und Wirkungsweisen von Spielen, In-App-Käufen und Werbung Kindern und Jugendlichen spielerisch zu vermitteln.

Fortbildungsbedarfe und medienpädagogische Fragestellungen in der Praxis (n=196; Mehrfachauswahl möglich; aggregiert)

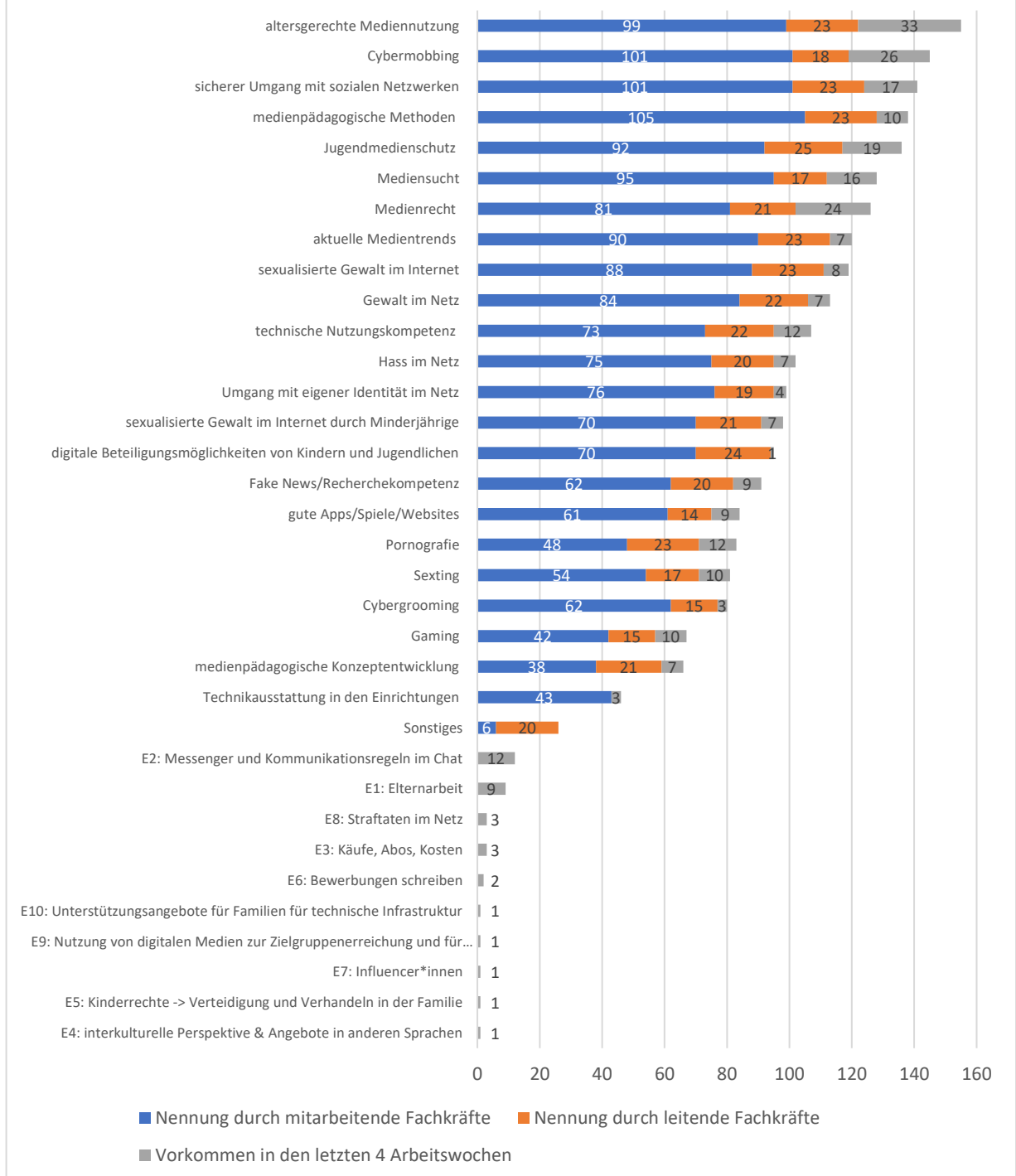


Abbildung 40: Aggregierte Nennungen der Fortbildungsbedarfe durch die Fachkräfte und medienpädagogische Fragestellungen aus den letzten 4 Wochen vor der Befragung

Hinsichtlich ihrer Adressat:innen sehen die Fachkräfte ebenfalls in allen medienpädagogischen Themen Bedarf an spezifischen Maßnahmen. Am häufigsten genannt wurden „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“ (124 Nennungen, 77%), „altersgerechte Mediennutzung“

(108 Nennungen, 67%) und „Cybermobbing“ (97 Nennungen, 60%). In veränderter Reihenfolge sind das auch die drei am häufigsten genannten Themen für Fortbildungsbedarfe der Fachkräfte. Zusätzlich zu den vorgegebenen Kriterien wurden unter „Sonstiges“ noch „Umgang mit Medien bei Kleinkindern“ und „Verbreitung kinderpornografischer Medieninhalte“ genannt.

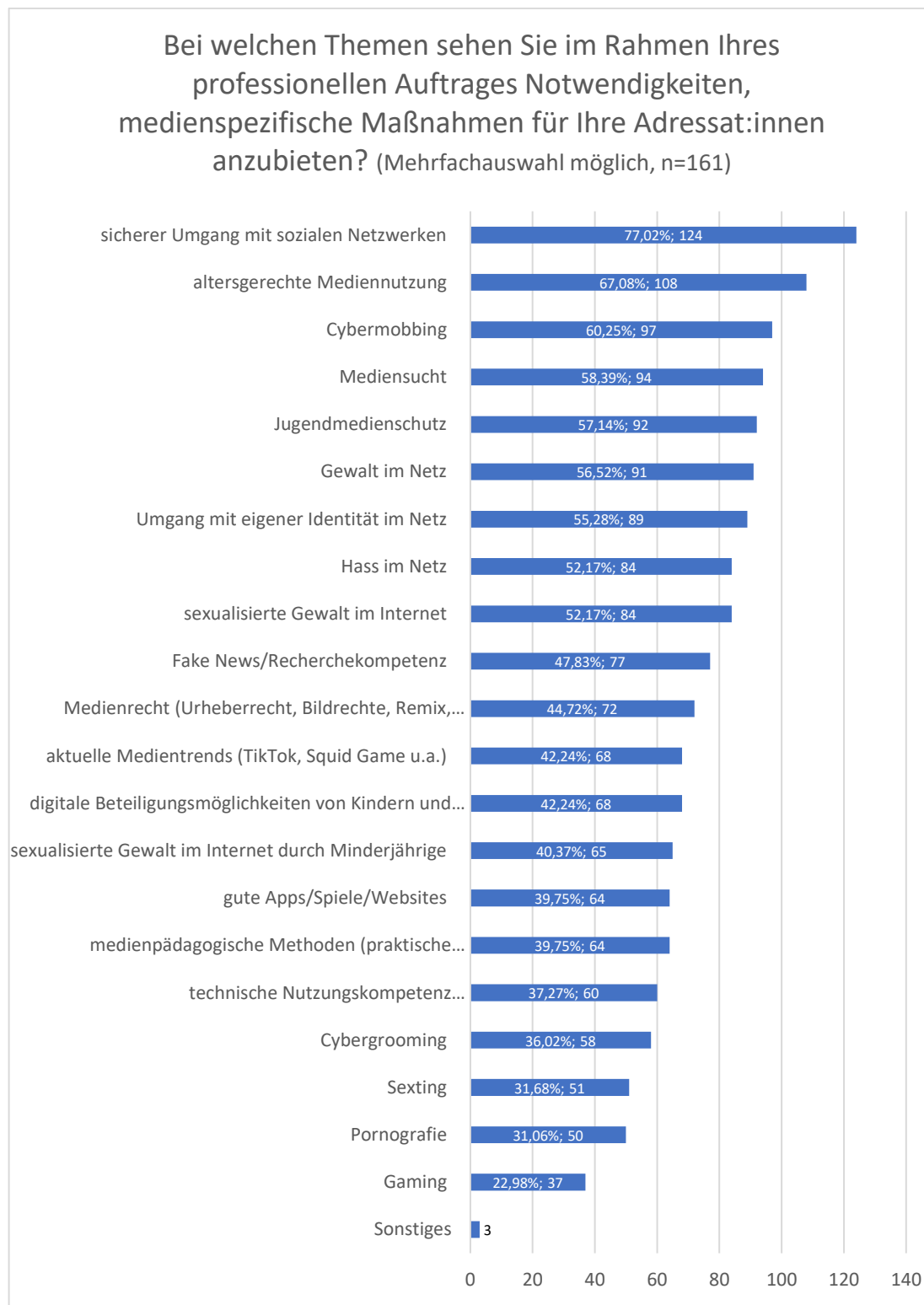


Abbildung 41: Notwendigkeit medienpädagogischer Maßnahmen für Adressat:innen

Fachstelle Medienpädagogik - Medienkulturzentrum Dresden e.V. - Kraftwerk Mitte 3 - 01067 Dresden -
E-Mail: fachstelle@medienkulturzentrum.de - Tel.: 0351/21296850

In der Tendenz ist eine hohe Übereinstimmung der Einschätzung der Mitarbeitenden und der leitenden Fachkräfte hinsichtlich der Notwendigkeiten medienspezifischer Maßnahmen für die Adressat:innen zu erkennen (siehe Abbildung 42), das Thema „Jugendmedienschutz“ wird von den Leitungen etwas höher gewichtet (31 Nennungen, 89%).

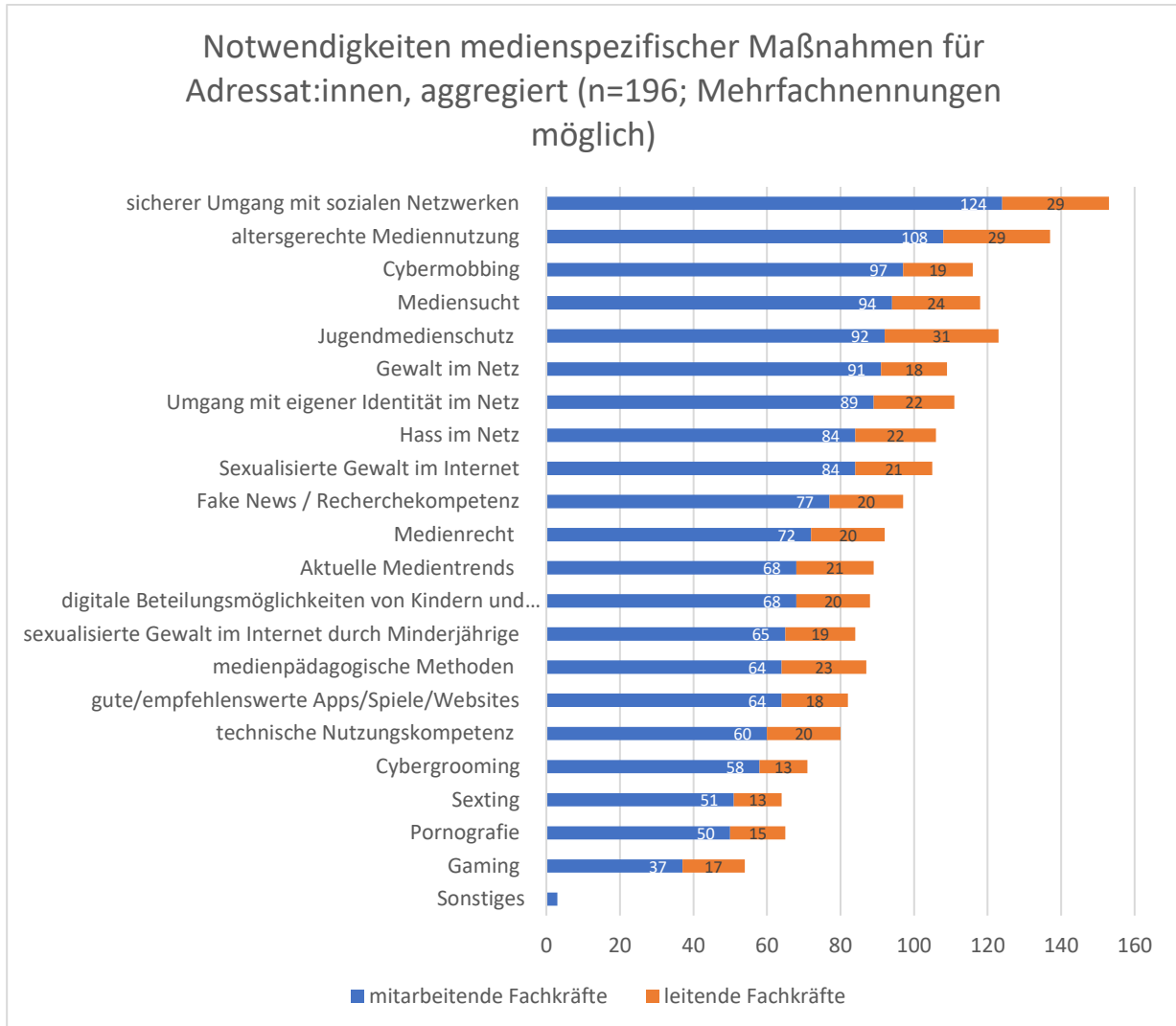


Abbildung 42: Notwendigkeiten medienspezifischer Maßnahmen für Adressat:innen, aggregiert

Betrachtet man die Notwendigkeiten für medienspezifische Maßnahmen für die Adressat:innen nach den verschiedenen Leistungsfeldern der einschätzenden Fachkräfte, lassen sich erste Hinweise für zielgruppenspezifische Fortbildungsbedarfe ableiten (siehe Abb. Abbildung 43: Bedarfe für medienpädagogische Maßnahmen für die Adressat:innen nach Leistungsfeld der tätigen Fachkräfte). Es zeigt sich, dass sich im Leistungsfeld Jugendarbeit höhere Bedarfe in den Themen „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“, „Umgang mit eigener Identität im Netz“ und „Hass im Netz“ im Vergleich zu allen anderen Leistungsfeldern an oberster Stelle stehen. Für das Leistungsfeld Hilfen zur Erziehung steht das Thema „Jugendmedienschutz“ an oberster Stelle im Vergleich zu den gemeldeten Maßnahmenbedarfen aus allen anderen Leistungsfeldern.

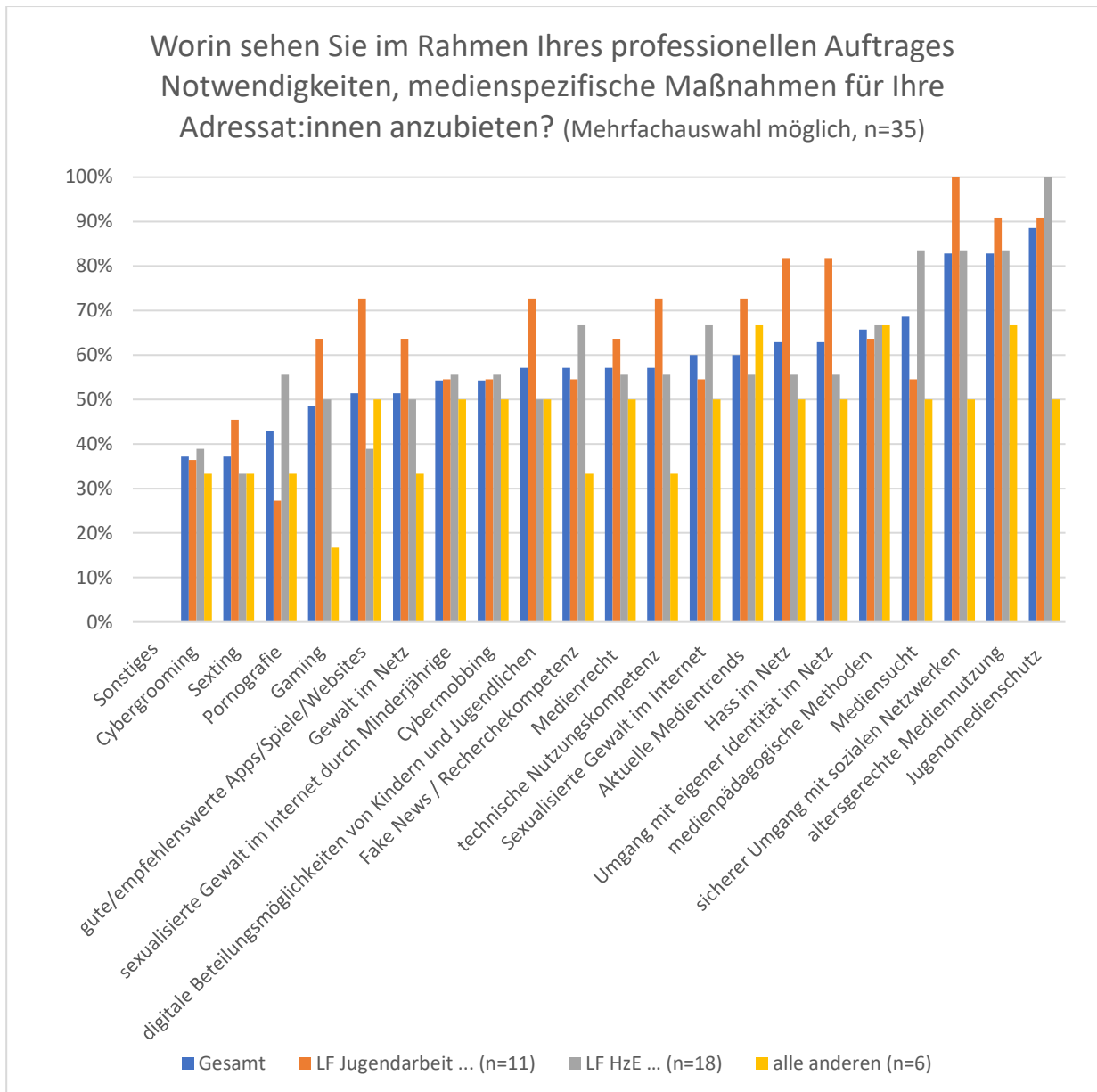


Abbildung 43: Bedarfe für medienpädagogische Maßnahmen für die Adressat:innen nach Leistungsfeld der tätigen Fachkräfte

Interpretation 4: Bedarfe Adressat:innen

Die Liste der Fortbildungsbedarfe konnte mit den medienpädagogischen Fragestellungen in der Praxis der Fachkräfte in gewissem Sinne bestätigt werden. Alle dort gelisteten Themen kamen in der Praxis der Fachkräfte vor. Übereinstimmung zeigt sich auch für die Einschätzung notwendiger Maßnahmen für die Adressat:innen. Auch hier gibt es eine große Übereinstimmung zwischen den mitarbeitenden und den leitenden Fachkräften. Die 3 Themen „altersgerechte Mediennutzung“, „sicherer Umgang mit sozialen Netzwerken“ und „Cybermobbing“ ziehen sich durch alle Antworten als die am häufigsten genannten Themen. Gleichzeitig können aufgrund der Datenlage die übrigen Themen nicht vernachlässigt werden, da sie immer noch relevant häufig genannt werden. Einige, eher als Meta-Themen und aus dem pädagogischen Berufsverständnis heraus

relevante medienpädagogische Themen werden in der Praxis naturgemäß nicht konkret nachgefragt, scheinen als Fortbildungsbedarfe dennoch relevant, sinnvoll und berücksichtigungswert. Das sind insbesondere „medienpädagogische Methoden“, „digitale Beteiligungsmöglichkeiten“ und „Technikausstattung“ in den Einrichtungen. Die Auswertung der Maßnahmenbedarfe nach Leistungsfeldern gibt Einblick in die spezifischen Bedarfe aus dem Alltag der Fachkräfte.

Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 4: Bedarfe Adressat:innen

Für die Fachstelle lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten:

- Es wird empfohlen, die Themen aus der Liste der Fortbildungsbedarfe und Maßnahmenbedarfe in der Breite durch konkrete Fortbildungsangebote umzusetzen.
- Hierfür wird empfohlen, sich an der Differenzierung in Abbildung 43 zu orientieren und spezifische Angebote für die Fachkräfte in den jeweiligen Leistungsfeldern zu entwickeln.
- Zusätzlich häufiger genannte weitere Themen wie „Messenger“ und „Elternarbeit“ könnten in die Liste der Fortbildungsthemen ergänzt werden.

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

Der Wunsch nach dem häufiger genannten Thema "Elternarbeit" wurde um die Empfehlung der Verknüpfung von Angeboten für Eltern und Fachkräfte erweitert, da diese oft die gleichen Bedarfe haben.

9. Bedarfe und Wünsche an die Fachstelle

Im folgenden Abschnitt werden konkrete Bedarfe und Wünsche an die Fachstelle Medienpädagogik zusammengefasst. Es wurden Informationen über Informationskanäle, Perspektiven und Wünsche der Befragten an die Fachstelle erfasst.

Informationskanäle für Angebote der Fachstelle

Um an Informationen zur und von der Fachstelle Medienpädagogik zu gelangen wünschen sich die Fachkräfte in erster Linie Informationen über die eigene Website der Fachstelle und den Newsletter der Fachstelle (jeweils 50% der Nennungen). Des Weiteren wünschen sich die Fachkräfte eine Verteilung der Informationen über das städtische Portal „Jugendinfoservice“ und über die AG-Strukturen. Social-Media-Kanäle und der „Newsletter Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz“ werden auch genannt, spielen aber eher eine untergeordnete Rolle. Als sonstige Kanäle wurden genannt: Mailverteiler (2x), Verteiler Jugendamt Schulsozialarbeit, Persönliche Vorstellung der Mitarbeiter:innen.

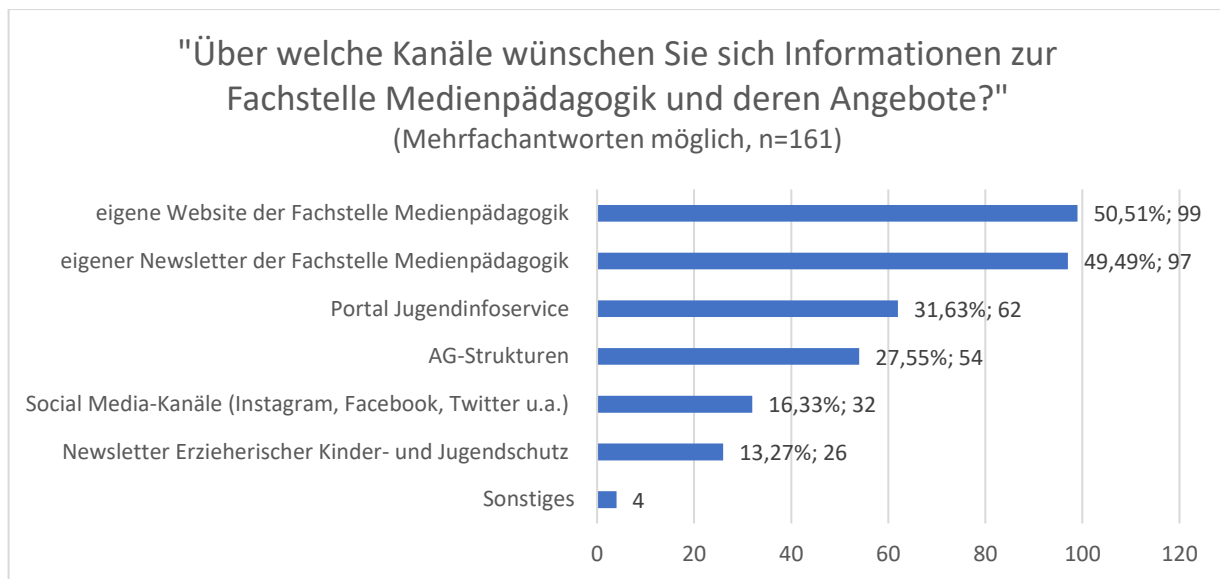


Abbildung 44: Bevorzugte Kanäle für Informationen aus der Fachstelle Medienpädagogik und Angeboten für Fachkräfte

Gefragt nach den bereits genutzten Informationsplattformen und -angeboten gaben die Fachkräfte in zwei offenen Fragen insgesamt 67 Einzelangebote oder Gruppen von Angeboten an.

Offene Fragen:

- „Welche Informationsportale nutzen Sie aktuell bereits, um sich über medienpädagogische Fragestellungen zu informieren?“, n=105
- „Welche davon können Sie empfehlen?“, n=63

Der Begriff „Informationsportale“ wurde dabei sehr breit interpretiert und es wurden Suchstrategien, genauso wie Social Media Plattformen, Newsletter und konkrete Webseiten und Social-Media-Kanäle angegeben. Die Antworten wurden sinngemäß geclustert und Nennungen ausgezählt. Am häufigsten wurde die Internetrecherche allgemein über Suchmaschinen genannt (29 Nennungen, 16%), gefolgt von „klicksafe.de“ (18 Nennungen, 10%) und dem Portal „Jugendinfoservice“ (17 Nennungen, 9%). An fünfter Stelle wird allerdings mit einer Häufigkeit von 14 Nennungen (7%) angegeben, dass die Fachkräfte bisher keine Informationsportale nutzen.

Als nächsthäufiges Cluster werden medienpädagogische Einrichtungen und die Netzwerkstrukturen genannt: „Medienkulturzentrum“ (10 Nennungen, 5%), AGs und Netzwerk (8 Nennungen), das eigene Team (6 Nennungen) und Social Web macht Schule (5 Nennungen). Unter sonstiges wurden 44 Informationsangebote jeweils einmal genannt⁴.

⁴ Nennungen unter Sonstiges: Jugendmigrationsdienst, Bits21, Jugendhilfeportal, Newsletter Landespräventionsstelle Sucht Sachsen, bpb.de, Handysektor, einfach.medien: Medienkompetenzportal vom NDR, internes Weiterbildungsangebot der Stadt Dresden, Angebote freier Träger, Angebote der BKE, mediennutzungsvertrag.de, Spieleratgeber (vorrangig aus NRW oder das Heft vom Bund (digitale Spiele pädagogisch beurteilt)), GESOP, Law for school, IGFH, Fachkräfteportal, Aktion Jugendschutz Bayern, Newsletter AFFT, c't, Chip, Golem, Google News, IT Partner, social media (hashtags), Shukura, AGBs von Intranetseiten/gesetzliche Voraussetzungen, Instagram Quarks, Fachstelle Medienpädagogik - Medienkulturzentrum Dresden e.V. - Kraftwerk Mitte 3 - 01067 Dresden - E-Mail: fachstelle@medienkulturzentrum.de - Tel.: 0351/21296850

Die Befragten geben für die genannten Kanäle auch weitestgehend an, diese empfehlen zu können. In der Reihenfolge der Empfehlungen sind dies: Klicksafe (14 Nennungen), Jugendinfoservice (11 Nennungen), Medienkulturzentrum (7 Nennungen), FAGs (5 Nennungen), Social Web macht Schule (4 Nennungen), Fachstelle Medienpädagogik (3 Nennungen), Schauhin.info (3 Nennungen), Netzwerk (3 Nennungen), Digitale Helden (2 Nennungen), LAG (2 Nennungen), Medienpädagogik Praxis Blog (2 Nennungen), Mimikama.at (2 Nennungen). Sowie der überwiegende Teil der schon oben unter „Sonstiges“ genannten Einzelnennungen. Zusätzlich empfohlen wurde jeweils einmal der Film „Zwischen den Welten“ und die Landesstelle Jugendinformation Sachsen-Anhalt (jissa).

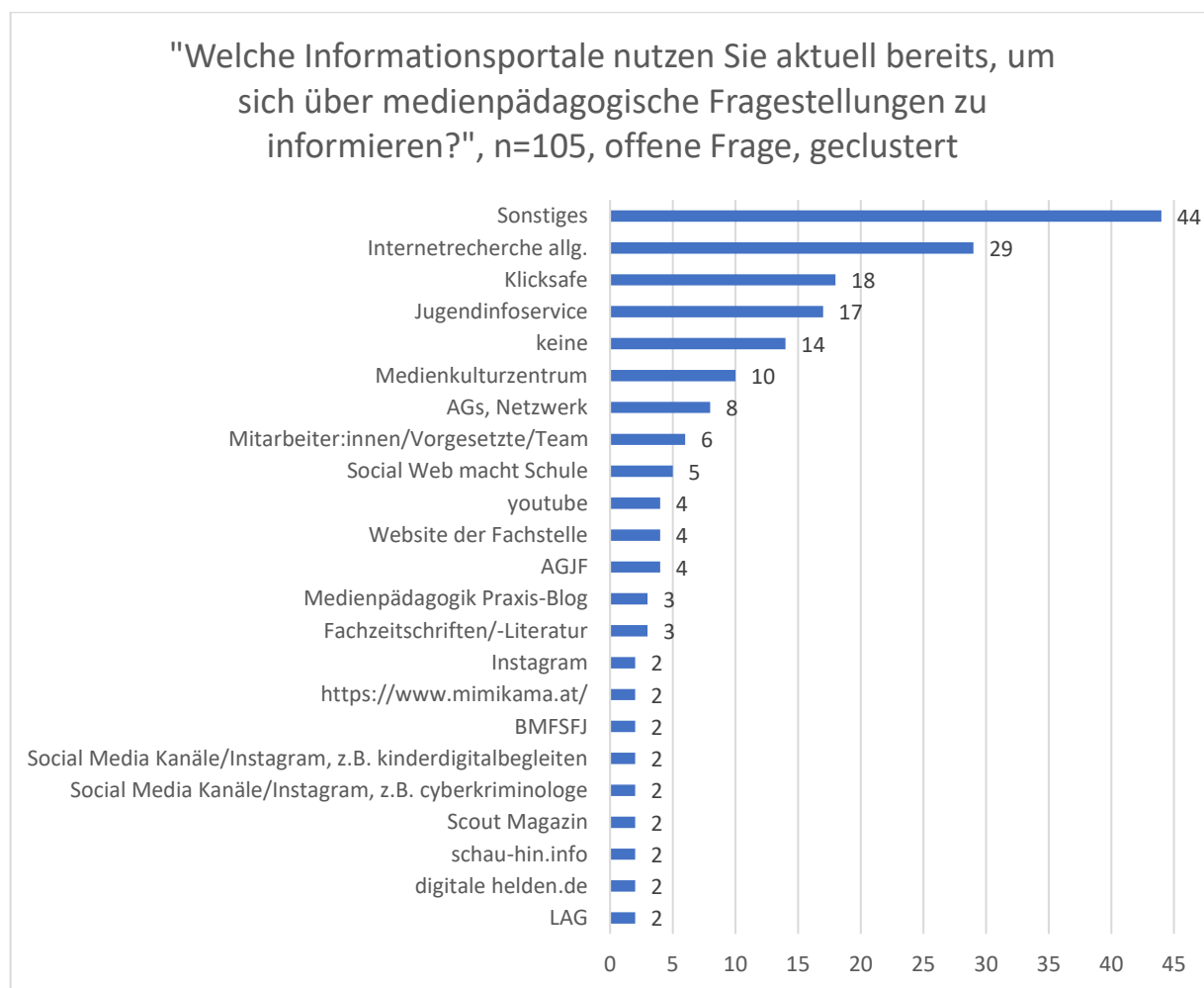


Abbildung 45: Informationskanäle der Fachkräfte bisher

Newsletter Forum Transfer, Gutes Aufwachsen mit Medien, Instagram tagesschau, Parität Newsletter, Flyer, Instagram Deutschlandfunk, mobilsicher.de, Fluter (Zeitschrift), Medienpädagogik Jugendleiter-Blog, Medienpädagogik der Vielfalt, facebook, Newsletter KJRS, facebook-Gruppe Medienpädagogik, juuuport, digitalangels, DAA Newsletter aus Hamburg, alle jugendrelevanten social media Plattformen.

Fachstelle Medienpädagogik - Medienkulturzentrum Dresden e.V. - Kraftwerk Mitte 3 - 01067 Dresden -
E-Mail: fachstelle@medienkulturzentrum.de - Tel.: 0351/21296850

Perspektivische Bedarfe

Gefragt nach den Bedarfen und Perspektiven für die eigene Arbeit, „um in Zukunft handlungssicher auf mediale Entwicklungen in der Gesellschaft und damit auch in Ihrem Arbeitsfeld reagieren zu können“, stimmten die Fachkräfte in den drei Bereichen: *Qualifizierung*, *technische Ausstattung* und *finanzielle Ausstattung* jeweils Aussagen zu. In keinem der Bereiche haben die Fachkräfte keinen Bedarf, alle angebotenen Auswahlmöglichkeiten wurden relativ hoch bewertet.

Die eigene Qualifizierung und die des Teams findet die breiteste Zustimmung. Dies deckt sich mit den weiter oben formulierten Fortbildungs- und Maßnahmenbedarfen. Die technische Ausstattung findet ebenfalls relativ breite Zustimmung, insbesondere der Punkt des medientechnischen Wissens zur Bedienung der Technik (45% volle Zustimmung). Im Bereich *Finanzierung* spielen die Themen „ausreichend Budget“ (für Expert:innen als auch für kurzfristige Maßnahmen; volle Zustimmung jeweils > 50%) eine wichtigere Rolle als das Thema „Fördermittelübersicht“ (volle Zustimmung bei 39% der Befragten).

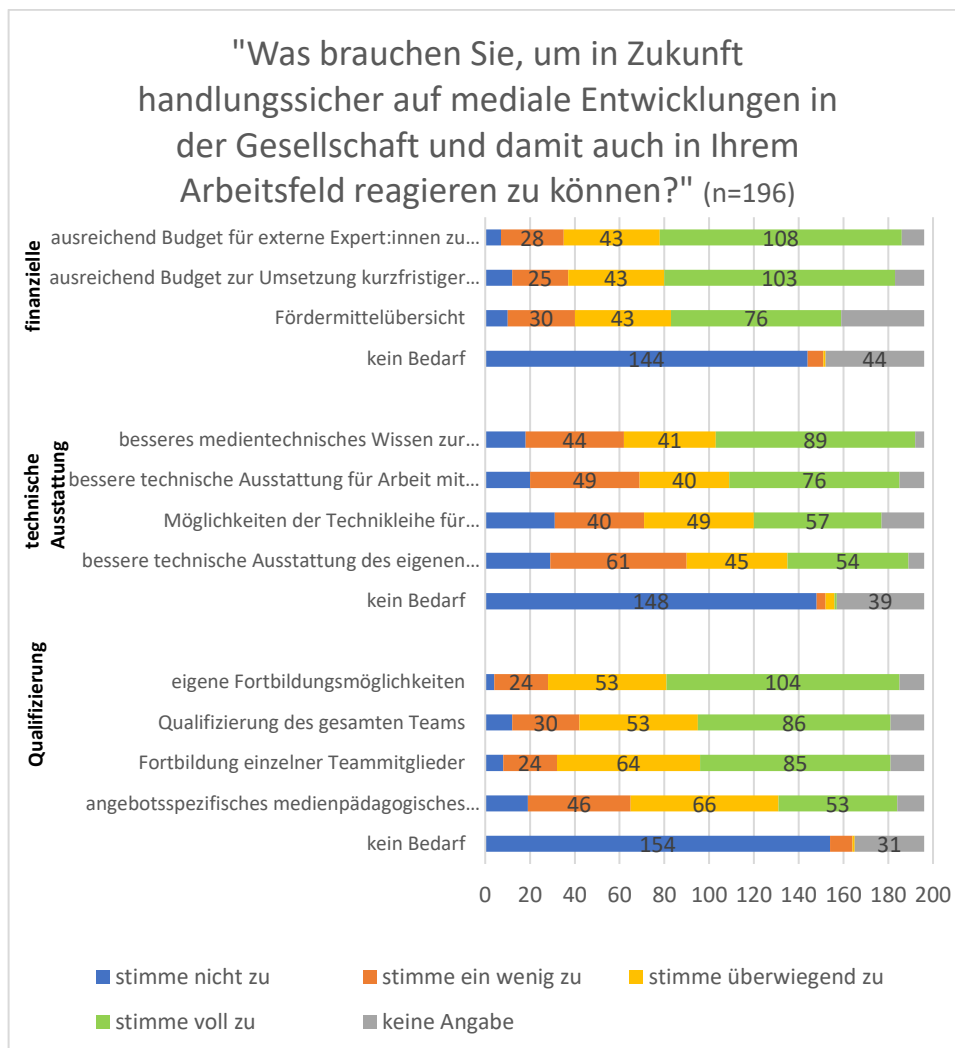


Abbildung 46: Einschätzung der Bedarfe für die eigene Arbeit

Wünsche an Fachstelle

Die Befragten konnten in den vier Bereichen „Vernetzung“, „Angebote an eigene Adressat:innen“, „Beratung“ und „Qualifikation“ Punkten zur Frage „Was wünschen Sie sich von der Fachstelle?“ zustimmen.

Zu allen Bereichen und Einzelpunkten ist die Zustimmung hoch bis sehr hoch. Die höchsten Zustimmungswerte erzielten im Bereich Qualifikation die Punkte

- „Organisation von Fachtagen zu medienpädagogischen Themen“ (Zustimmung aggregiert 162 Nennungen, 82,7 %),
- „Vermittlung von medienpädagogischen Expert:innen“ (Zustimmung aggregiert 83,6 %) und
- „(regelmäßige) Fortbildungen für einzelne Fachkräfte“ (Zustimmung aggregiert 86,2 %).

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

Kurze (2-3h) Erstfortbildungen zu inhaltlichen "blinden Flecken" sind gewünscht, um leistungsfeldspezifische Grundlagen zu schaffen. Hierbei können auch themenspezifische Handlungsfragen eine Rolle spielen. Anschließend regelmäßige Selbstchecks (z.B. in Form von Teamvarianten) können dafür sorgen, die eigene Haltung und den eigenen Wissensstand regelmäßig zu hinterfragen und sich diesem spielerisch anzunähern. Wünschenswert ist ein "ABC der Medienpädagogik". Die Fachstelle sollte zu verschiedenen Themen wichtige Begriffe und Trends erklären und grundlegende Vorgehensweisen und Methoden an die Hand geben.

Darüber hinaus sollten weiterführende Fortbildungen positive digitale Wirkungs- und Handlungsmöglichkeiten thematisieren, die unter anderem auch Tools, Games, Websites, Apps oder andere Informationen beinhalten können. Regelmäßige Einblicke in die aktuelle Jim-Studie sollten ebenfalls berücksichtigt werden.

Wichtig ist zudem, positive medienpädagogische Erfahrungen zu schaffen, um alle Menschen zu erreichen. Die motivierende und anregende Gestaltung medienpädagogischer Inhalte sollte dabei Grundlage der Vermittlung und Aneignung darstellen.

Es ist ebenso wünschenswert, in Gruppenberatungen sowie Einzelarbeiten mit den Adressat:innen selbst, methodisch und inhaltlich unterschiedliche Ansätze herauszuarbeiten und durchzuführen.

Ergänzend zu medienpädagogischen Fachtagen und Fortbildungen für Fachkräfte, ist die Bereitstellung von Videos als Basis für weiterführende medienpädagogische Inhalte gewünscht. Dadurch sollen zeitliche Barrieren abgebaut werden.

Im Bereich „Vernetzung“ fällt die höchste Zustimmung auf die Punkte

- „Verleih mobiler Technik, Software, digitaler Räume“ (Zustimmung aggregiert 90,8 %) und
- „gebündelte Darstellung von Fortbildungsangeboten für Fachkräfte in Dresden“ (84,7 % Zustimmung aggregiert).

Kein Bereich oder kein Einzelpunkt können als nicht gewünscht eingeordnet werden.

Ergänzungen zum Fragebogen aus der Qualifikationsrunde:

In Bezug auf den Verleih mobiler Technik wurde der Wunsch um eine ausführliche Beratung von Adressat:innen bezüglich eigener Technikanschaffung erweitert.

Die Qualifikationsrunde bestätigte ebenso den Wunsch nach einer Plattform zur Bündelung von medienpädagogischen Inhalten, Best Practices und Anlaufstellen. Gewünscht sind eine spezifische Übersicht und individuelle Beratung über bestimmte Angebote/Fortbildungen für verschiedene Zielgruppen. Wünschenswert ist zudem eine grundlegende Broschüre in leichter Sprache zum niedrigschwelligen Einstieg in medienpädagogische Themen und Methoden. Teil davon sollte ein *'How to'* sein, um anschließend ins Handeln überzugehen. Auf diese sowie weitere (themenspezifische) Broschüren und relevante Inhalte sollte die Plattform ebenso verweisen. Generell besteht der Wunsch, dass Anlaufstellen und Informationen durch Fachkräfte leichter zu finden sind, weshalb Überlagerungen zu anderen Akteuren ebenso bestehen und die Inhalte dadurch an mehreren Stellen zu finden sein sollten.

Aus der Qualifikationsrunde geht ebenso der Wunsch nach einem Newsletter (E-Mail) hervor, um diese an die Fachberatung und anschließend an Kolleg:innen weitergeben zu können. So werden bereits bestehende Strukturen genutzt um Informationen zu verbreiten, wodurch spezifische Themen aktuell und lebendig gehalten werden.

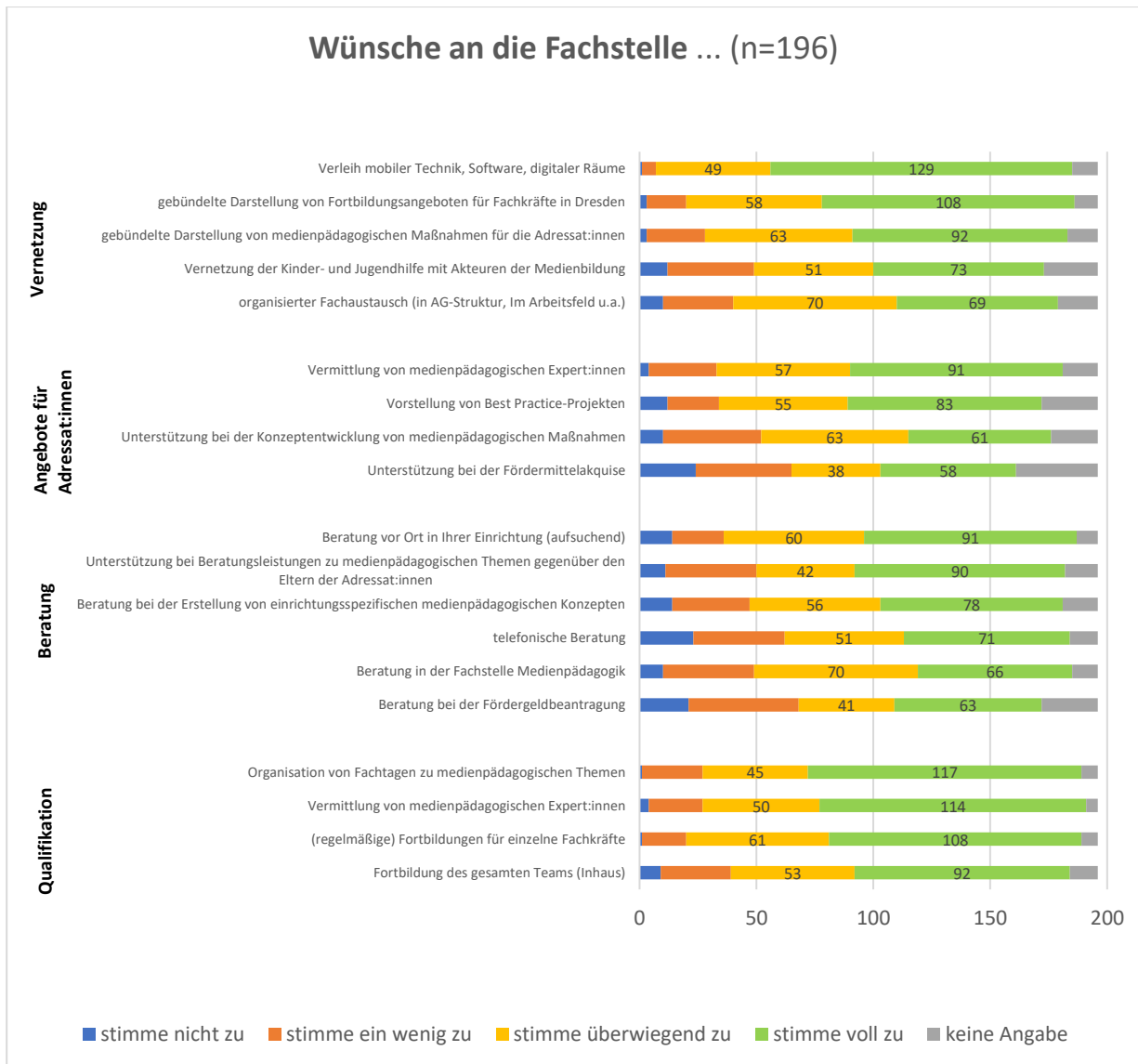


Abbildung 47: Wünsche an die Fachstelle

Ergänzungen

„Sollte bis zu diesem Punkt etwas noch nicht berücksichtigt worden sein, was Ihnen wichtig ist, zu erwähnen, haben Sie hier die Möglichkeit, dies noch zu ergänzen.“

Es wurden 10 Antworten gegeben, die von einzelnen konkreten Ideen (Sammlung von Best-Practice-Angeboten zum Abschauen, Beratungsangebot für Familien, Angebote für Schüler:innen, Vernetzung mit gewerblichen Anbietern) über vorab zu regelnde Infrastrukturbedingungen (technische Ausstattung der Einrichtungen und Fachkräfte, Kompatibilität zwischen Trägern, Kostenerstattung, Datenschutzregelungen, Medienpädagogik als zusätzliche oder dezidierte Aufgabe), Ideen für systematische Kommunikation und Austausch (Fachaustausch, Querschnittsaufgabe, Kommunikation mit anderen Fachstellen) sowie

Grundsatzfragen für die eigene professionelle Haltung und Arbeit (z.B. hinsichtlich Rechtsnormen wie Datenschutz und methodischer Umsetzung).

- *„Wo kann man sich evtl. etwas anschauen? - Wir sind im Kontakt mit Kreisjugendring München-Land, die eben intern eine E-Learning-Plattform aufgesetzt haben und diese perspektivisch öffnen wollen.“*
- *„Informationen für die Träger (Vorstände der Verein) und deren IT-Expert:innen, welche Soziale Medien in der OKJA mit Blick auf den Datenschutz erlaubt werden können. Oft scheitert eine Vernetzung mit Adressat:innen daran, dass die Fachkräfte nicht jene Chats nutzen dürfen, in denen Jugendliche unterwegs sind (und deshalb auf Diensthandys nicht verwendet werden dürfen).
Die laufenden Kosten für Handys (inkl. Verträge) sind so hoch, dass z.B. für ein Team von sieben Fachkräften, welche sich 3,0 VzÄ teilen, nicht jede:r Kolleg:in ein Handy vom Träger gestellt bekommen kann. Das Internet in den Einrichtungen auf die Bedarfe der Fachkräfte und der Adressat:innen gleichzeitig abzustimmen, ist eine weitere Herausforderung.
Damit Adressat:innen das freie W-Lan der Einrichtung nutzen könnten, müsste zum einen genug Datenstrom anliegen und es müsste ein "geschütztes" Internet vorliegen, was für uns nicht gegeben ist. Deshalb darf das W-Lan durch Adressat:innen nicht genutzt werden. Das Vorhandensein eines Medienpädagogischen Konzeptes könnte - ähnlich wie andere Schutzkonzepte - eine Forderung im Zuwendungsbescheid sein. Natürlich mit der Zusage der dafür erforderlichen Finanzen und Technikausstattung! Vielen Dank für die guten Fragestellungen!“*
- *„Beratungsangebot zur Weitervermittlung für Familien im Stadtteil Pieschen“*
- *„Wunsch: mehr kostenfreie / kostengünstige medienpädagogische Angebote für unsere Schüler*innen zu o.g. Themen, realisiert durch externe Anbieter (aus zeitlichen Gründen von mir nicht allein realisierbar)“*
- *„Gerne können wir als Fachstellen schauen, wie sie eure Arbeit mit anderen Querschnittsaufgaben (geschlechterreflektierende Arbeit, migrationspezifische Arbeit usw.) verknüpfen lässt.“*
- *„Diese Medienwelt(vielfalt) ist die komplette Überforderung, schon für die Menschen die sie irgendwie interessant finden. Das kann ein Sozialarbeitender, wenn man das Thema ernst nimmt (und das sollte man angesichts der Relevanz), nicht "nebenbei" arbeiten. Dafür braucht es einen extra professionellen Mitarbeitenden, zumindest am Standort Schule.“*
- *„Unterstützung bei dem finanziellen Budget der technischen Ausstattung, Vernetzung mit gewerblichen Firmen/ Anbietern Unterstützung bei der technischen Kompatibilität zwischen öffentlichem und freiem Träger“*
- *„Wie können wir die Gesellschaft zu dem Thema sensibilisieren? Es guckt jeder nur aufs Handy. Wie sollen die Kinder lernen, dass das Handy nicht der Lebensinhalt ist. Bereits*

ganz kleine Kinder werden mit Handy und Co. "ruhiggestellt". und Eltern machen sich gegenseitig fertig in sozialen Netzwerken bzw. "überinformieren" sich. "

- *„Fachaustausch als Querschnittsaufgabe, damit es bei allen ankommt.“*
- *„Zum Punkt: Vernetzung der Kinder- und Jugendhilfe mit Akteuren der Medienbildung Aus Fortbildungserfahrung mit Akteur*innen der Medienbildung/Medienkulturzentrum in Dresden wäre zu klären, ob Soziale Arbeit und Medienpädagogik ähnlichen Paradigmen folgt. Kontrovers ist z.B. Rechtsnormen zum Datenschutz nicht klar zu altersgemäßen Mediennutzung durch Pädagog*innen mit Adressat*innen abzugrenzen (z.B. Discord). In diesem Zusammenhang sind medienpädagogische Fortbildungsangebote auch dann nicht förderlich, wenn das Narrative von "mutigen Fachkräften" (Datenschutz und altersgemäße Mediennutzung ist uns nicht so wichtig) und die "ängstlichen Fachkräfte" (alle anderen unterteilt) bedient wird. Medienpädagogik und deren Fachkräfte sollte hier eine klare und professionelle Haltung haben und diese auch artikulieren. "*

Interpretation 5: Wünsche an die Fachstelle

Die gewünschten Kommunikationskanäle sind die Website und der Newsletter der Fachstelle selbst, aber auch die AG-Strukturen und der Jugendinfor-service. Bisher genutzte und empfohlene Kanäle sind hingegen vielfältig und zeigen, auf wie vielen verschiedenen Wegen sich die Fachkräfte bereits informieren. Die fünfthäufigste Nennung fällt allerdings auf die Antwort, es würden „keine“ Informationsportale genutzt, um sich über medienpädagogische Fragestellungen zu informieren. Angesichts der Vielfältigkeit des Themas und der Schnelligkeit der Inhalte medienpädagogischer Fragestellungen, erscheint das zu häufig genannt und veränderungswürdig.

Als perspektivische Bedarfe für das handlungssichere Reagieren auf mediale Entwicklungen in ihrem Arbeitsfeld gaben die Fachkräfte in allen Bereichen hohe Zustimmungen. Die Qualifikation als größter Bedarf steht in Übereinstimmung mit der hohen Relevanz, die der Qualifikation in den vorherigen Fragen beigemessen wurde. Darüberhinaus zeigt die Abfrage der perspektivischen Bedarfe allerdings, dass Qualifikationen allein nicht ausreichen, sondern von angemessener technischer und finanzieller Ausstattung flankiert sein müssen. Den Anforderungen an eine gelingende Umsetzung ist also auf allen drei Ebenen zu begegnen.

Die Wünsche an die Fachstelle sind sowohl stark bezüglich der Zustimmungswerte zu den einzelnen Aussagen als auch vielfältig in der Breite der Unterstützungsbedarfe. Sowohl im Bereich der Vernetzung (und hier wiederum sowohl auf der Ebene der Vernetzung zwischen Fachkräften, Informationsaustausch und technischer Infrastruktur), als auch im Bereich der Angebote für Adressat:innen, sowie im Bereich der Beratung (sowohl konkret inhaltlich als auch übergreifend organisatorisch und finanziell) und der Qualifikation, wird Unterstützung gewünscht. Im Sinne der Fachkräfte sollte die Fachstelle all diese Punkte mehr oder weniger gleichermaßen abdecken.

Bei den weiteren offenen Punkten wurden nach dem – zugegeben – langen Fragebogen „nur“ noch 10 offene, ergänzende Antworten gegeben. Diese Antworten sind alle als relevant zum Thema zu

interpretieren, wenngleich nicht alle lösbar erscheinen. Eine Auseinandersetzung mit den genannten Themen scheint aber angemessen.

Handlungsempfehlungen für die Fachstelle 5: Wünsche an die Fachstelle

Für die Fachstelle lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten:

- Die Fachstelle sollte sich ein stimmiges Konzept für die Kommunikation empfehlenswerter und eigener Angebote überlegen und die gewünschten Kanäle (v.a. eigene Website, eigener Newsletter, AG-Strukturen und Jugendinfor-service) in angemessenem Umfang und Frequenz bespielen.
- Die bisher genutzten und empfohlenen Informationsportale der Fachstelle sollten genauer betrachtet werden und gegebenenfalls Schnittstellen, Vernetzungen und Empfehlungslisten konzipiert werden. Insbesondere mit Empfehlungslisten könnten die Fachkräfte motiviert und befähigt werden, sich regelmäßig zu medienpädagogischen Fragestellungen zu informieren, die das bisher noch nicht machen.
- Neben einem starken Fokus auf Qualifizierungsangebote für die Fachkräfte, sollte die Fachstelle auch Unterstützungsangebote hinsichtlich der technischen und finanziellen Umsetzung der Bedarfe der Fachkräfte berücksichtigen. Hier bedarf es weiterer Konkretisierungen, wie eine solche Unterstützung gestaltet und umgesetzt werden kann.
- Die Fachstelle sollte sich mit den an sie herangetragenen Wünschen auseinandersetzen und prüfen, inwiefern sie alle genannten Punkte in der Breite und Umfänglichkeit umsetzen kann. Die Ergebnisse machen deutlich, dass im Sinne der Fachkräfte kein Tätigkeitsbereich mangels angezeigtem Interesse ausgelassen werden sollte. Allerdings ist über die Leistbarkeit des gesamten Spektrums zu entscheiden und die Entscheidung an die Fachkräfte zu kommunizieren.
- Die unter „Ergänzungen“ genannten Punkte sollten zudem berücksichtigt werden und nach Möglichkeit Lösungen oder transparente Argumentation erarbeitet werden. Werden die genannten tieferliegenden Probleme nicht bearbeitet, kann dies zu Frustration bei den Fachkräften führen.

Ergänzungen durch die Qualifikationsrunde:

Die Fachstelle sollte sowohl gegenüber Fachkräften als auch gegenüber Eltern der Adressat:innen (im (Vor)Schulalter) klare Botschaften und Haltungen vermitteln, die auch positive Aspekte der Mediennutzung vermitteln. Die Rechte der Kinder und Jugendlichen in Bezug auf den Umgang mit Medien sollten klar kommuniziert werden.