



ARBEITSGEMEINSCHAFT
JUGENDFREIZEITSTÄTTEN
Baden-Württemberg e.V.

**OFFENE KINDER- UND JUGENDARBEIT
WÄHREND DER PANDEMIE**

ERGEBNISSE EINER BEFRAGUNG VON FACHKRÄFTEN DER OFFENEN KINDER- UND JUGENDARBEIT IN BADEN-WÜRTTEMBERG

INHALT

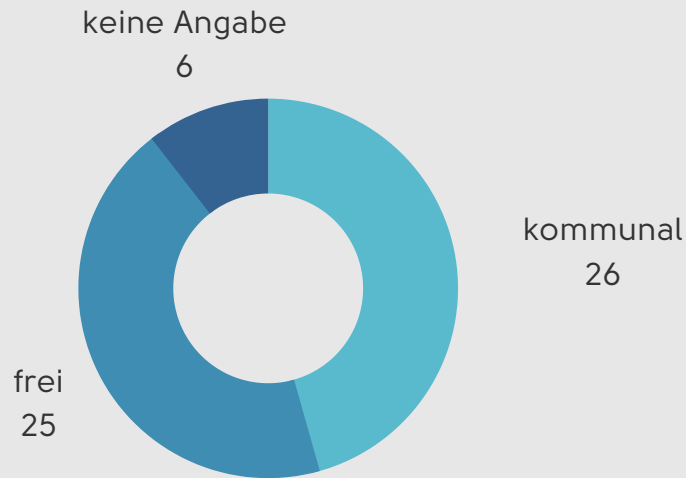
1. Informationen zu den beteiligten Einrichtungen.....	3
2. Tätigkeiten der Fachkräfte während der Schließungen.....	5
3. Kooperationen.....	6
4. Erreichbarkeit während der Schließungen.....	7
5. Wer wurde nicht erreicht?.....	9
6. Angebote - Was fand statt?.....	13
7. Beratung.....	17
8. Bedarfe und Ziele.....	20
9. Mitwirkung an den Angeboten.....	24
10. Wirkungen und Reaktionen auf die Angebote.....	25
11. Faktoren für ein gutes Gelingen der Online-Angebote.....	31
12. Fazit und Empfehlungen.....	37

Die Befragung zur Situation der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) in Baden-Württemberg während der Pandemie erfolgte von Juli 2020 bis Februar 2021. An der Befragung beteiligten sich 57 Fachkräfte aus Baden-Württemberg, deren Einrichtungen OKJA anbieten. Im Folgenden werden die Einrichtungen aufgrund von Lesefluss und Anonymisierung einheitlich „Jugendhaus/-häuser“ bezeichnet. Hierin enthalten sind alle beteiligten Kinder- und Jugendtreffs, Jugendräume, Jugendbegegnungsstätten, Jugendzentren, Aktivspielplätze, Spielmobile und weitere Einrichtungen der OKJA. Die Fachkräfte wurden nach ihrer Ausgangssituation und ihrer Ausstattung befragt und danach, was sich durch den Corona-Lockdown veränderte. Zudem beantworteten die Fachkräfte Fragen zu ihren Aktivitäten während der Lockdowns - wer wurde erreicht, was gab es für Probleme und welche Angebote konnten realisiert werden?



INFORMATIONEN ZU DEN BETEILIGTEN EINRICHTUNGEN

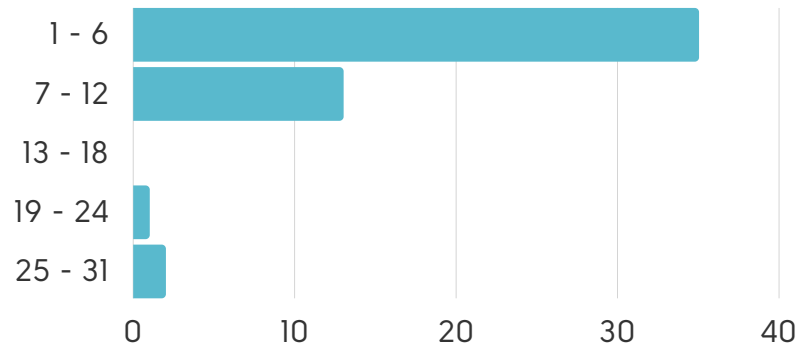
Träger der Einrichtungen



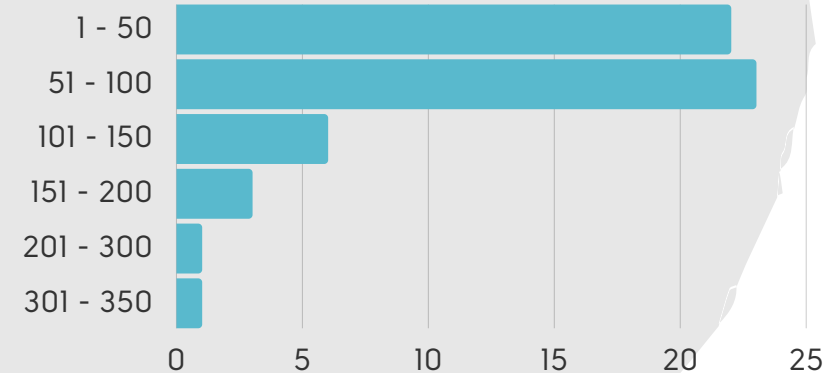
Die Hälfte der Einrichtungen, deren Fachkräfte sich an der Befragung beteiligten, steht unter einer freien, die andere Hälfte unter einer kommunalen Trägerschaft. Die Träger unterscheiden sich stark in ihrer Größe. Die meisten der beteiligten Träger betreiben zwischen einer und sechs Einrichtungen.

Größe der Träger

Anzahl der Einrichtungen des Trägers

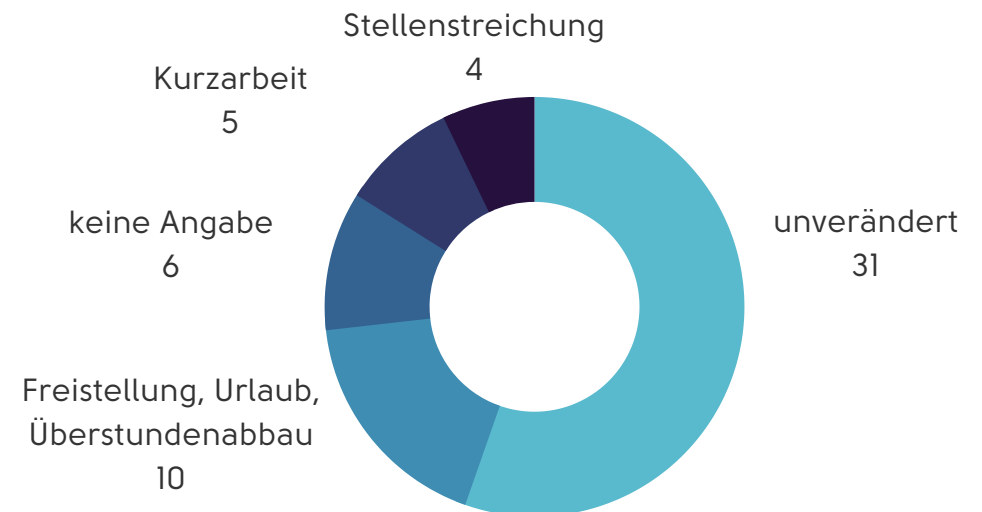


Gesamtwochenstunden



Die Gesamtwochenstunden, die alle hauptamtlich Beschäftigten in der Einrichtung leisten, unterscheiden sich ebenfalls stark. Die geringste Angabe waren vier Wochenstunden, die höchste angegebene Gesamtstundenanzahl beträgt 327 Wochenstunden.

Entwicklung Stellenanteile (März 2020 - Ende 2020)



In keiner der an der Befragung beteiligten Einrichtungen nahmen die Vollzeitäquivalente in der „Corona-Zeit“ zu. Bei den meisten der teilnehmenden Einrichtungen haben sich die Stellenanteile in dieser Zeit nicht verändert. Ein Teil der Fachkräfte wurde freigestellt (bei Lohnfortzahlung), musste Urlaub nehmen oder Überstunden abbauen. Am häufigsten passierten Freistellungen, Urlaub und Überstundenabbau in den Monaten März und April zu Beginn der Pandemie 2020. In fünf der 57 Einrichtungen wurden die Fachkräfte in Kurzarbeit beschäftigt. In drei berichteten Fällen wurden Stellenanteile (zeitweise) gestrichen, in einem Fall gab es eine Neubesetzungssperre von Mai 2020 bis Ende 2020.

Einsatz an anderer Stelle

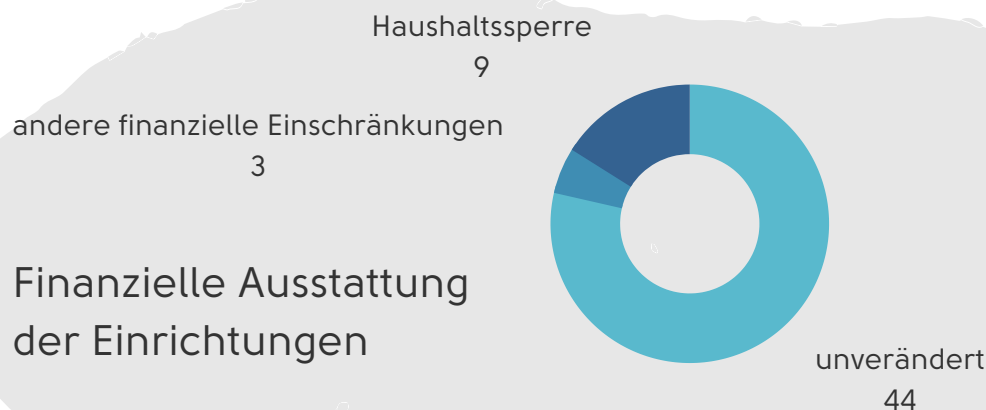
Einige Fachkräfte gaben an, dass sie in anderen Bereichen der Einrichtung, in anderen Einrichtungen desselben Trägers oder sogar in anderen Abteilungen und Fachbereichen eingesetzt wurden, z.B. im Kitabereich, bei der Ausstellung von Quarantäneverfügungen oder in der Not- und Mittagsbetreuung der Schule. Vereinzelt wurde berichtet, dass Fachkräfte zu Beginn der Pandemie zur "Kontrolle" der gesperrten Spiel- und Bolzplätze eingesetzt wurden und zur Prüfung der Einhaltung von Corona-Regeln im Sozialraum. In einem Fall unterstützte ein Teil der Mitarbeitenden das Ordnungsamt bei der Kontaktpersonenermittlung. Die Rückmeldungen legen nahe, dass alle diese Fachkräfte spätestens ab September (oder früher) wieder an ihrem regulären Arbeitsplatz arbeiteten.

Viele Fachkräfte konnten (und durften) ihren Arbeitsumfang während der gesamten Zeit in ihrer Einrichtung mit angepassten Angeboten, Einzelkontakten und telefonischer Beratung ausfüllen. Die ersten Einrichtungen öffneten bereits im Juni 2020 unter Auflagen wieder.

Finanzielle Ausstattung

Positiv konnte bemerkt werden, dass der Finanzrahmen für die große Mehrheit der Einrichtungen, die sich an der Befragung beteiligten, auch während der Corona-Lockdowns gleichblieb und es bei keiner Einrichtung umfassende finanzielle Kürzungen gab. Allerdings berichteten 12 Einrichtungen über Haushaltssperren von bis zu 100%, das Streichen von Anschaffungen und das Verschieben von Wiedereinstellungen und Neubesetzungen. Zudem wurde über fehlende Einnahmen durch Veranstaltungen, Mieten und Thekenverkäufe berichtet.

Mehrere Einrichtungen berichteten über eine relativ stabile finanzielle Situation, formulierten jedoch ihre Sorgen bezüglich der zukünftigen Finanzierung: in mehreren Fällen wurde von finanziellen Einsparungen in 2021 gesprochen. In einem Fall gab es die konkrete Absicht eines / einer Oberbürgermeister*in Kürzungen bei den neuen Verträgen der Fachkräfte vorzunehmen, was allerdings durch den Gemeinderat verhindert werden konnte. In anderen Einrichtungen wurden Projektanträge abgelehnt oder die Anträge wurden bislang noch nicht geprüft, was für die Arbeit der Fachkräfte eine große Unsicherheit und unter Umständen auch eine große Einschränkung der Handlungsfähigkeit bedeuten kann.



TÄTIGKEITEN WÄHREND DER SCHLIEßUNGEN

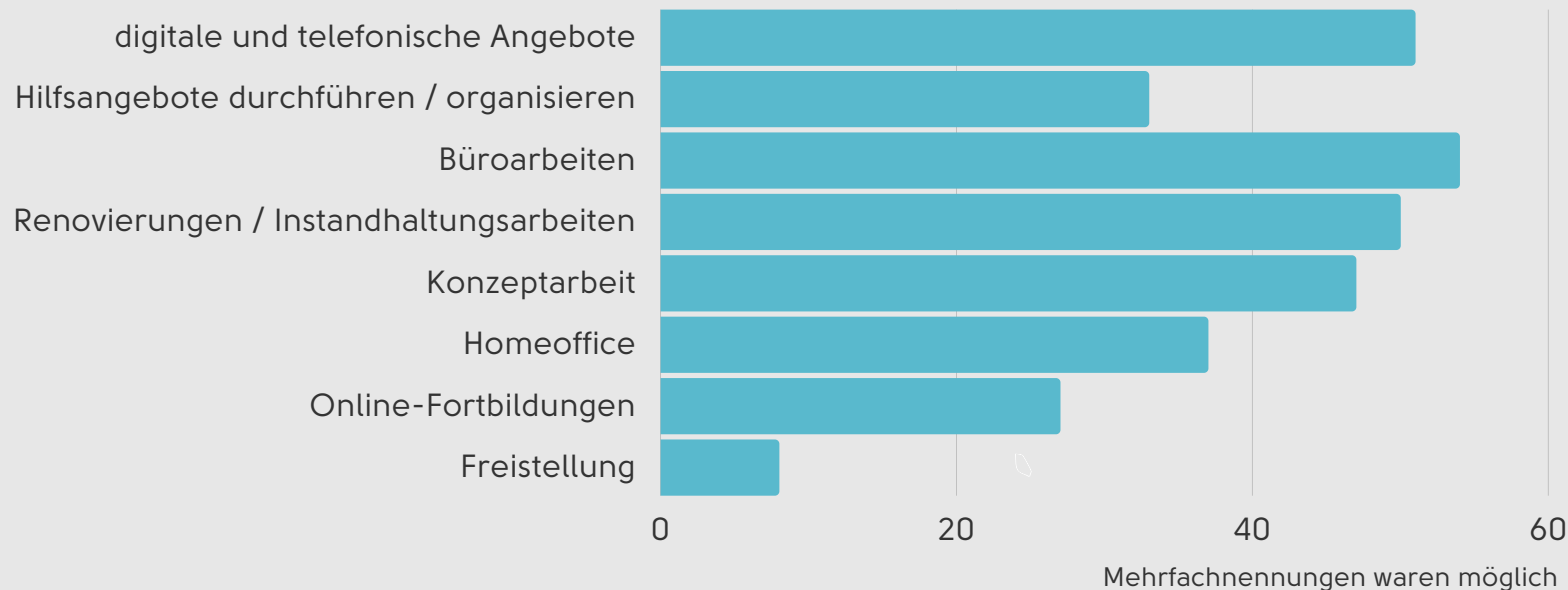
Die Fachkräfte wurden in der Umfrage danach gefragt, welche Tätigkeiten während der Schließungen stattfanden. Die Mehrheit der Fachkräfte leistete digitale und telefonische Angebote, wie Beratung der Kinder und Jugendlichen. Nur sechs der 57 befragten Fachkräfte gaben nicht an, "digitale und telefonische Angebote" durchgeführt zu haben. Vier Fachkräfte gaben an, dass auch während und nach der Corona-Zeit keine digitalen Angebote stattfanden.

Neben Angeboten für die Kinder und Jugendlichen nutzten viele Fachkräfte die Zeit für Büroarbeiten, Konzeptarbeit und Renovierungen oder Instandhaltungsarbeiten.

Außerdem mussten Innenraumangebote den Hygiene- und Abstandsvorschriften angepasst werden und es musste ein Hygiene- und Abstandskonzept für die Zeit nach der Wiedereröffnung erarbeitet werden. In (mindestens) zwei Fällen wurde eine neue Konzeption und Sozialraumanalyse entwickelt.

Knapp die Hälfte der Fachkräfte gab an, Online-Fortbildungen besucht zu haben. Fachkräfte nahmen außerdem zum Teil regelmäßig an digitalen Austauschtreffen und verschiedenen Arbeitskreisen und Netzwerken teil. In vielen Fällen veränderte sich die Form der Austausche und Kontakte zu Kooperationspartner*innen.

Tätigkeitsfelder während der Schließungen



KOOPERATIONEN

Mehrere Fachkräfte berichten über eine verbesserte Vernetzung zu anderen Jugendhäusern und zu den Kolleg*innen aus dem Streetwork. Diese fand zur gemeinsamen Planung bestimmter Aktionen, zur Abstimmung von Angeboten oder zum kollegialen Austausch statt. Außerdem wurden Verbindungen unter den Social-Media-Kanälen der Einrichtungen aufgebaut. Online-Angebote wurden gegenseitig zur Kenntnis genommen, geliked und es gab auch Challenges zwischen den Einrichtungen.

"Das Ziel die Jugendlichen mit den Videos zu erreichen wurde leider weniger umgesetzt. Die Vernetzung mit anderen Jugendhäusern wurde jedoch viel besser und wir haben jetzt quasi einen Angebotskatalog für Zeiten, in denen wir im Jugendhaus wieder Angebote durchführen dürfen."

"Durch die Online-Angebote konnten zudem Mitarbeitende aus anderen Jugendhäusern oder der Verwaltung besser erreicht werden. Diese konnten nachvollziehen, welche Angebote stattfinden."

Kooperationen fanden außerdem mit Schulen - meist über Schulsozialarbeiter*innen -, Integrationspartner*innen oder der Gemeinde statt. In diesen Kooperationen entstanden häufig gemeinsame Angebote wie ein Sommerferienprogramm, eine Stadtrallye, ein Filmprojekt oder die Vermittlung von Ansprechpersonen an Jugendliche. Vereinzelt wurden neue Kooperationen zu Vereinen, Kindertageseinrichtungen, sowie der Ortpolizeibehörde aufgebaut.

Einige Fachkräfte beteiligten sich auch an Hilfsnetzwerken. In zwei Fällen wurde Hilfe koordiniert, um Familien und ältere Menschen mit (warmen) Essen zu versorgen. In einem anderen Fall um Masken an Geflüchtete zu vermitteln.

Während die meisten der befragten Fachkräfte angaben, den Kontakt zu Kooperationspartner*innen gepflegt und teilweise auch gemeinsame Aktionen durchgeführt zu haben, fanden vereinzelt Kooperationen nicht mehr statt, da Kooperationspartner*innen komplett geschlossen hatten, mit ihren eigenen Verordnungen beschäftigt und eingeschränkt gewesen waren oder in einem Fall selbst ihrer Arbeit enthoben waren.

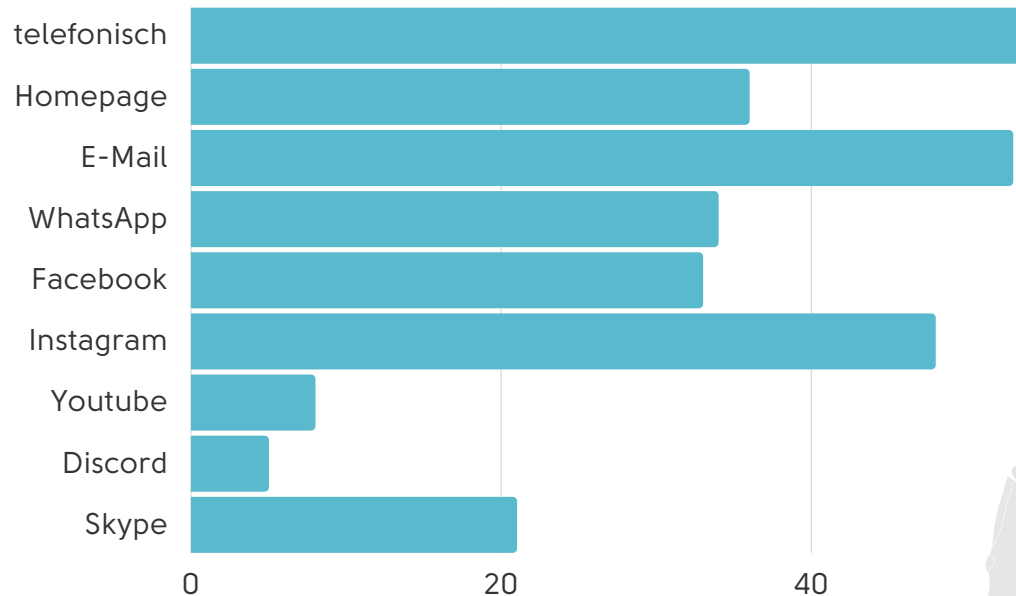
Gute Kooperationen und Vernetzungen wurden als Erfolgsfaktoren für die Handlungsfähigkeit in den Lockdowns benannt, „gute Vernetzung machte sich in der Krise bezahlt.“

ERREICHBARKEIT

Fast alle Fachkräfte gaben an, dass sie während der Lockdowns telefonisch erreichbar waren. 54 Fachkräfte kreuzten dieses Feld an, eine Fachkraft antwortete hier „teilweise“ und nur zwei weitere Fachkräfte machten hier keine Angabe. Als Messenger-Dienst wurde nach den Angaben der Fachkräfte WhatsApp am häufigsten genutzt. Unter den genutzten Social-Media-Plattformen wurde Instagram am häufigsten genutzt.

Als Kommunikations- bzw. Videokonferenzsoftware wurden neben Skype und Discord TeamSpeak, Microsoft Teams, BigBlueButton und Zoom genutzt.

Erreichbarkeit während der Schließungen



Mehrfachnennungen möglich

Die Kinder und Jugendlichen während der Lockdowns zu erreichen war für die Fachkräfte eine zum Teil sehr große Herausforderung. Um Angebote annehmen zu können, mussten die Kinder und Jugendlichen überhaupt davon erfahren, dass es ein alternatives (während der Schließungen meist digitales) Angebot der OKJA gibt. Mehrere Fachkräfte gaben an, dass sie keinen Kontakt zu ihren Besucher*innen herstellen konnten, da keine Kontaktdaten vorhanden waren (aufgrund von Datenschutz oder dem Prinzip Offenes Angebot).

„Nur wenige Kinder und Jugendliche haben von dem Alternativangebot in der offenen Arbeit erfahren. Einige haben die Aushänge und Flyer nicht wahrgenommen.“

„Manch einer hat bis jetzt nichts von unseren Livestreams oder unserer Internetpräsenz gehört, wenn es zu solchen Fällen kommt, ist danach im Anschluss ein Anstieg einzelner Videos zu verzeichnen.“



"Aufgrund der abrupten Schließung und fehlenden Vorbereitungsphase darauf in Verbindung mit der Tatsache, dass wir keine Kontaktdaten der Besucher hatten und diese zu Beginn schwer bis gar nicht erreichen konnten, war die Beteiligung anfänglich sehr schwer/nicht möglich. Somit mussten wir zunächst verschiedene Möglichkeiten, um in Kontakt zu kommen, testen (Flyer verteilen und auslegen, sowie über die Verteilermöglichkeiten nahegelegener Schulen streuen, Instagramaccount, Fensterwerbung, Aushänge mit dem Ziel telefonisch oder über einen digitalen Zoomtreff in Kontakt zu kommen)."

Um den Kontakt zu Kindern und Jugendlichen (wieder-) herzustellen, investierten mehrere Fachkräfte Zeit in Öffentlichkeitsarbeit um über ihre (alternativen) Angebote zu informieren - im Gemeindeblatt, über Newsletter, Kinderzeitung, Flyer und Infobriefe. Zudem gestalteten die Fachkräfte Fensterbotschaften oder Banner mit Botschaften am Jugendhaus - auch um den Kindern und Jugendlichen, die nicht erreicht wurden, mitzuteilen, dass die Fachkräfte an sie denken und sie nicht vergessen haben. Hierdurch wurde auch gegenüber anderen Akteur*innen Präsenz gezeigt. Eine Fachkraft beschreibt, dass durch die Öffentlichkeitsarbeit ein Gefühl von Stabilität und »Kümmern« vermittelt worden sei, wodurch es vielfach positive Rückmeldungen gegeben habe (von Kindern, Eltern, Schule). Während eine Fachkraft den Aufwand für das Bewerben der Angebote als sehr hoch beschrieb, mit dem nur eine geringe Wirkung erreicht werden konnte, betonten zwei andere Fachkräfte, dass sich der Aufwand gelohnt habe und das Sichtbarmachen von Aktionen und Botschaften eine sehr positive Wirkung hatte.

"Unsere Besucher, aber auch deren Eltern (und, aufgrund der vielfachen persönlichen Kontakte am Ort, auch Gemeinderäte und Bürgermeister/Verwaltung) spürten, dass wir inmitten der Krise weiter für sie da sind, dass wir präsent sind, dass wir unser Angebot den Hygiene- und Sicherheitsregeln mit Vorsicht und Verantwortung anpassen. Die ständige Präsenz in öffentlichen Medien (Ortsnachrichtenblatt) hielt uns zudem im Gespräch."

Vielen der befragten Fachkräfte gelang es, den Kontakt zu ihrer Zielgruppe zu halten. Mehrere Fachkräfte gaben an, sie hätten auch während der Schließungen Beziehungsarbeit leisten und in einigen Fällen sogar die Vertrauensbasis zu den Besucher*innen ausbauen können. Sie konnten sich mit den Kindern und Jugendlichen austauschen, auf Bedarfe reagieren und für die Zielgruppe als Anlaufstelle da sein - bei Sorgen, Ängsten und Nöten. In der Regel waren die Stammbesucher*innen des Jugendhauses (und ggf. auch deren Eltern) primäre Zielgruppe der Fachkräfte.

"Die Jugendlichen konnten bei Bedarf wie gewohnt in verschiedenen Lebensfragen begleitet werden. Die Mitarbeiter waren als Ansprechpartner weiterhin präsent."

"Je nach Abschnitt der Coronazeit wurden verhältnismäßig viele Zielgruppen im nahezu vollen Umfang erreicht."

Andere verloren den Kontakt zur Zielgruppe. In mehreren Fällen hatten Fachkräfte zu vielen oder sogar allen Stammbesucher*innen gar keinen Kontakt mehr.



Mehrere Fachkräfte setzten Schwerpunkte und gaben an, dass sie diejenigen mit den größten Hilfebedarfen erreichen und unterstützen konnten ("Kinder mit schulischem Unterstützungsbedarf", "Berufsfindung"). Allerdings gab es auch mehrere Fälle, in denen Fachkräfte besonders belastete Kinder und Jugendliche nicht mehr oder nur durch aufsuchende Arbeit erreichten. „Insbesondere Kinder aus prekären Verhältnissen wurden kaum erreicht.“

WER WURDE NICHT ERREICHT?

Neben dem Bewerben von Angeboten versuchten Fachkräfte die Kinder und Jugendlichen telefonisch oder online zu erreichen oder diese im öffentlichen Raum anzutreffen. Dies konnte besonders gut gelingen, wenn die Aufenthaltsorte der Kinder und Jugendlichen sich in der Nähe (im Ort) des Jugendhauses befanden. In einem Fall nutzten Kinder aus der Nachbarschaft das Außengelände des Jugendhauses als Treffpunkt, weshalb die Fachkräfte zu diesen Kindern Kontakt halten konnten. Von Vorteil war es laut einer Fachkraft auch, dass die Fachkräfte im selben Ort (wie das Jugendhaus) wohnten. So sei der persönliche Kontakt mit den Kindern und Eltern in diesem Fall nie abgerissen.

Online konnten generell konnten nur diejenigen erreicht werden, deren technische Ausstattung ausreichend vorhanden war und die Messenger oder Social-Media-Plattformen nutzten, bzw. Zugang zu diesen Plattformen hatten.

Kinder

Auf die Frage, wer während der Schließungen nicht erreicht werden konnte, gab über die Hälfte der Fachkräfte, die sich an der Befragung beteiligten, an, dass mit ihren Aktionen jüngere Stammbesucher*innen – Kinder bis 12 Jahre – kaum oder gar nicht erreicht wurden, da diese online (über Social Media) nicht erreicht werden konnten. „Kinder werden durch das Medium Internet nicht erreicht.“ „Das Erreichen von Grundschulkindern, welche sich noch nicht in der digitalen Welt aufhalten, konnte nur sehr wenig erreicht werden. Und falls sie doch bereits ein Smartphone besitzen, war nicht gewährleistet, dass sie [...] Kanäle vom Jugendtreff kennen.“



Kontakte zu Kindern fanden daher in vielen Fällen gar nicht statt oder beschränkten sich auf zufällige Treffen auf der Straße oder kurze Kontakte, wenn sich die Kinder etwas vom Jugendhaus ausgeliehen haben. In einem Fall wurde beschrieben, dass einige Kinder online nicht erreicht wurden und sich zudem – aus Angst der Eltern – nicht oder kaum draußen aufhalten durften.

Da Kinder die Anlaufstelle Jugendhaus nicht mehr hatten und auch nicht über Schulen erreicht werden konnten, waren Kontakte zu vielen Kindern wesentlich von den Eltern abhängig. Hier wurde deutlich, dass „Jüngere Kinder [...] für ihre [Online-] Kommunikation nicht allein verantwortlich“ sind. Kinder konnten häufig nur dann erreicht werden, wenn sich die Eltern aktiv um die Kontaktherstellung gekümmert haben und die Kinder motiviert wurden, am Angebot teilzunehmen. Dies galt besonders für die Teilnahme an Online-Angeboten, aber auch für Präsenzangebote, von denen Kinder häufig nur über Eltern erfahren konnten und / oder zu denen Kinder begleitet werden mussten.

„Eltern müssen Zeit und Lust haben mitzugehen bei Grundschulkindern.“

„Kinder konnten digital nur vereinzelt erreicht werden. [...] eher über unseren Youtube-Channel.“

„Da jedoch die jüngere Zielgruppe über eine schlechte bis keine mediale Infrastruktur verfügt, [wurde] der Fokus [...] mehr auf analoge Abholaktionen gelegt, da [dies] mehr den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprach.“

„Kinder, deren Eltern sie nicht bei der Angebotswahrnehmung unterstützen“ oder „Kinder und Jugendliche aus Familien, in denen kein oder begrenzter Medienzugang möglich ist bzw. die Eltern nicht informiert sind über die Möglichkeiten der OKJA“ konnten demnach nicht erreicht werden.

Viele Fachkräfte reagierten auf die fehlende Online-Erreichbarkeit der Kinder mit analogen Angeboten. Häufig wurden beispielsweise Basteltüten oder Spielsachen zum Ausleihen angeboten, die am Jugendhaus abgeholt werden konnten. Manche Fachkräfte leisteten aufsuchende Arbeit, wodurch manche Kontakte („ein klein wenig“) gehalten werden konnten. Der Spielsachenverleih habe sich geeignet, um den Kontakt zu Besucher*innen zu halten. Mehrere Fachkräfte beobachteten, dass mit Basteltüten-Aktionen weniger die Kinder erreicht werden, die zuvor regelmäßig das Jugendhaus besuchten, sondern auch oder ausschließlich andere Kinder und deren Eltern aus dem Ort, „die das Jugendhaus bisher noch nicht kannten/besucht haben.“

Erreichbarkeit von Gruppen

Es gab weitere Fälle, in denen die Fachkräfte mit ihren Angeboten (online und offline) weniger ihre Stammbesucher*innen, aber dafür andere Gruppen erreichten. In einem Fall wurden digitale Angebote von einer „ganze[n] Reihe ehemaliger Besucher*innen“ der Einrichtung angenommen. In einem anderen Fall kamen Besucher*innen, die vor den Lockdowns bereits nicht mehr die Einrichtung besuchten wieder und suchten Kontakt zu den Fachkräften. In zwei Fällen konnten durch Kooperationen mit Streetworker*innen 'neue' Kinder und Jugendliche erreicht werden.

„Es wurde uns auch rückgemeldet, dass auch manche über 30-Jährige unseren Videos und Livestreams folgen, da diese einfach interessiert sind an unserem Arbeitsbereich oder unser „Programm“ als sehr unterhaltsam wahrnehmen.“

In der Regel konnten Gelegenheitsbesucher*innen, Veranstaltungsbesucher*innen und „Laufkundschaft“ nicht mehr erreicht werden, da auch vor dem Lockdown kein enger Kontakt zu diesen Gruppen bestand und auch keine Kontaktdaten vorhanden waren.

„Zu Jugendlichen, die nur ab und zu ins Haus kommen, um abzuhängen, die aber nur wenig Interesse daran haben, mit uns Mitarbeiter*innen zu reden bzw. sich uns zu öffnen, haben wir während der Schließzeit keinen Kontakt gehabt.“

„Die „Chiller“ konnten nicht erreicht werden [...]“

„Neue Zielgruppen zu erreichen war sehr schwierig bzw. kaum möglich, da der persönliche Kontakt und die regelmäßigen Öffnungszeiten des Jugendhauses als Anlaufstelle fehlten.“

Jugendliche

Jugendliche wurden nach den Angaben der befragten Fachkräfte besser erreicht als Kinder. Viele Fachkräfte gaben an, dass Jugendliche gut über Soziale Netzwerke erreicht werden konnten. Allerdings gab auch ungefähr ein Viertel der beteiligten Fachkräfte an, dass auch Jugendliche online nicht erreicht werden konnten. Z.B. „Jugendliche welche auch vor der Corona-Zeit den Kontakt nicht über soziale Medien gesucht haben“ konnten nicht erreicht werden. Die befragten Fachkräfte machten außerdem unterschiedliche Erfahrungen mit der Erreichbarkeit von Jugendlichen durch aufsuchende Arbeit. In manchen Fällen konnten die Jugendlichen gut erreicht werden. In anderen Fällen waren die Jugendlichen nicht im Ort erreichbar.

Auch bezogen auf die Häufigkeit, mit der Kontakte stattfanden, unterscheiden sich die Erfahrungen der Fachkräfte. Während manche Fachkräfte nur vereinzelten Kontakt zu vielen Jugendlichen hatten, beschrieb eine Fachkraft, dass ältere Jugendliche sogar besonders gut erreicht wurden, da viele in Kurzarbeit waren.

Geschlechtsspezifische Unterschiede

Auf die Frage, ob geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Nutzung der Angebote benannt werden können, wurden von den meisten beteiligten Fachkräften keine Unterschiede angemerkt. Es wurde von mehreren Fachkräften berichtet, dass die Online-Angebote gleichermaßen von Jungen* und Mädchen* angenommen wurden - ebenfalls die Einzel- und Kleingruppenangebote.

„Tatsächlich waren oft genau gleich viele Mädchen und Jungs in unserem Livestream. Das konnte man daran festmachen, dass sich am Anfang bei unserer Begrüßung erstmal alle, die gerade zu dem Zeitpunkt online sind, im Chat auch begrüßen. Wie viele online sind kann ich dabei live sehen.“

„In den offenen Treff kommen normalerweise hauptsächlich Jungs, über die digitalen Angebote konnten Jungs & Mädels etwa gleichstark erreicht werden.“

Vereinzelte stellten Fachkräfte geschlechtsspezifische Unterschiede fest: Lerngruppen wurden in einem Fall vermehrt von männlichen* Besuchern in Anspruch genommen, Online-Beratung in einem Fall überwiegend von Mädchen*, in einem anderen Fall überwiegend von Jungen*. Vier Fachkräfte gaben an, dass Bastelangebote und Spiele vorwiegend von Mädchen* in Anspruch genommen wurden. In einem Fall wurden im öffentlichen Raum eher Jungen* und männliche* Jugendliche angetroffen.

Geflüchtete

In zwei Fällen wurden Geflüchtete von Fachkräften als besonders schwer zu erreichende Gruppe benannt. Besonders dramatisch wurde die Situation für geflüchtete Kinder und Jugendliche beschrieben, die in Gemeinschaftsunterkünften lebten und/oder noch nicht gut deutsch sprechen konnten. Hier wurden mehrfach Situationen beschrieben, wie sich Belastungen addierten und zu massiven, negativen Auswirkungen führten.

Entfremdung von der deutschen Sprache, der Aufnahmegesellschaft und -kultur, hochgradige schulische Defizite (Homeschooling aufgrund Wohnsituation und Ausstattung mit digitalen Medien nicht möglich), fehlender Raum und Zeit für kindgerechte / altersgerechte Entwicklungsprozesse, fehlende Selbstwirksamkeitserfahrungen durch fehlende Ansprache für altersgerechte Entwicklungsprozesse, Verlust des Tages- und Nachtrhythmus (Ramadan und keine Schule), ungesunde Ernährung.“

In drei Fällen schilderten Fachkräfte, dass (die Gelände der) Gemeinschaftsunterkünfte, in denen geflüchtete Kinder und Jugendliche untergebracht waren, nicht betreten werden durften und so über lange Zeit kein direkter Kontakt und auch keine Angebote, wie z.B. ein Spielertreff oder Angebote für geflüchtete Mädchen*, möglich waren. Die Kontakte konnten auch nicht in digitaler Form fortgesetzt werden, da die Kinder und Jugendlichen entweder keine Handys besaßen oder keinen Zugang zu einer WLAN-Verbindung hatten (bzw. nur Zugang über eine sehr instabile Internetverbindung). Erst mit den Lockerungen durften die Unterkünfte wieder betreten werden.

ANGEBOTE - WAS FAND STATT?

Eine deutliche Mehrheit der Fachkräfte gab an, dass die Online-Präsenz in der Corona-Zeit verändert, bzw. verstärkt wurde. Fachkräfte setzten verstärkt auf Online-Angebote, um die Kinder und Jugendlichen weiter zu erreichen. Dabei gab es nur bei wenigen Einrichtungen bereits vor Corona ein Konzept zur digitalen Jugendarbeit. Dieses Verhältnis veränderte sich wesentlich unter den beteiligten Einrichtungen: Die Lockdowns

fürten dazu, dass sich viele Einrichtungen ein Konzept zur digitalen Jugendarbeit erarbeiteten. Zum Zeitpunkt der Befragung verfügten 27 Einrichtungen über ein Konzept zur digitalen Jugendarbeit. Vor den Lockdowns waren dies nur acht Einrichtungen. Allerdings hatte die Hälfte der Einrichtungen zum Zeitpunkt der Befragung auch weiterhin kein Konzept zur digitalen Jugendarbeit.

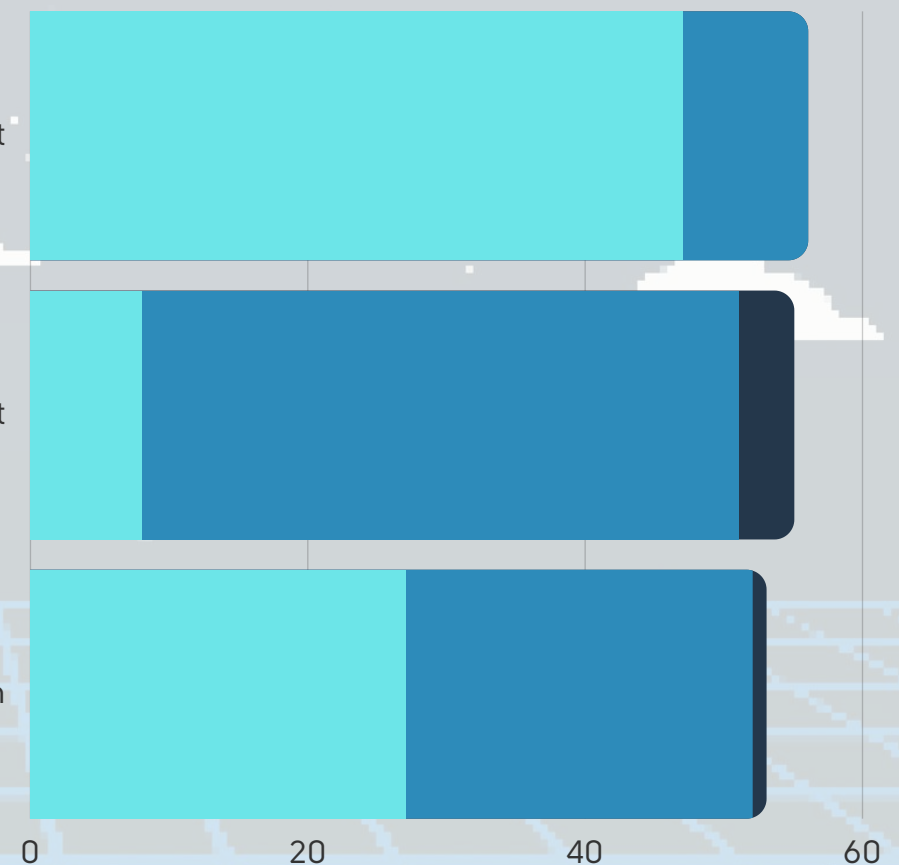
Online Präsenz und -Konzept

ja nein zum Teil

Online-Präsenz wurde verstärkt / verändert

es gab schon vor Corona ein Konzept zur digitalen Jugendarbeit

ein Konzept zur digitalen Jugendarbeit wurde erarbeitet / ist vorhanden



...online

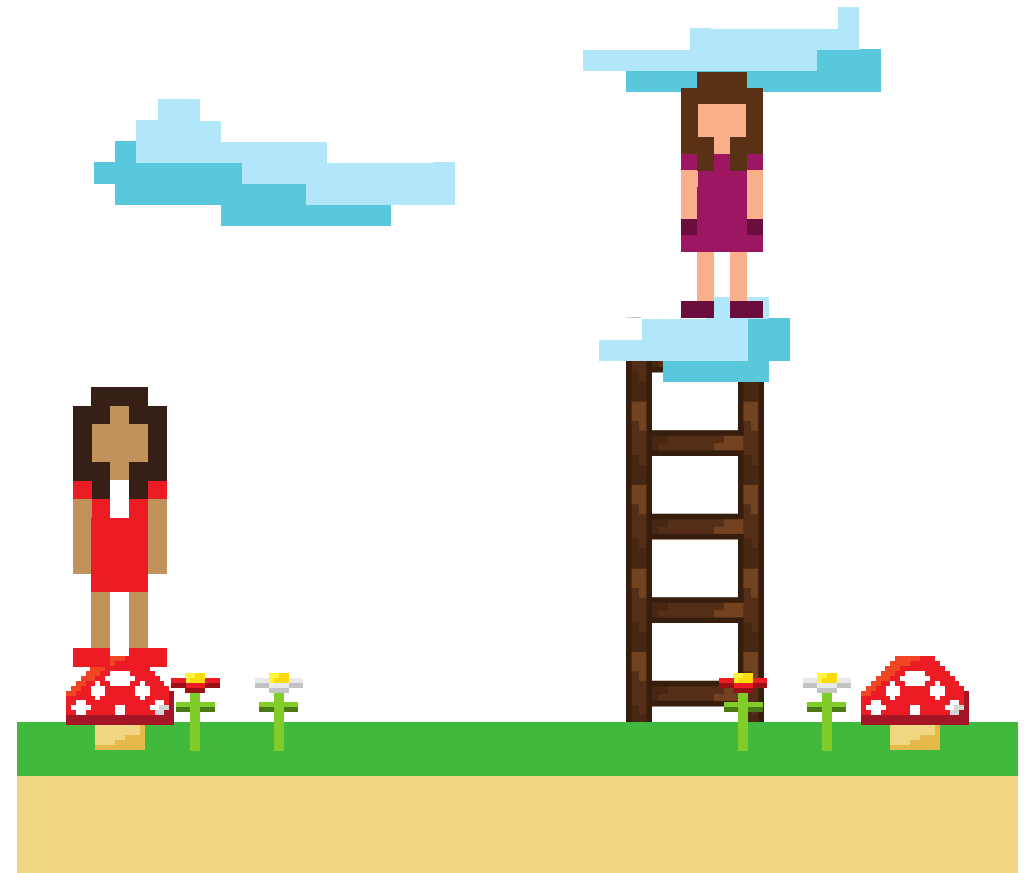
Die meisten Einrichtungen boten online Kreativ- und Mitmachangebote an, wie Rezepte, Bastelvorlagen, Rätsel, Spielideen und Challenges. Die Gestaltung der Angebote war auch abhängig davon, welche Plattform genutzt wurde. Die Anleitungen oder Ideen wurden meist über Instagram oder Facebook veröffentlicht. Viele Fachkräfte erstellten und veröffentlichten Videoanleitungen (Tutorials) zu Bastelaktionen, Kochen oder Sportübungen. Häufig beinhalteten die Videos auch Challenges, welche Kinder und Jugendliche auffordern sollten, etwas nachzumachen. Es wurden aber auch einfach nur Grüße, Hinweise auf Veranstaltungen oder Neuigkeiten aus dem Jugendhaus gesendet. In der Regel können Posts zwar geliked und kommentiert werden - boten jedoch nur wenig Interaktionsmöglichkeiten und wurden von den meisten Empfänger*innen auch nur angesehen, ohne zu interagieren.

Inhalte wurden (weniger häufig) auch im direkten Online-Austausch mit den Kindern und Jugendlichen angeboten – als Streaming. Dabei werden die Anleitungen, Grüße oder Challenges live gesendet und die Zuschauer*innen haben die Möglichkeit, das Gesehene direkt zu kommentieren und die Macher*innen haben die Möglichkeit direkt auf Kommentare zu reagieren.

Manchmal waren Online-Angebote (notwendigerweise) zur Umsetzung mit der ganzen Familie gestaltet. Zum Teil mussten Kinder von den Eltern zu Angeboten angemeldet werden.

Diese Angebote sollten vor allem Beschäftigungsangebote sein - zum Beispiel wurden Anleitungen mit dem Hashtag #Rezeptegegenlangeweile gepostet.

In vier (an der Befragung beteiligten) Einrichtungen boten die Fachkräfte Gaming und in drei weiteren Einrichtungen ein virtuelles Jugendhaus über den Voicechat Discord an. In einer Einrichtung wurden im Garten des Jugendhauses Netzwerke aus mehreren Rechnern zu bestimmten Aktionen aufgebaut. In derselben Einrichtung boten die Fachkräfte zudem ein digitales Detektivspiel „Mister X“ an.



...offline

Je nachdem, was zu einem Zeitpunkt möglich war, suchten die Fachkräfte nach Möglichkeiten, Angebote in Präsenz (unter Berücksichtigung der Schutzmaßnahmen) wieder stattfinden zu lassen. Häufig wurden Basteltüten oder -pakete vorbereitet, die am Jugendhaus abgeholt werden konnten oder verteilt wurden. Fachkräfte eines Jugendhauses lieferten sechs Wochen lang jede Woche "Jugendhaus-Boxen" an die Kinder und Jugendlichen, die sich bei den Fachkräften gemeldet und eine Box bestellt hatten. In den Boxen waren Anleitungen zum Basteln oder für Challenges, Getränke, Süßigkeiten und kleine Geschenke. Zwei Fachkräfte berichteten, dass sie mit den Bastel- oder Freizeitpaketen gezielt geflüchtete Kinder und Kinder, die nicht gut ausgestattet sind, erreichen wollten.

Neben der Beschäftigung hatten diese Angebote den Vorteil, dass beim Verteilen oder beim Abholen mit Abstand – z.B. durch das offene Fenster – Gespräche und Austausch stattfinden konnten. Neben Basteltüten und -materialien, konnten Spielmaterial, Bücher oder Preise für die Teilnahme an Aktionen abgeholt werden. Manche Fachkräfte boten auch das Ausdrucken von Hausaufgaben oder anderen Unterlagen an.

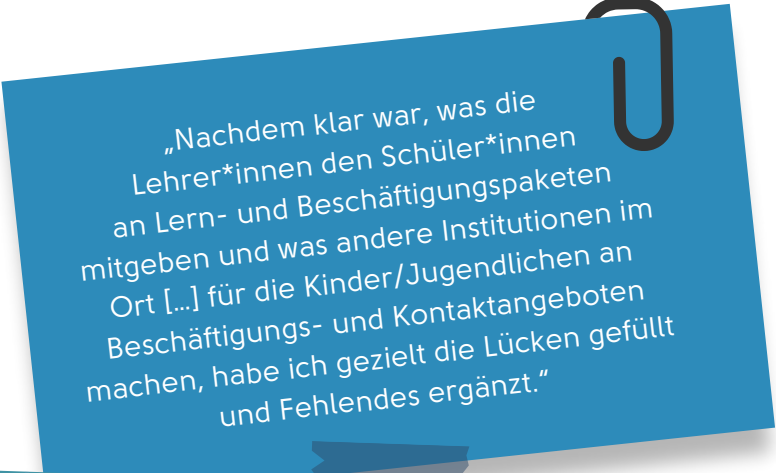
Bei bestimmten Angeboten wurden die Eltern miteinbezogen: „Eltern konnten mit ihren Kindern in einem vereinbarten Zeitfenster vorbeikommen und sich die Materialien raussuchen und mitnehmen“. Es gab auch Ferienangebote und Rallyes, die als Eltern-Kind-Aktion angeboten wurden.

Ferienangebote (Ausflüge, Ferienprogramm) wurden von vielen der beteiligten Einrichtungen organisiert – häufig als Angebote für Kleingruppen. Ein Angebot, das sehr häufig angeboten wurde,

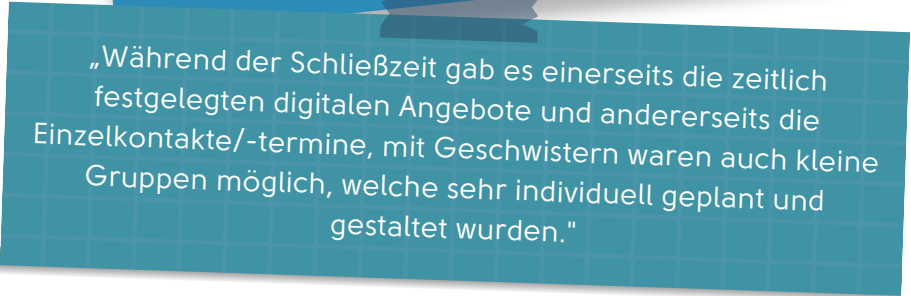
waren (Stadtteil-)Rallyes. Auch als Foto-Rallye oder „Land-Art-Rallye“, bei denen Stationen mit Kreativaufgaben vorbereitet wurden.

Ähnliche Ideen waren Balkonbingo oder andere Angebote im Stadtteil, die Kinder, bzw. Familien selbstständig aufsuchen konnten, z.B. ein „Quiz-to-go“, bei dem an 16 Stationen Fragen gestellt wurden, die nur beantwortet werden konnten, wenn der Weg auch gegangen wurde. Eine weitere Aktion war das Bemalen und Beschriften von Steinen, die in eine Steinreihe gelegt zentral im Ort für alle Bewohner*innen zugänglich waren. Eine Aktion, die gut funktioniert habe, war das Mitnehmen und Bemalen von Zaunpfählen durch die Besucher*innen. Nachdem sie fertig gestaltet wurden, wurden diese zurückgebracht und wieder im Garten der Einrichtung aufgestellt. In einigen Fällen gab es Briefaktionen, für die z.T. extra Briefkästen aufgestellt wurden. Bei einer Aktion wurden Briefe gesammelt und wieder passend verteilt mit der Absicht, Brieffreundschaften herzustellen.





„Nachdem klar war, was die Lehrer*innen den Schüler*innen an Lern- und Beschäftigungspaketen mitgeben und was andere Institutionen im Ort [...] für die Kinder/Jugendlichen an Beschäftigungs- und Kontaktangeboten machen, habe ich gezielt die Lücken gefüllt und Fehlendes ergänzt.“



„Während der Schließzeit gab es einerseits die zeitlich festgelegten digitalen Angebote und andererseits die Einzelkontakte/-termine, mit Geschwistern waren auch kleine Gruppen möglich, welche sehr individuell geplant und gestaltet wurden.“

Sobald es möglich war, fanden Angebote in (kleinen) Gruppen statt, zum Beispiel Hygieneständer und –scheibe selbst bauen, Aktionen im Freien (Spiele mit Abstand, Torwandschießen, Outdoor-Playstation). Mehr Möglichkeiten gab es für Angebote im Freien für die Einrichtungen, die einen Außenbereich haben.

Für viele Angebote mussten sich die Kinder und Jugendlichen nun anmelden. Es gab auch wieder offene Angebote – allerdings mit begrenzter Teilnehmendenzahl, Abstandsregelung und ggf. auch der Abfrage persönlicher Daten. Insgesamt musste der Kontakt zu den Kindern in einer ganz anderen Form stattfinden, als vor Corona. „Der zuvor realisierte Charakter der offenen Kinder- und Jugendarbeit war also nicht mehr existent“. Meist wurden die alternativen OKJA-Angebote (online und offline) nicht in gleicher Teilnehmer*innenzahl angenommen wie das Regulärangebot.

...interaktiv

Viele Angebote wurden von den Fachkräften so gestaltet, dass diese Online- mit Offline-Elementen verbinden. Beispielsweise wurden Bastel- und Spielboxen ausgegeben, für die selbstgedrehte Videoanleitungen über Instagram bereitgestellt wurden. Oder eine „Kreativwand“ im Jugendhaus, an die Fotos der Aktivitäten oder Werke von Kindern und Jugendlichen geheftet wurden, die diese Zuhause durchführten, fotografierten und den Fachkräften zusendeten. Anstöße für diese Aktivitäten lieferten die Fachkräfte in Livestreams und Videos - z.B. Raptexte schreiben, malen / basteln, Graffiti zeichnen oder kochen / backen.

Die Kinder und Jugendlichen konnten Fotos oder Videos ihrer Aktivitäten oder Werke selbst oder über die Zusendung an Fachkräfte online veröffentlichen. In einem Fall wurde das Live-Online-Angebot so gestaltet, dass die Kinder und Jugendlichen während den Spielen immer wieder Gutscheine für Getränke, Süßes oder ein Eis gewinnen konnten, die sie im (wieder geöffneten) Jugendhaus einlösen konnten.

In einem Fall konnten sich die Jugendlichen für eine Meet&Greet-Aktion anmelden, die gefilmt und online veröffentlicht wurde: Es wurde ein Video gemacht, in dem fünf Jugendliche mit dem Auto besucht wurden: gefilmt wurde der Weg dorthin, die Besuche, sowie die Übergabe der Gutscheine. Am Ende wurde dies zu einem Video zusammengeschnitten. Die Einverständniserklärungen wurden von den Jugendlichen zuvor eingeholt.

Auch das Bewerben von Aktionen fand häufig sowohl offline (z.B. an den Türen des Jugendhauses), als auch online (in den Sozialen Medien) statt.

BERATUNG

...am Telefon

Sehr viele der befragten Fachkräfte gaben an, während der Lockdowns Telefonberatung angeboten zu haben. Vereinzelt fanden auch umfangreichere Angebote, wie ein Bewerbungstraining, am Telefon statt.

...online

Beinahe alle Fachkräfte boten Online-Kontaktmöglichkeiten und Online-Beratung für Einzelne und / oder Gruppen an, in denen die Fachkräfte in Notlagen und Entscheidungssituationen, bei Ängsten und Verunsicherung unterstützen konnten. In den meisten Fällen kommunizierten die Fachkräfte direkt – mit Text- oder Sprachnachrichten – mit einzelnen Jugendlichen.



Auch genannt – aber seltener – waren Videotelefonate und die Kommunikation mit mehreren Jugendlichen in Chats. Die angebotene Kommunikation über Chats wurde in einzelnen Fällen auf Themen bezogen („Themenchats“) und fand zum Teil auch live statt „LiveChat“ (mit Video)

"Die bedarfsorientierte Unterstützung war ein bedeutsamer Teil der Arbeit – weiterhin Anlaufstelle zu bleiben und ein offenes Ohr für Fragen und Probleme zu haben, war uns sehr wichtig und wurde auch von der Zielgruppe sehr geschätzt."

...vor Ort

Mehrere Fachkräfte waren trotz der Schließung – zum Teil täglich – vor Ort, im Jugendhaus. Von diesen Fachkräften wurde berichtet, dass sie durch ihre Präsenz im Jugendhaus die Möglichkeit hatten, mit den Kindern und Jugendlichen ins Gespräch zu kommen und auf Fragen und Probleme, Ängste und Verunsicherung der Kinder, Jugendlichen und deren Familien reagieren zu können. Es gab Hofgespräche, „Fenster-Tür-Gespräche“, Gespräche am Zaun, „Quasselfenster“, „Thekentalk“.

Im Gegensatz zum "Normalbetrieb" leisteten die Fachkräfte aufgrund der Situation deutlich mehr Einzelfallberatung und -hilfe. Die Mehrzahl der Fachkräfte, die sich an der Umfrage beteiligten, hatte persönliche Kontakte zu einzelnen Kindern und Jugendlichen, die im Jugendhaus oder draußen, meist in Form

von Beratungsspaziergängen (Walk'n'Talk, Stadtpaziergänge) aber auch in Form von Radtouren stattfanden. Seltener fanden auch „coronakonforme“ Gruppengespräche vor Ort oder im Freien (auch als Spaziergang o.ä.) statt. Manchmal wurden Angebote für Geschwister gemacht - beispielsweise wurden Spielzeiten für Kinder aus (jeweils einer) besonders belasteten Familie angeboten.



...Elternberatung

Durch die besonderen Umstände der Pandemie wurden die Fachkräfte in einigen Fällen auch zu wichtigen Ansprechpersonen für die Eltern und es fanden Beratungsangebote für Eltern, z.B. Spaziergänge mit einzelnen Müttern, statt. Auch Aufklärungsarbeit zum Thema Corona leisteten die Fachkräfte für Kinder und Jugendliche, aber auch für Eltern.

...aufsuchende Arbeit

Da die Jugendhäuser nicht mehr besucht werden konnten, wurde aufsuchende Arbeit zu einem meist neuen, wichtigen Bestandteil der Arbeit mehrerer Fachkräfte. Die Kinder und Jugendlichen wurden an den Orten aufgesucht, an denen sie sich aufhielten. Neben der Präsenz im Jugendhaus waren die Fachkräfte in der Stadt, bzw. im öffentlichen Raum unterwegs und vereinzelt wurden auch Angebote im Stadtteil angeboten, um die Kinder und Jugendlichen anzutreffen und um selbst ansprechbar zu sein. In mehreren Fällen arbeiteten die Fachkräfte hierzu mit dem Bereich Streetwork zusammen und bewerteten diese Kooperation als sehr positiv.

Manche Fachkräfte besuchten die Kinder und Jugendlichen auch zuhause (an der Haustür / am Gartenzaun) um mit diesen ins Gespräch zu kommen. Mehrere Fachkräfte verbanden die Hausbesuche mit Aktionen, wie dem Verteilen von Bastelpaketen (auch Osternester, Weihnachtsgeschenke und Nikolausstiefel) oder es wurden Infoflyer an die Haushalte mit Jugendtreffbesucher*innen ausgeteilt.

"Die aufsuchende Kontaktaufnahme war sehr wichtig, damit für die Kinder und Jugendlichen eine leichte Kontaktaufnahme möglich wurde, sie ihre Bedarfe und Wünsche äußern und sich Unterstützung in krisenhaften Situationen holen konnten."

...Lernhilfe und Berufsberatung

Die Bereiche, bei denen Kinder und Jugendliche besonders viel Unterstützung und Beratung bekamen und benötigten war der schulische Bereich und weitere, auf den Lebenslauf der Jugendlichen bezogene Themen, wie Ausbildungsplatz- und Jobsuche (Bewerbung schreiben), Wohnungssuche und das Ausfüllen von Formularen und Anträgen.

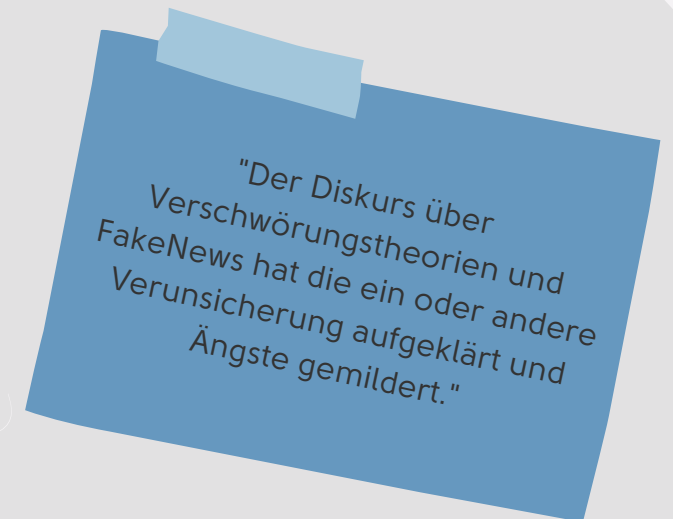
Schulische Unterstützung leisteten die Fachkräfte durch Hilfe beim Lernen - bei der Vorbereitung auf Prüfungen und bei Hausaufgaben. Besonders bedeutsam waren diese Angebote für Kinder, bei denen das Lernen zuhause nicht umsetzbar war. Zum Teil fand Lernunterstützung auch in Kleingruppen statt, Lernhilfe wurde auch vermittelt oder in Kooperation mit der Schulsozialarbeit / der Schule organisiert.

Beratungsangebote zu den präsenten Themen Lernen und Berufswahl fanden in einigen Fällen auch online statt: Es gab Online-Lernangebote, Online-Kurse (mit Tandempartnern) und eine Einrichtung organisierte Live-Konferenzen mit verschiedenen Berufsfeldern.

...Information zu Corona

Mehrere Fachkräfte veröffentlichten online Informationen zu Corona und den jeweils geltenden Verhaltensregeln. Informationen über Corona wurden über die eigenen Kanäle geteilt und es fand in einzelnen Fällen auch online ein Diskurs über Fake News statt. Es wurden Verständnisfragen bezüglich individueller Verhaltensweisen und über rechtliche bzw. gesundheitliche Konsequenzen über Whatsapp gestellt. Die Aufklärungs- und Vermittlungsarbeit über Corona und Verhaltensregeln fand auch in persönlichen Kontakten statt.

An mehreren Jugendhäusern wurden Infoboards und Aushänge zu den aktuellen Corona-Verordnungen aktuell gehalten. Zudem führten die Fachkräfte Gespräche mit den Jugendlichen über Corona und Verbesserungsmöglichkeiten und Sinnhaftigkeit der Regeln.

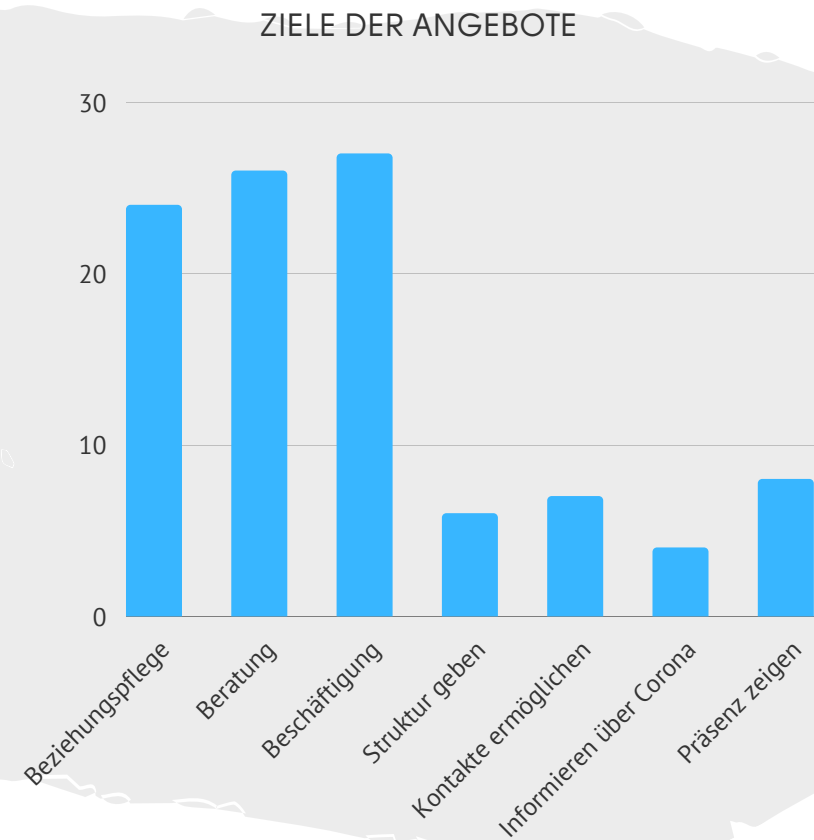
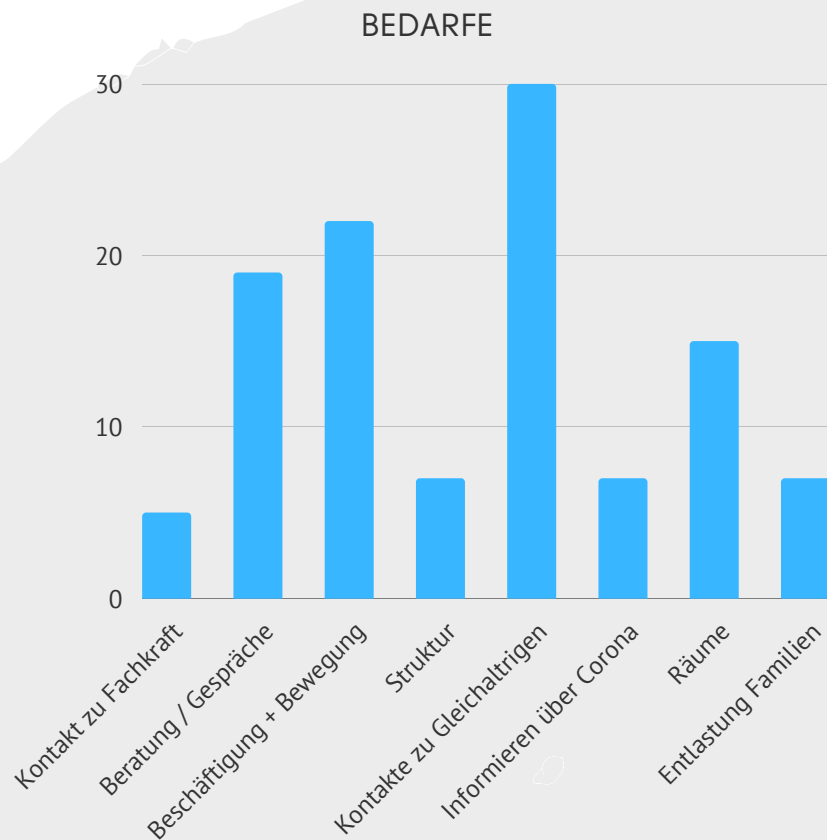


BEDARFE UND ZIELE

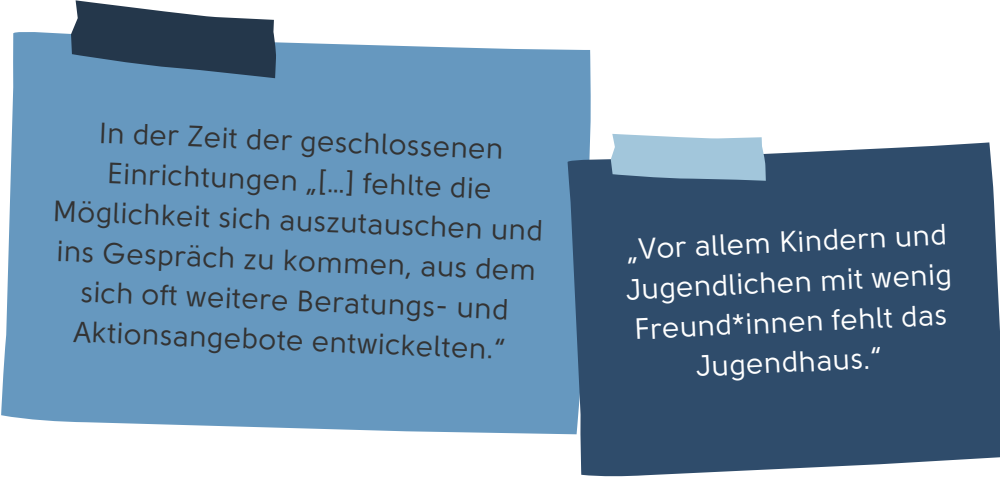
Persönliche Kontakte und Beratung

Die beteiligten Fachkräfte gaben an, dass den Kindern und Jugendlichen besonders persönliche Kontakte zu Gleichaltrigen fehlten. Genauer beschrieben wurden Aspekte dieser fehlenden Kontakte, wie fehlender Körperkontakt, Umarmungen, Berührungen unter Freund*innen und in Paarbeziehungen. Fachkräfte stellten auch Vereinsamung im eigenen Zuhause und (soziale) Isolation als Folgen der Lockdowns fest.

Zwar benannten die meisten Fachkräfte den Bedarf "fehlende Kontakte zu Gleichaltrigen", allerdings gaben deutlich weniger Fachkräfte auch als Ziel an, mit ihren Angeboten erlaubte Kontakte und den Austausch untereinander – also unter den Kindern und Jugendlichen – ermöglichen zu wollen. Ziel der meisten Fachkräfte war es selbst Kontakt zu den Kindern und Jugendlichen aufzubauen oder diesen zu halten, um Beziehungspflege leisten zu können. Die Fachkräfte wollten als Anlaufstelle und Ansprechpersonen (außerhalb der Familie) für die Kinder und Jugendlichen da sein.



Angaben von 57 teilnehmenden Fachkräften. Alle Angaben wurden in Textform beschrieben und anschließend gruppiert. Sie liegen daher niedriger als bei einer Auswahl an Antwortmöglichkeiten.



In der Zeit der geschlossenen Einrichtungen „[...] fehlte die Möglichkeit sich auszutauschen und ins Gespräch zu kommen, aus dem sich oft weitere Beratungs- und Aktionsangebote entwickelten.“

„Vor allem Kindern und Jugendlichen mit wenig Freund*innen fehlt das Jugendhaus.“

Konkrete Hilfsbedarfe sollten entdeckt und die Kinder und Jugendlichen sollten gestärkt werden und positive Impulse bekommen („durchzuhalten“).

Gesprächsbedarf bestand laut der Fachkräfte über Sinn und Unsinn von Maßnahmen und über die reduzierte Wahrnehmung von Jugendlichen (ausschließlich) als Schüler*innen. Zudem wurde formuliert, dass von den Jugendlichen die eigene Corona-Haltung wahrgenommen werden sollte und nicht nur die des Elternhauses. Auch der Umgang mit Polizeikontrollen und die Kriminalisierung von normalem, altersgerechtem Verhalten wurden thematisiert.

Die Kinder und Jugendlichen berichteten gegenüber den Fachkräften außerdem von Angst vor Ansteckung und Tod, sowie vor ungewollter "Verbreitung des Todes". Fachkräfte leisteten vereinzelt Trauerbegleitung bei Sterbefällen, in denen Sterbende Angehörige nicht ausreichend begleitet und verabschiedet werden konnten. Außerdem hatten Jugendliche Angst vor der eigenen Zukunft ohne berufliche Perspektive, litten teilweise unter finanzieller Unsicherheit und unter der allgemeinen Ungewissheit der Situation. Zudem erfolgten weiterhin Beratungen zu nicht

Corona-bezogenen Themen, wie Liebeskummer oder Sucht. Neben den Fachkräften als Ansprechpersonen fehlte das Jugendhaus als Anlaufstelle mit niedrigschwelligem Zugang („vor Ort einfach mal vorbeikommen können“). Das Jugendhaus fehlte den Kindern und Jugendlichen nach Angaben der Fachkräfte zudem als Treffpunkt: Den Kindern und Jugendlichen fehle ein Raum um sich (ungezwungen) mit Gleichaltrigen zu treffen, zu spielen und sich austauschen zu können. Auch für Veranstaltungen und Partys habe ein unkomplizierter, nichtkommerzieller Raum gefehlt.

Entlastung der Familien

Neben sozialen Kontakten fehlten den Kindern und Jugendlichen gleichzeitig Rückzugsmöglichkeiten und räumliche Abgrenzung von Zuhause. Es wurde über familiäre Probleme durch oftmals beengte Wohnverhältnisse berichtet. Zudem wurde von der stark herausfordernden Situation berichtet, Homeoffice, Kinderbetreuung, Haushaltsarbeiten und Homeschooling vereinen zu müssen. Auch über finanzielle Nöte und den Bedarf an Konfliktlösungsstrategien in den Familien wurde berichtet. Bei den Zielen bestimmter Angebote wurden daher auch die Familien in den Blick genommen, die entlastet werden sollten.

Von mehreren Fachkräften wurden Probleme beim Homeschooling bei einigen Kindern und Jugendlichen beschrieben. Diese seien überfordert von Schulaufgaben und selbstständigem Arbeiten / Lernen (Überblicken, Strukturieren, Organisieren) – vor allem wenn die Eltern nicht helfen könnten. In einigen Familien seien Ausstattung für und Kenntnisse der Online-Lernangebote nicht ausreichend vorhanden. Aus diesen Gründen formulierten auch mehrere Fachkräfte, dass sie beim Homeschooling unterstützen wollten.



„Manche [Kinder und] Jugendliche haben zu Hause Frust, Aggression und Gewalt erlebt und gelebt, da die Familien zu eng beieinandersaßen.“

Neben der Überforderung durch Homeschooling spielten weitere Aspekte von Schule bei den genannten Bedarfen eine Rolle. Von einigen Kindern und Jugendlichen wurden Schule und / oder die Mitschüler*innen vermisst, in einem Fall wurde auch die fehlende Anerkennung der schulischen Leistungen durch Lehrer*innen und Eltern genannt. Auf der anderen Seite wurde auch über Kinder und Jugendliche berichtet, die die Schließung der Schulen als Entlastung empfanden. Kinder und Jugendliche, die in der Schule gemobbt oder gehänselt werden oder sich in der Schule aus anderen Gründen nicht wohl fühlten.

Informationen zu Maßnahmen

Mehrere Fachkräfte benannten den Informationsbedarf der Kinder und Jugendlichen über die aktuelle Situation und die aktuellen Regelungen. Mehrere Fachkräfte übernahmen die Aufgabe, zur Pandemie aufzuklären und Informationen weiterzugeben.

Besonderen Informationsbedarf hatten neben den Jugendlichen auch deren Familien, zum Beispiel geflüchtete Familien, welche auf die regelmäßige Informationsweitergabe und Erklärung der sich fortwährend ändernden Corona-Regeln durch die Fachkräfte besonders angewiesen waren, da sie diese Informationen sonst nicht erreichten. Die Wichtigkeit über die aktuellen Corona-Regelungen zu informieren wurde von mehreren Fachkräften betont.

Zudem leisteten die Fachkräfte Aufklärungsarbeit, da die Kinder und Jugendlichen mit Unwahrheiten und Verschwörungstheorien („Verschwörungs-Shit-Storm“) konfrontiert worden seien.

"[...] bei vielen Besucher*innen, war eine große Verunsicherung bemerkbar. Es gab sehr viele Besucher*innen die nie draußen waren, oder nur kurz zum Einkaufen. Aber durch das Telefonieren konnten wir mit vielen Familien klären, wie die Sicherheitsmaßnahmen sind [ob] sie z.B. mit ihren Kindern einen Ausflug machen können und nicht den ganzen Tag zu Hause bleiben müssen."

Ablenkung - Freizeit - Struktur

Mehrere Fachkräfte gaben an, dass sie mit ihren Angeboten Konstanz im Alltag schaffen und Struktur und Sicherheit geben wollten, die während der Schließungen fehlten. Viele Fachkräfte gaben als Ziel der Angebote an, Ablenkung und Abwechslung zu schaffen, um etwas gegen die Langeweile bei Kindern und Jugendlichen zu tun.

Die eingeschränkte Bewegungsfreiheit (draußen) und das fehlende Angebot an Freizeitaktivitäten führten nach Angaben der Fachkräfte in mehreren Fällen zu Gewichtszunahme bei den Kindern und Jugendlichen, zu Freiheitsdrang und dem Wunsch nach selbstbestimmter Freizeitgestaltung. Es fehlte der mentale und physische Ausgleich durch Sport. („Auspowern“). Neben den physischen Einschränkungen beschrieben Fachkräfte Einschränkungen der kreativen Möglichkeiten der Kinder und Jugendlichen. Viele Fachkräfte berichteten über den Bedarf an Ideen für eine (kreative) Tages- und Freizeitgestaltung und Beschäftigungsideen gegen Langeweile.



Auf die Frage, wie die Bedarfe der Kinder und Jugendlichen erhoben wurden, gaben die meisten Fachkräfte, die an der Befragung teilnahmen, an, die Bedarfe (und das Interesse an bestimmten Angeboten) in Gesprächen mit den Kindern und Jugendlichen erfahren zu haben.

Mehrere Fachkräfte gaben an, dass keine Bedarfserhebung notwendig gewesen wäre, da ihnen die Bedarfe der Kinder und Jugendlichen durch ihre bisherigen Erfahrungen bereits bekannt waren. Andere Fachkräfte gaben an, dass sie bei der Bedarfserhebung die Eltern, Kooperationspartner*innen oder Schule mit einbezogen haben. Einzelne Fachkräfte beschrieben, dass sie sich anfangs kein umfangreiches Bild der Bedarfe verschaffen konnten, da viele Kinder online nicht erreicht werden konnten.

MITWIRKUNG AN DEN ANGEBOTEN

„Gerade in der Zeit der Isolation und dem Auftreten realistischer und diffuser Sorgen und Ängste war das Erleben von beteiligt sein, etwas tun zu können und handlungsfähig zu sein eine wichtige Erfahrung.“

„Als die ersten Kinder erreicht werden konnten war geplant mit diesen gemeinsam den digitalen Treff zu gestalten (per Video gemeinsam Malen, Basteln, Tanzen, etc.). Allerdings zeigte sich schnell, dass der digitale Videotreff nicht das ist, was die Kinder zu diesem Zeitpunkt brauchten, wollten oder umsetzen konnten.“

Ideen und Wünsche für die Angebotsgestaltung nahmen die Fachkräfte über Soziale Medien, Livestreams oder bei persönlichen Gesprächen auf. Abfragen fanden über Online-Umfragen, in einem Fall über ein Infoboard und in einem weiteren Fall über ein jugendhausübergreifendes Teamspeak-Meeting statt.

In einem Fall wurde beschrieben, dass kaum Wünsche kommuniziert wurden, obwohl diese "willkommen" waren. Hier müsste betrachtet werden, welche Hemmschwellen für das Formulieren von Wünschen bestehen können. In vielen Fällen konnten die Kinder und Jugendlichen nicht über die Plattform entscheiden, die sie nutzen möchten, was auch eine Hürde für Interaktionen sein könnte.

Bei der Frage, ob Kinder und Jugendliche an der Angebotsgestaltung beteiligt wurden, gaben viele Fachkräfte an, dass keine Partizipation der Kinder und Jugendlichen stattfand. Zwei Fachkräfte begründeten dies mit zu geringem Kontakt zu den Besucher*innen. Andere benannten Gründe, z.B. Auslastung durch die neue Situation und Vorgaben des Trägers, welche ein frühes Einbeziehen der Kinder und Jugendlichen behinderten.

Die Möglichkeiten der Mitgestaltung an den Angeboten variierte stark: Die Kinder und Jugendlichen konnten in einigen Fällen Rückmeldung zum bisherigen Angebot geben ("ob es gut ist") oder sie konnten einzelne Variablen des Angebots bestimmen: was gekocht wird, welche Fachkraft das Angebot durchführen soll und welche Themen besprochen werden sollen. Bei Challenges und anderen Angeboten wirkten die Kinder und Jugendlichen an der Durchführung der Angebote mit, indem sie sich mit Videos oder Fotos an der Aktion beteiligten.

Allerdings gab es auch Angebote, an deren Gestaltung die Kinder und Jugendlichen – in einem Fall auch die Familien der Kinder – mitwirken konnten. Es gab selbst organisierte Angebote, z.B. ein selbstorganisiertes, digitales Tanztraining (WhatsApp). Eine Ferienaktion wurde von Jugendlichen für Kinder geplant und bei der Umsetzung mitgewirkt. Z.B. haben die Jugendlichen für eine Rätseltour für Kinder ein Tonbandgerät besprochen und geheimnisvolle Briefe verfasst. Auch in anderen Fällen wirkten Jugendliche bei der Gestaltung eines Ferienprogramms und an Ausflügen mit, sie erstellten und gestalteten Mitmachaktionen und Kreativangebote, ein Graffiti-Projekt, ein Livestream-Quiz, sowie Film- und Grillabende. Bei einem Angebot erstellten die Jugendlichen Videos, in denen sie erklären, warum sie die Jugendhäuser besuchen und was man dort machen kann.

„Austausch und die Beteiligung der Kinder und Jugendlichen und ein Umsetzen der Vorschläge und Ideen [war] das wichtigste Thema [...] Auch noch im Nachhinein in Erfahrung zu bringen, welche Bedarfe sich aus der Situation ergaben, erachten wir für besonders wichtig [...], um im Falle einer erneuten Verschärfung der Infektionsschutzmaßnahmen besser vorbereitet zu sein“

„Die Mädchen wurden in den Entstehungsprozess des Angebots auf technischer und inhaltlicher Ebene einbezogen. Die Mädchen entschieden sich im Voraus für die Plattform Skype. Inhaltlich wurde das Programm mit den Mädchen gemeinsam, an deren Interessen entwickelt und wöchentlich abgestimmt was in der nächsten Woche Programm war.“

Mehrere Fachkräfte berichteten, dass sich die Jugendlichen an der Planung der Wiedereröffnung des Jugendhauses beteiligten: besprochen wurde, welche Regeln festgelegt werden und wie der Jugendhausalltag an die neue Situation angepasst werden kann.

Grundsätzlich bezogen sich die Fachkräfte bei der Beantwortung dieser Frage auf ein unterschiedliches Verständnis von Partizipation. In einem Fall wurde schon das Reagieren auf Posts mit Teilen, Liken oder Kommentieren als Partizipation verstanden und in zwei Fällen wurde bedarfsorientierte Beratung als Gestaltung des Angebots durch Kinder und Jugendliche gewertet. Andere differenzierten zwischen Gesprächen, Rückmeldungen und Partizipation.

WIRKUNGEN UND REAKTIONEN

...auf online Angebote

In mehreren Fällen näherten sich die Fachkräfte mit ihren Angeboten den Interessen der Jugendlichen. Dabei gab es auch viele Angebote, die nicht angenommen wurden. Dies scheint plausibel, da die meisten Fachkräfte das Online-Nutzungsverhalten und die Vorlieben und Bedarfe der Kinder und Jugendlichen im digitalen Raum noch nicht kannten.

„Schon okay, mir fällt auch nichts anderes ein.“

„Oh, die YouTube-Stars - krieg ich ein Autogramm?“

„Naja, halt ein bisschen Abwechslung.“

Kommentare von Jugendlichen

Teilweise wurde von Fachkräften kein Bedarf für aufwändige Online-Angebote gesehen "ein Online-Jugendhaus bspw. auf Discord hätte bei uns einen Sinn gemacht, weil nur ein kleiner Teil der Jugendlichen das genutzt hätte bzw. wäre es zu viel Aufwand für uns Mitarbeiter*innen gewesen, sodass es sich für uns nicht gelohnt hat, das umzusetzen". Mehrere Fachkräfte beschrieben wenig Interesse der Kinder und Jugendlichen an digitalen Angeboten, da es kaum Reaktionen auf ihre Angebote (z.B. in Form von Likes) gegeben habe.

„Zu wenig Reaktion, keine Rückmeldung über Kommentarbereich – keine Wirkung bzw. nicht bemerkbar“

„Es gab kein gutes Gelingen eines digitalen Angebotes.“

„Die Jugendlichen haben in dieser Zeit andere Möglichkeiten gesucht, sich unter Gleichaltrigen zu treffen, da für sie der digitale Treff keine angemessene Alternative bot.“

„Im Nachhinein wurde zurückgemeldet, dass digitale Angebote nicht gefragt waren und einen Direktkontakt nicht ersetzen können.“

„Als das Interesse, bzw. die Online-Reaktion zusehens abnahm, fokussierte sich das Team eher auf die Freizeitpakete zum Abholen, da diese die jüngere Zielgruppe unmittelbar (mit und ohne Internetzugriff) erreichte.“



Desinteresse an den Angeboten erklärten Jugendliche gegenüber mehreren Fachkräften damit, dass es „mehr als genug“ digitale Angebote gegeben habe und daher eher Anregungen zum Rausgehen gewünscht waren. Kinder und Jugendliche erklärten, sie hätten bereits für die Schule viele Onlineaufgaben oder Telefonate und daher keine Lust noch weiter Videotelefonate zu führen. Einige Fachkräfte berichteten von einer Abnahme des Interesses an Online-Angeboten, was zwei Fachkräfte als „Online-Müdigkeit“ oder „Internet-Müdigkeit“ bezeichneten, die nach einer gewissen Zeit eingesetzt habe und in deren Folge der Bedarf nach persönlichen Kontakten noch höher gestiegen sei. Zudem habe es zumindest von bestimmten Angeboten ein Überangebot gegeben: „Irgendwann war es nicht mehr so interessant, da das ganze Internet voll mit Challenges war“.

Berichtet wird auch die plausible Beobachtung, dass die Nachfrage nach Online-Angeboten parallel zu den Lockerungen abnahm, während gleichzeitig das „Normal“angebot wieder hochgefahren wurde.

Auf der anderen Seite berichten deutlich mehr Fachkräfte, die sich an der Umfrage beteiligten, von positiven Reaktionen der Kinder und Jugendlichen auf die Online-Angebote. Unter diesen Fachkräften berichteten mehrere über eine stabile Teilnahme an den Angeboten, in einigen Fällen wurden die digitalen Angebote mit der Zeit verstärkt angenommen. Eine Fachkraft begründete diese Zunahme mit dem Abbau technischer Hürden. Außerdem gaben einige Fachkräften an, dass sie ihre digitalen Angebote nach positiven Rückmeldungen weiterentwickeln und nach und nach professioneller umsetzen konnten.

„Positives Feedback“

„Begeisterte Teilnahme“

„Dankbarkeit“

„Bisher nur positive Rückmeldungen erhalten. Mit der Bitte immer weiter zu machen“,

„Nach unserer Meinung haben wir [...] einen größeren Anklang gefunden als jemals erwartet, [...]“

„Dadurch, dass sich ein Stamm an Jugendlichen aufgebaut hatte, die immer in den Livestreams zugegen waren und sich aktiv bei den Live-Spielen beteiligt haben, haben wir mit einigen ziemlich viel zu tun gehabt.“

Die Bewertungen einiger Fachkräfte, dass die Kinder und Jugendlichen grundsätzlich kein Interesse an Online-Angeboten hatten, da ihre digitalen Angebote kaum oder gar nicht nachgefragt wurden, lassen zumindest offen, ob die Angebote auch ansprechend und an den Bedarfen der Kinder und Jugendlichen orientiert waren und ob diese lieber andere Online-Angebote nutzten oder grundsätzlich keine zusätzlichen Online-Angebote nutzen wollten. Eine Frage, die in den Rückmeldungen von sehr wenigen Fachkräften thematisiert wurde, ist die Wahl der geeigneten Plattform. Nur wenige Fachkräfte gaben an, unterschiedliche Plattformen (Plattform-Inhalt-Kombinationen) getestet zu haben. Fachkräfte gaben an, dass sie ihre Zielgruppe mit Signal, Teamspeak und Instagram erreichen konnten. TikTok oder Twitch wurden in dieser Auswertung lediglich von einer Fachkraft als deren genutzte Plattform benannt. Nach der Angabe einer Fachkraft wurden über Facebook Eltern erreicht, die nach Angeboten für ihre Kinder suchten.

„Zum Beispiel muss man wissen, dass sehr viele Jugendlichen bei uns hier YouTube oder eben Twitch nutzen, sonst wäre das „ein Schuss in den Ofen“, wenn man gleich schon die falsche „Basis-Plattform“ auswählt. Hierbei hatten wir etwas Glück und einen sehr guten Riecher, denn in der ersten Woche sind drei verschiedene Vorgehensweisen zur Debatte gestanden.“

Viele Fachkräften haderten mit dem Nutzungsverhalten der Kinder und Jugendlichen im digitalen Raum. Wenig Rückmeldungen / Resonanz, Beteiligung und Kommentare (stille Teilnehmende), "keine Posts auf dem Kanal des Jugendhauses", knappe Antworten, "oberflächliches" Lesen der Beiträge machten Fachkräfte unsicher, ob das Angebot angenommen wird. Auch die Teilnahmeentwicklung an den Angeboten - phasenweise Zuschauende, Wechsel der Zuschauenden - konnten sich mehrere Fachkräfte nicht erklären.

"Ich denke es geht dabei vor allem um den Algorithmus von YouTube, dass ein Video angezeigt wird oder eben nicht. [als] wir zwei Mal in der Woche einen Livestream gezeigt hatten, hatte das dazu geführt, dass die Zahlen der Zuschauer wirklich drastisch sanken. Nachdem wir uns entschieden hatten es auf einmal pro Woche zu reduzieren und stattdessen noch andere Formate abzdrehen [...], sind die Zuschauerzahlen wieder [...] stark gestiegen."

„Der Anfangshype war [...] sehr groß. Schon beim zweiten Stream waren es nur die Hälfte an Zuschauern. Die Dynamiken dabei zu lesen ist unserer Meinung nach kaum bis gar nicht möglich. Die Viewzahlen schwanken bis heute extrem.“

„wobei andere sich [...] gar nicht zu Wort gemeldet haben, aber scheinbar trotzdem den Streams folgen.“

Neben der Wahl der Plattform müssen auch die Zeiten der Online-Präsenz der Zielgruppe beachtet werden: zwei Fachkräfte merkten an, dass sich die Zeiten der Online-Nutzung von Jugendlichen nicht in der regulären Arbeitszeit abdecken lassen: "oft Spätabends [...], nach offiziellem 'Feierabend'", "Jugendliche haben teilweise sehr lange geschlafen, Onlinezeiten mussten an die Jugendlichen angepasst werden."

In Bezug auf digitale Angebote merkten mehrere Fachkräfte an, dass sie mit diesen Angeboten nicht den Anspruch hätten, die persönliche Beziehung zu ersetzen, da digitale Interaktion nur einen kleinen Teil der vielseitigen Aspekte persönlicher, „face-to-face“ Interaktion und Beziehungsarbeit ersetzen könne. Mehrere Fachkräfte wollen digitale Jugendarbeit daher nur zeitlich begrenzt als Alternative anbieten.

„Instagram war geeignet, um Infos weiter zu geben und für Kreativangebote. Unser Schwerpunkt „Beziehungsaufbau“ konnte aber hierbei nicht verwirklicht werden.“

„Digital ist einfach nicht face-to-face was Gemeinschaftsgefühl und Umgebung angeht.“

„[...] es ist eben nicht das Gleiche, wie einfach ins Jugendhaus zu gehen und dort bei einem Getränk gemütlich zu quatschen und eine Runde Kicker zu spielen.“

„Echte Peergroup kann nicht digital stattfinden. Gemeinsam Quatsch machen, ungestört sein.“

„[den Kindern und Jugendlichen] fehlt die Rückmeldung durch Mimik und Gestik.“

Digital könnten auch „keine wirklichen Freiräume für die Jugendlichen geschaffen werden.“

„Des Weiteren ist eine große Hürde die Anonymität von und die Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Medien. So berichteten einige Kinder [...] davon, sich unwohl zu fühlen sich vor einem Bildschirm aufzuhalten und die Videofunktion zu nutzen. [...] Zudem stellten auch die Bedenken vieler Eltern gegenüber digitalen Angeboten, insbesondere der Videofunktion eine Grenze für viele Kinder dar.“

„Jugendliche antworten [über digitale Medien] oftmals nur sehr knapp und man muss Infos 'aus der Nase ziehen'.“

Für eine Bewertung der Angebote von OKJA ist es sicher sinnvoll für jedes Angebot - digital oder in Präsenz - zu überlegen für welche Gruppe welche Hürden bestehen oder bestehen könnten. Neben Nachteilen der digitalen Angebote, stellten Fachkräfte auch positive Effekte fest.

Es „[...] wurden auch die Eltern und das häusliche Umfeld der Mädchen erreicht bei terminlichen Absprachen, technischer Unterstützung, Einrichtung der Videoplattform oder Rücksprachen bei Material und Vorbereitung. Auch bot das Angebot immer einen Einblick in die Lebenswelt der Mädchen und des häuslichen Umfelds, der so sonst nicht möglich war.“

„Durch die Livestreams und, dass sie, wenn sie wollten uns jede Woche trotzdem sehen und „erleben“ konnten, hatte dies einen passiven, jetzt im Nachhinein wahrzunehmenden Effekt.“ Es „war nicht wie nach den 6 Wochen Sommerferien, wo man oftmals kaum bis gar keinen Kontakt hat, da die Jugendlichen oftmals komplett weg sind über die Ferien, [und es dann zunächst darum geht] eine komische Distanz zu überwinden. Es war sogar so, als hätte man sich gestern erst gesehen, was bei diesen spezielleren Jugendlichen sehr unüblich ist normalerweise. Toller Effekt! Wie wir es uns gewünscht hatten.“

Um zu erfahren, wie die Fachkräfte digitale (Ersatz-)Angebote bewerten, sollten diese im Fragebogen den folgenden Satz vervollständigen:

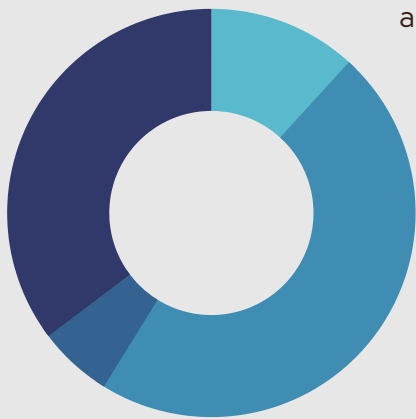
OKJA ist unmittelbare Beziehungsarbeit, deshalb haben wir digitale Angebote...

trotzdem umfänglich als Ersatzleistung angeboten (18)

als echte Alternative angeboten (6)

nicht durchgeführt (3)

nur eingeschränkt angeboten (24)



...auf offline Angebote

Auch bei der Teilnahme an Offline-Angeboten machten Fachkräfte unterschiedliche Beobachtungen. Bei bestimmten Aktionen wurde eine Abnahme des Interesses beobachtet, andere berichteten über stabiles oder steigendes Interesse an den Angeboten. Mehrere Fachkräfte berichteten, dass Eltern (und Großeltern) sehr positiv auf das Offline-Angebot reagiert haben. „Vor allem bezüglich der analogen Basteltüten [gab es] über die Eltern positives Feedback“. „Den Eltern und auch den Kindern wurde einmal mehr bewusst, dass jemand da ist, der sich kümmert, der Anlaufstelle ist und der über vieles informiert ist und Bescheid weiß.“

Auch von positiven Reaktionen der Fachgebietsleitung, anderen Fachbereichen der (Stadt-)Verwaltung, dem Gemeinderat und in der Presse wurde berichtet. Allerdings wurde auch von Fällen berichtet, in denen die Eltern das Nutzen der Angebote verhinderten und ihren Kindern bestimmte Angebote nicht erlaubten. Da Infektionen auch immer Auswirkungen auf gesamte Familie hatten, wurden die Kontakte der Kinder und Jugendlichen in bestimmten Fällen besonders stark eingeschränkt.

Viele Fachkräfte berichteten, dass die Kinder und Jugendlichen sehr froh waren, als das Jugendhaus wieder geöffnet wurde – einige hätten „sehnsüchtig auf die Wiedereröffnung gewartet“. „Durch Öffnung kehrte ein Stückweit Normalität in die Leben der Jugendlichen zurück“.

Einige Fachkräfte berichteten von großem Andrang nach Wiedereröffnung, allerdings beschreiben viele Fachkräfte, dass die Anzahl an Besucher*innen, die im normalen Betrieb das Jugendhaus besuchen, (zunächst) nicht erreicht werden konnten - auch durch die hohen Hygienestandards und die begrenzten Plätze zu festen vorgegebenen Zeiten. In manche Einrichtungen kamen die Stammbesucher*innen auch nach der Anfangszeit nicht mehr vollständig zurück.

„Einige waren zu Beginn genervt von den Regelungen und haben sich daran gewöhnt.“

„Zielsetzung teilweise erreicht (einige Jugendliche sind so mit den Jugendhaus in Kontakt geblieben und auch nach der Wieder-Öffnung wiedergekommen, andere Jugendliche haben wir seit der Schließung jedoch nicht gesehen).“

„Es gibt aber auch Besucher die einmal kamen und meinten sie kommen erst wieder wenn ein normaler Betrieb stattfindet“

„Etwas Normalität mit neuen Regeln.“

Einige Fachkräfte konnten den Kontakt zu den Kindern und Jugendlichen nach der Wiedereröffnung nach und nach wieder aufbauen. Manche Kinder und Jugendlichen mussten sich erst wieder an die Situation gewöhnen „Jugendliche meinten es fühle sich gerade komisch an.“ Während ein Teil der Besucher*innen für die Regelungen Verständnis gehabt habe, z.B. beteiligten sich Jugendliche an der Erarbeitung einer Jugendhaus-Verordnung - habe ein anderer Teil aufgrund der Maßnahmen die Angebote nicht mehr angenommen.

Die neuen Regelungen wie Anmeldeverfahren, Dokumentationspflicht und Masketragen stellten für manche Besucher*innen Hürden dar, das Jugendhaus zu besuchen: . Entsprechend stiegen

in manchen Einrichtungen die Besucher*innenzahlen mit jedem Wegfall von Einschränkungen. Eine Fachkraft beschrieb es als schwierig die Balance zu finden, da sie verantwortungsvoll mit der Situation umgehen wollten, „aber auch nicht [...] Besucher vergraulen“ wollten.

Einzelne Fachkräfte beschrieben es als sehr positiv, das Jugendhaus frühzeitig wiedergeöffnet zu haben, „da die Jugendlichen zum Großteil keine Schule hatten und wenig Möglichkeiten soziale Kontakte zu pflegen“. Andere Jugendhäuser mussten länger warten, bevor sie wieder öffnen durften: „Wir durften zu lange nicht öffnen und als wir die Erlaubnis hatten, war einfach an andere Stelle schon vieles wieder erlaubt.“ oder die Jugendlichen „nutzten gerade die Freiheit sich draußen in Gruppen zu treffen, oder auch im privaten Zuhause.“

Weitere Effekte, von denen die Fachkräfte berichteten, waren, dass nach der Wiedereröffnung in Kleingruppen sehr offen gesprochen wurde und Einzelgespräche persönlicher als bisher waren.



FAKTOREN FÜR EIN GUTES GELINGEN DER ONLINE-ANGEBOTE

VORHANDENE KONTAKTE

TECHNISCHE AUSSTATTUNG

ENGAGEMENT UND
KENNTNISSE DER
FACHKRÄFTE

GESTALTUNG DES
ANGEBOTS



Kontakte

Nach den Angaben der Fachkräfte sei für die digitale Beziehungsarbeit zum einen wichtig bereits vor dem Lockdown eine gute Beziehungsarbeit geleistet zu haben. Zum anderen brauchten die Fachkräfte eine (Online-)Verbindung zu ihren Besucher*innen: Kontaktdaten – also Telefonnummern, Benutzer*innennamen oder Mailadressen und Wissen über genutzte Plattformen. Vorteile hatten Einrichtungen, die bereits vor Corona mit der Zielgruppe vernetzt war - durch Online-Angebote und gepflegte soziale Netzwerke. Erfolgsfaktor für die Vernetzung sei die Konstanz der digitalen Präsenz: vor, während und nach der Schließungen.

Für Einrichtungen, die keine Kontaktdaten hatten brach der Kontakt zu Besucher*innen zunächst ab. Manchen Fachkräften gelang es den Kontakt (nach einer gewisser Zeit) wieder herzustellen. Anderen nicht. Wenn die Kontaktpflege gelang, führte dies in mehreren Fällen dazu, dass die Angebote nach Wiedereröffnung sehr gut angenommen wurde, und ein Großteil der Stammbesucher*innen nach der Öffnung wiederkam. „[...] das Angebot [konnte] weitergeführt werden [...] und fast ohne Abbruch im Alltag wieder aufgenommen werden.“ Die Hemmschwelle seitens der Jugendlichen wieder die Einrichtung zu besuchen, wurde durch Onlineangebote gesenkt.

„Unter anderem sollen nun auch bei Zustimmung der Kinder und der Eltern Telefonnummern aufbewahrt werden, um in Zukunft einen direkten Kontakt aufbauen und über Angebote informieren zu können.“

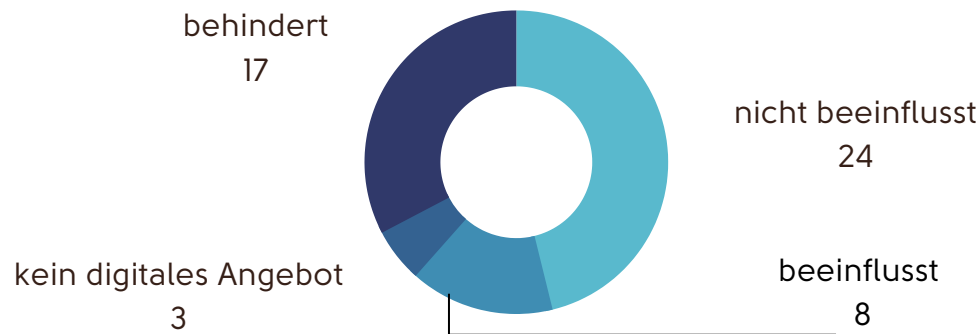
„Digitale Angebote unabhängig von Krisen zu verwenden, also eine funktionierende Plattform zu haben ist ein wichtiger Faktor für das Gelingen.“

„Auch nach der Wiedereröffnung waren die Rückmeldungen, dass digitale Angebote nicht erwünscht sind. An einem unserer Standorten der Offenen Jugendarbeit war dies anders“[...] „Erfolgreich war es dort, wo bereits vorher soziale Medien für den Austausch genutzt wurden und die Kinder und Jugendlichen (oder ihre Eltern) über die notwendigen technischen Möglichkeiten verfügten. [...] „Hier war der Kontakt über das digitale Angebot von Beginn an erfolgreich. Hilfreich war dabei, dass die Kinder und die Mitarbeiterinnen bereits vor der Schließung über soziale Netzwerke miteinander kommunizierten. Entsprechend konnte über Video gemeinsam Spiel, Koch-, Bastelideen und Beratung (Sorgen und Ängste) umgesetzt werden und es kam nicht zu einem Kontaktabbruch während der Schließung der offenen Angebote.“

Hürde Datenschutz?

In mehreren Fällen waren aufgrund von Datenschutz keine Kontaktdaten zu den Kindern und Jugendlichen vorhanden. Zudem wurde es einigen Fachkräften untersagt, WhatsApp zur Kontaktpflege zu nutzen. Bei der Abfrage, ob die eigenen Datenschutzbestimmungen die Angebote "nicht beeinflussten" oder "behinderten" gaben die meisten der befragten Fachkräfte an, dass die Datenschutzvorgaben die Angebote nicht beeinflussten. Allerdings gaben auch 17 Fachkräfte an, die Datenschutzvorgaben hätten die Angebote behindert. In einem Fall ging der Träger davon aus „[...]“, dass die Mitarbeiter*innen der Offenen und Mobilen keine Netzwerkarbeit machen dürfen, aufgrund von Datenschutz. Es wurde den Mitarbeiter*innen untersagt die Daten und Kontakte der Jugendlichen zu sammeln und mit ihnen über Insta und Whats App zu kommunizieren“.

Einfluss von Datenschutz auf die Angebote



In der Umfrage waren die Auswahlmöglichkeiten "behindert" und "nicht beeinflusst" vorgegeben. Viele gaben "beeinflusst (nicht behindert)" an. Als vorgegebene Antwortmöglichkeit wäre diese Antwort vermutlich häufiger angegeben worden.

"Wir standen in engem Kontakt mit den Jugendlichen per Whatsapp, allerdings nur über unsere privaten Accounts, da [die] [...] Datenschutzvorgaben des Trägers] uns weder Wlan noch Whatsapp ermöglicht[en], obwohl Whatsapp das Hauptkommunikationsmittel der Jugendlichen darstellt".

"Ohne Whatsapp war es schwierig direkten Kontakt aufrecht zu erhalten, Unverständnis der Jugendlichen."

Bewerbung

Als Erfolgsfaktor wurde gutes und viel Bewerben der digitalen Angebote benannt. Die Angebote wurden beispielsweise gegenüber den Eltern, in der Schule, über Aushänge und in Zeitungsanzeigen beworben. Fachkräfte vor Ort im Jugendhaus konnten „Kinder, die dort vorbeigelaufen sind oder gezielt vorbeikamen, [...] direkt über das digitale Angebot informier[en]. Dies hatte mehr Wirkung als die zahlreichen Aushänge und Flyer."

Je öfter das Angebot Online-Beratung, Rezepte (online) beworben wurde (Social Media und direktes Anschreiben) desto mehr wurde es genutzt."

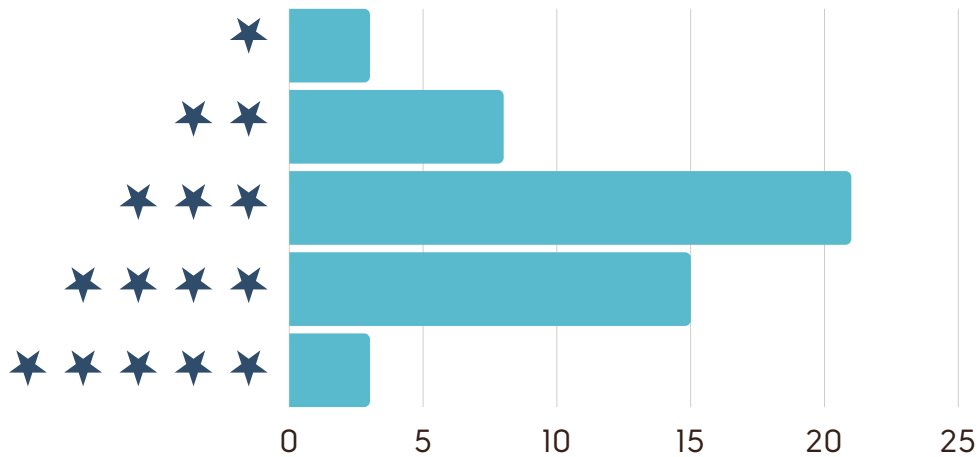
Technische Ausstattung

Damit Kinder und Jugendliche an digitalen Angeboten teilnehmen können, benötigen die Fachkräfte auf der einen und die Kinder und Jugendlichen auf der anderen Seite die hierfür notwendige technische Ausstattung und Zugang zum Internet.

In der Befragung der Fachkräfte sollten diese die technische (private) Ausstattung ihrer Zielgruppe bewerten. Dabei wurde von einigen Fachkräften angemerkt, dass eine Bewertung der technischen Ausstattung aller Besucher*innen schwer sei, da diese unter den Personen / Gruppen unterschiedlich sei. Zum Beispiel wurde in einem Fall angemerkt: „Bei Teenagern besser, bei Kindern sehr schlecht; für Homeschooling bei allen nicht ausreichend“. In mehreren Fällen waren Jugendliche nur über ihr Smartphone erreichbar und hatten keinen Zugang zu einem Laptop. Insgesamt wurden viele Kinder und Jugendliche nicht erreicht, weil diese entweder kein Handy, Tablet oder PC besitzen oder weil sie kein WLAN / Internetzugang hatten.

Weitere Kinder und Jugendliche wurden nicht erreicht weil sie nicht die entsprechenden Kanäle kannten, nutzten oder nutzen konnten. Dies könnte allerdings in einem weiteren Punkt - Vernetzung oder Medienkompetenz - beschrieben werden.

Technische Ausstattung Zielgruppe



Die technische Ausstattung der eigenen Einrichtung wurde von sechs Fachkräften als sehr schlecht bezeichnet. Ebenfalls nur sechs Fachkräfte bezeichneten die Ausstattung als sehr gut.

Von zwei Fachkräften wurde die technische Ausstattung des Jugendhauses als ungenügend für Online-Angebote beschrieben (z.B. kein funktionierendes WLAN). Weitere Fachkräfte erklärten, sie seien durch die Ausstattung eingeschränkt, wie beispielsweise keine Cameraausrüstung am PC.

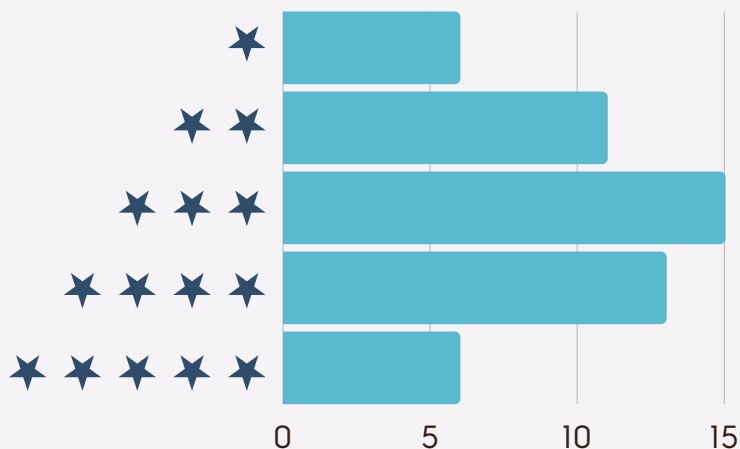
"Wir hatten bis dato keinen Account auf einer Plattform wie z.B. fb und instagram."

"[...] es konnten keine zwei Kurse und Videokonferenz gleichzeitig laufen."

"Die Technik an sich und die absolut schlechte Internetverbindung, sowie schlechte Soft- und Hardware haben die ganze Aktion wirklich sehr schwierig gestaltet."

"Es konnte kein Equipment gekauft werden. Deswegen konnte Medien nur eingeschränkt genutzt werden."

Technische Ausstattung der Einrichtungen



Auf die Frage welche Neuanschaffungen getätigt wurden, gab es Fälle, in denen ein erster PC und Internetzugang beschafft wurden, die zuvor gar nicht vorhanden waren.

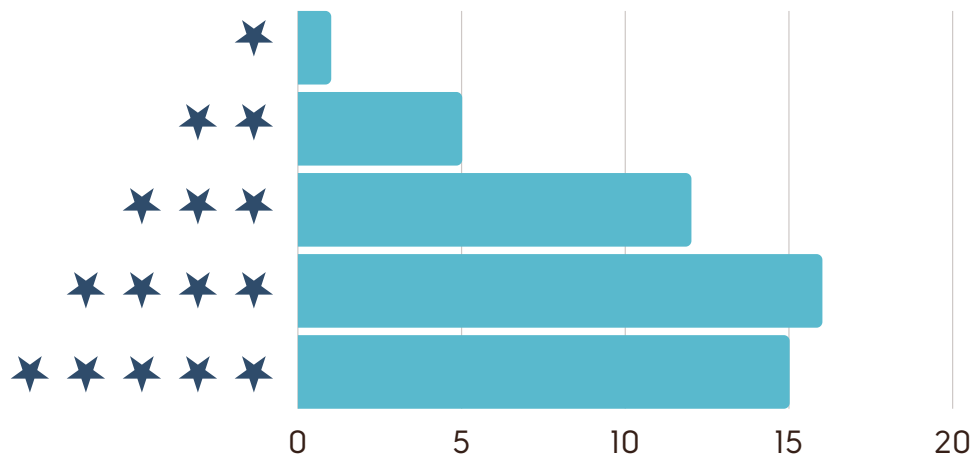
In mehreren Fällen wurden Diensthandys, bzw. -smartphones beschafft, mit denen die Fachkräfte die Kinder und Jugendlichen über soziale Medien kontaktieren konnten. Auch Software wurde von einem Teil der Fachkräfte neu beschafft. Meistens Kommunikationssoftware (Zoom, Teamspeak u.a.) und Social-Media-Programme wie Instagram.

Arbeitsstruktur

Sieben der beteiligten Fachkräfte benannten Aspekte ihrer Arbeitsbedingungen und -strukturen als Erfolgsfaktoren. Hierzu zählten sie:

- autonomes Arbeiten in der Einrichtung (keine Vorgaben der Vorgesetzten),
- Kurzer Dienstweg für Absprachen über Nutzung digitaler Medien und Social Media ohne lange Prozessbeschreibung, Anträge und Bürokratie,
- ausreichende und gebündelte personelle und zeitliche Ressourcen,
- gute Kommunikation mit Kolleg*innen,
- gute Koordination des Gesamtprojekts, sowie
- Grundüberzeugung und Sicherheit, um Anlauf und Rückschlüsse auszuhalten.

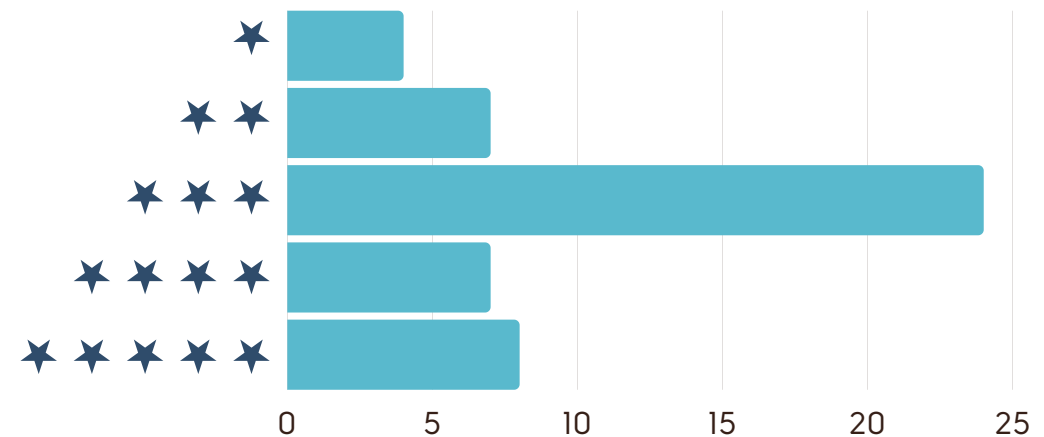
Personelle Ressourcen für die Umsetzung der Angebote



Die personellen Ressourcen für die Umsetzung der Angebote waren in den meisten Fällen vorhanden. Allerdings fehlte es in 18 Fällen an einer guten personellen Besetzung, was in bestimmten Fällen ansprechende digitale Angebote verhindert oder eingeschränkt habe

„Durch die Kurzarbeit und die Deckelung der Arbeitsstunden haben wir keine zeitlich aufwändigen digitalen Angebote gemacht aber sind in Kontakt geblieben.“

Fachliche Qualifikation der Mitarbeitenden



Die Bewertung der fachlichen Qualifikationen der Mitarbeiter*innen in der Einrichtung wurde von den Fachkräften unter unterschiedlichen Kriterien vorgenommen. Einige bewerteten die fachlichen Qualifikationen als schlecht, da es sich bei den Kenntnissen nicht um fachliche Qualifikationen, sondern um selbst angeeignete Kenntnisse handle. Andere Fachkräfte bewerteten die Kenntnisse im Umgang mit digitalen Angeboten.

Zwölf Fachkräfte gaben an, dass Vorgesetzte und Kolleg*innen eine entscheidende Rolle für den Erfolg des Angebots spielten: Die Vorgesetzten und/oder Kolleg*innen waren engagiert (motiviert und kreativ), gegenüber neuen/digitalen Formaten offen, verfügten über gute technische Kenntnisse (allgemein) und / oder gute Kenntnisse im Umgang mit Social Media.

Auf der anderen Seite stellten mehrere Fachkräften „persönliche Grenzen“ bei der Durchführung der Online-Angebote fest. Die zu geringen Fachkenntnisse der Mitarbeiter*innen über digitale Angebote und im Bereich Medienkompetenz erschwerten in mehreren Fällen die Produktion von digitalen Angeboten. Es gab Fachkräfte, die sich erst in Programme einarbeiten mussten, weshalb zunächst für die Einarbeitung zeitliche Ressourcen benötigt wurden.

„Keiner von uns hat eine Aus-, Fort- oder Weiterbildung gemacht im Bereich „neue Medien“. Einer von uns hat das im Kleinen als privates Hobby betrieben - allerdings nur Teile dessen, was ein solches Projekt im Ganzen ausmacht. Das, was wir geschaffen haben kam aus uns heraus, aus unserem Verständnis der Jugend gegenüber.“

Gestaltung des Angebots

Viele Fachkräfte benannten die Angebotsgestaltung als wesentlich für das erfolgreiche Gelingen eines Online-Angebots. Dazu zählen:

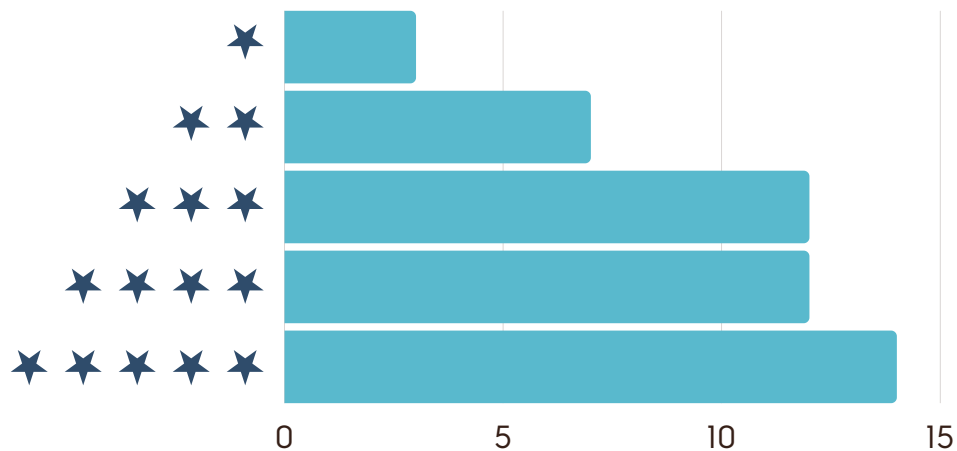
- Nutzen einer von Jugendlichen genutzten Plattform,
- regelmäßiges Pflegen der Social-Media-Profile,
- Erstellen zielgruppengerechter, ansprechender Inhalte (grafische Gestaltung und Themen der Zielgruppen),
- aufwändige Posts und Angebote (gute Vorbereitung),
- kreative Ideen (Anregungen und Praxisbeispiele aus anderen Einrichtungen),
- Ausprobieren unterschiedlicher Angebote auf verschiedenen Kanälen,
- Videocalls,
- feste Zeiten der Angebote,
- „digital aufsuchende Jugendarbeit“,
- Beteiligung der Besucher*innen an Gestaltung des Angebots,
- Verwendung eines QR-Codes (leichter Zugang zum digitalen Angebot).

Kooperationen und Vernetzung

Ein weiterer Aspekt der zum Erfolg der Angebote beigetragen habe sei eine gute Vernetzung und Kooperationen mit unterschiedlichen Akteur*innen gewesen. Hier wurden der Kontakt zu Eltern, anderen Einrichtungen und Streetwork genannt:

„Durch Streetworken [wurden] Jugendliche erreicht, die keine Technik / Internetzugang haben, um sich mit anderen zusammenzuschließen“

Unterstützung durch Verwaltung und Jugendamt



Bewertung der Unterstützung durch die Verwaltung

Die Arbeit des Jugendamts wurde von einigen Fachkräften sehr positiv bewertet: "keine Wünsche offen", "gute Zusammenarbeit", "sehr gute Unterstützung und Fachberatung". Es gab aber auch Fachkräfte, die keinen Kontakt zum Kreisjugendamt hatten. In einem Fall wurde hierzu angegeben, es habe auch kein Bedarf gegeben. In anderen Fällen wurde kritisiert, dass das Jugendamt nicht erreichbar war oder dass keine Informationen an die Einrichtungen weitergegeben wurden. Von anderen Fachkräften wurde berichtet, dass zwar Informationen weitergegeben wurden, diese jedoch zu langsam kamen und nicht an die Gegebenheiten vor Ort angepasste waren („nur Weiterleitung der AGJF-Informationen“).

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

„Vielleicht haben die derzeitigen Probleme mit Sachbeschädigung, Vandalismus und Vermüllung bei nächtlichen Partys ja auch was mit den eingeschränkten Angeboten in der Jugendarbeit zu tun?“

Insgesamt waren viele Fachkräfte in der Zeit der Schließungen weiterhin als Ansprechpersonen erreichbar und konnten weiterhin für Kinder und Jugendliche bedeutsame Wirkungen erreichen (Selbstwirksamkeitserfahrungen) und bei Problemen und in Notlagen für die Kinder und Jugendlichen da sein. Viele setzten kreative impulse und ermöglichten Kontakte, die in dieser Zeit so wichtig waren. Viele Fachkräfte informierten Kinder, Jugendliche und Eltern über die Maßnahmen und unterstützten Familien auf andere Weise und erfüllten so wichtige Funktionen, die von anderen Stellen nicht geleistet wurden.

In der Krise zeigte sich auch die Anpassungsfähigkeit vieler Fachkräfte. Viele verließen ihre gewohnten Arbeitsweisen und -prinzipien und leisteten aufsuchende Arbeit, Elternarbeit und unterstützten beim Homeschooling. Zudem waren nun beinahe alle der befragten Fachkräfte online erreichbar und entwickelten digitale Angebote um die Kinder und Jugendlichen zu erreichen.

"[...] ohne den Einsatz der AGJF war es schwer an eindeutige Informationen zu kommen."

Um die Arbeit der Fachkräfte (und deren Kontakt zu den Kindern und Jugendlichen) auch im Lockdown zu ermöglichen benötigt die OKJA Vorgaben und Regeln, die auf die Arbeitsweise der OKJA angepasst sind. Die Regeln sollten außerdem schnell verfügbar sein, sie sollten transparent, klar (verständlich und nachvollziehbar), angemessen und einheitlich sein. So dass „[...] einheitliche Hygienekonzepte in den unterschiedlichen Einrichtungen, die von den Kindern- und Jugendlichen besucht werden (Schule- Sportverein- Hort-...)“ gelten.

Konkrete Vorschläge der Fachkräfte waren hierzu ein Online-Portal in dem die aktuellen Corona-Verordnungen und Änderungen kurz und knapp dargestellt werden, sowie ein Leitfaden mit Abläufen / Vorgehensweisen im Fall von Infektionen. Die Regeln sollten zudem planbar und umsetzbar sein, in dem sie mit genug Vorlauf angekündigt werden und eine gewisse Zeit bestehen bleiben. Fachkräfte wünschten sich außerdem Unterstützung für die Entwicklung von erforderlichen neuen Arbeitsweisen und Methoden während der Corona-Pandemie. Zudem wurde die Erreichbarkeit von Gesundheitsämtern und das Einrichten von Notfallnummern benannt, die während der Angebote der OKJA – an Abenden und Wochenenden – erreichbar sein sollten.

In Bezug auf die Gestaltung der Regeln in der Pandemie wünschten sich Fachkräfte für sich selbst und vor allem für Jugendliche in die Entscheidungen miteinbezogen zu werden. Jugendliche und Kinder sollten nicht nur als Schüler*innen oder Störenfriede wahrgenommen werden - ihre Ideen und Wünsche

sollten in die Entscheidungen miteinbezogen werden. Generell und unabhängig von Corona sollten deren Bedarfe und Meinungen bei Entscheidungen stärker berücksichtigt werden (z.B. direkte Rückmeldungen an Entscheidungsträger*innen).



Die zentrale Forderung des Arbeitsfeldes, die in dieser Umfrage wiederholt wurde ist mehr Anerkennung / Wertschätzung der (Notwendigkeit des) Arbeitsfeldes.

Zum einen der Leistung der Fachkräfte, zum anderen der Anerkennung des Werts und der Bedeutung von OKJA für die Gesellschaft. Notwendig ist mehr Interesse an den Belangen der OKJA und damit zusammenhängend mehr Verständnis für das Arbeitsfeld und die Arbeitsweise der OKJA und mehr Vertrauen für das Arbeitsfeld.

Um dies zu erreichen, benötigt OKJA (weiterhin) gute Lobbyarbeit und Öffentlichkeitsarbeit - der Außendarstellung der Leistungen und Bedeutung von OKJA (auf allen Ebenen).

Mit der Anerkennung hängt auch eine bessere Finanzierung des Arbeitsfeldes zusammen - um bestehende Strukturen zu erhalten, um diese zu stärken und dort auszubauen, wo dies nötig ist.

Dazu zählen die folgenden Aspekte, die von beteiligten Fachkräften formuliert wurden:

- Ausreichend Personal (für Beziehungsarbeit),
- bessere digitale Ausstattung der Einrichtungen,
- angemessene (gesetzlich) gesicherte Finanzierung,
- Finanzierungssicherheit auch bei Projekten.

Zudem benannten die Fachkräfte weitere mögliche Aspekte, um das Arbeitsfeld zu unterstützen:

- Rückendeckung, konstruktive Zusammenarbeit und Einsatz für die OKJA vom Jugendamt,
- Fortbildungsangebote und Vernetzung.



Digitale Jugendarbeit

Während manche digitale (Ersatz-)Angebote nicht gut angenommen wurden, machten andere Fachkräfte sehr positive Erfahrungen und konnten über Online-Angebote den Kontakt zu ihrer Zielgruppe halten. Viele Fachkräfte sammelten Erfahrungen über das Nutzungsverhalten der Jugendlichen im Internet.

Fachkräfte, die keine Kontaktdaten und wenig Kenntnisse über die Plattformen besaßen, mussten in der Anfangszeit der Lockdowns zunächst Zeit für die Einarbeitung nutzen und unterschiedliche

Wege ausprobieren, um mit den Kindern und Jugendlichen in Kontakt zu treten.

Um digitale Angebote machen zu können, benötigen die Fachkräfte eine ausreichend gute digitale Ausstattung. Hierbei ist wichtig zu betonen, dass das Fehlen technischer Ausstattung Angebote direkt verhindern kann. Ohne Kamera können beispielsweise keine Videos hergestellt werden, ohne bestimmte Apps (Messengerdienst) kann zu vielen Jugendlichen kein Kontakt stattfinden. Besonders wichtig für alle digitalen Angebote ist eine gute Internetverbindung. Zudem benötigen die Fachkräfte:

- rechtliche Rahmenbedingungen zur digitalen Jugendarbeit (zur Absicherung) und Handlungshinweise zum Thema Datenschutz: „[...] welche Einstellungen auf den Plattformen ermöglichen zumindest einigermaßen das Einhalten des Datenschutzes?“,
- Unterstützung bei der Erarbeitung eines Konzepts für digitale Jugendarbeit,
- Qualifizierungsangebote im Bereich Medien und digitaler Kompetenz bzgl. Insta / FB / Onlinebeteiligung.

Digitale Angebote der OKJA haben großes Potenzial. Einige Fachkräfte haben zum Teil bereits im ersten Lockdown gute Erfahrungen gemacht, konnten den Kontakt zur Zielgruppe halten und auf digitalem Weg vor allem den Jugendlichen viel bieten. OKJA kann ihr Angebot sicher sinnvoll um digitale Angebote ergänzen. Kinder und Jugendliche, die bislang nicht ins Jugendhaus kommen, könnten über digitale Zugänge erreichbar sein. Allerdings benötigen die Fachkräfte hierfür zusätzliche personelle und zeitliche Ressourcen, die - wie es auch in der Umfrage wieder deutlich wurde - zu knapp sind.

