

# FACHTAGUNG ZUKUNFT JUGENDINFORMATION (25.-27.9.2017)

## Outputs Arbeitsgruppen zum Thema **Digitale (Jugend-)Informationsprodukte**

### Zusammenfassung beider Gruppen

Zunächst wurde erhoben und diskutiert, welche digitalen Tools bereits in der eigenen Jugendinfoarbeit zum Einsatz kommen. Dabei zeigte sich, dass bereits eine Vielzahl an digitalen Medien angewendet wird, u.a.

- Online-Beratung mittels eigens programmierter datengeschützter Software (insb. für sensible Beratungen wichtig)
- WhatsApp(-Broadcast)
- Facebook
- YouTube
- Instagram
- Snapchat
- Apps
- Info/Chat-Bot
- Blogs
- Webinars
- Live Streaming
- E-Newsletter
- Websites

Anschließend wurde darüber reflektiert, welche digitalen Tools/Medien in Zukunft (verstärkt) zur Anwendung kommen bzw. in die eigene Arbeit integriert werden sollen.

Eine Erkenntnis war, dass am Anfang unbedingt eine gut überlegte Strategie stehen muss, welche die Zielgruppe, die relevanten Themen sowie die zur Verfügung stehenden Medien und Ressourcen berücksichtigt. Leitende Fragestellungen:

- Was sind Alleinstellungsmerkmale (z.B. in Bezug auf Inhalte) von Jugendinformation (z.B. gegenüber Google)? --> z.B. der Umfang und die Qualität an Infos zu Freiwilligendiensten
- Was ist Jugendinformation auf Social Media?
- Welche Themen für welche Zielgruppe?
- Welcher Inhalt passt für welches Medium? Müssen wir auf allen Kanälen sein?
- Wie eine zielgruppengerechte Sprache gewährleisten?
- Wie die Zielgruppe einbinden (Überprüfung/Evaluierung, Feedback, ...)?
- Was ist das richtige Verhältnis zum Thema Datenschutz in der Anwendung von Sozialen Medien wie Facebook und WhatsApp?
- Wie mit der Schnelllebigkeit der Medien umgehen?
- Wie stetig professioneller werden?
- Welche Fähigkeiten müssen die MitarbeiterInnen in welchem Ausmaß mitbringen (Technik - Content - Jugendinfo)?
- Welche (und wie viel an) Ressourcen braucht es?

Bezüglich der zukünftigen konkreten Anwendungen zeigten sich viele TeilnehmerInnen sehr interessiert am Einsatz von Chat-Bots. Verstärkt werden soll weiters der Einsatz von WhatsApp und YouTube-Videos, insbesondere als Broadcast-Tools. Außerdem soll zukünftig ein Fokus gelegt werden auf:

- Online-Jugendredaktionen
- Chatberatung (evtl. auch P2P)
- Online-Umfragen
- Virtual Reality + Augmented Reality, z.B. für Online-Beratung
- Das Vermitteln von digitalen Kompetenzen

#### @Info/Chat-Bot:

Vorteile:

- 24/7 & „mobil“ einsetzbar
- Infos sind prägnant und zielgruppengerecht
- Wissen des Bots wächst stetig
- erfüllt die Gatekeeper-Funktion
- auch als indirektes Feedbacktool geeignet
- kann eine gute Werbung sein für die Jugendinfoarbeit

Nachteile:

- mangelhafte Daten-/Informationstiefe? → „Nur“ Kurzinfo, deshalb auch nur als Einstieg geeignet (z.B. für persönliche Beratung über einen anderen Kanal)?
- Hoher redaktioneller Aufwand (vor allem am Anfang)
- Es kommt noch ein Kanal dazu bzw. sind auch für die Betreuung des Bots mehrere Kanäle notwendig (Website, Messenger, ...)
- Updates/Aktuell halten des Contents
- wie mit zu erwartenden großen technischen Weiterentwicklungen Schritt halten

Datenschutz (insb. bei Facebook-Messenger-Bots)

- Eher nur ein ÖA-Tool?

Mögliche Umsetzung:

- Wie? Facebook-Messenger-Chatbot (=eigene Bot-Seite auf FB-Messenger)
- Was? Erstinfos zu Themen der Jugendinfo (außer psychosoziale Themen, hier Empfehlung eines Gesprächs) + Verlinkungen zur Website oder zu anderen Angeboten
- Zielgruppe: ältere Jugendliche und Eltern

### @WhatsApp-Broadcast:

- ist eine Art digitaler Flyer
- sehr kurzfristiger einsetzbar
- man ist zeitlich & räumlich unabhängig
- kostengünstig & einfach ("Infostellung frei Haus")
- Verlinkung zu eigener Website gut möglich
- man meldet sich freiwillig an (Erlaubnis wird eingeholt)

### @Video:

Warum? Trend geht weg vom Text, hin zum bewegten Bild

Zielgruppe? Jugendliche von 12-30 Jahren

Einsatzbereiche? Z.B. als Info-Appetizer/Teaser, für Umfragen, Erfahrungsberichte, Skills vermitteln

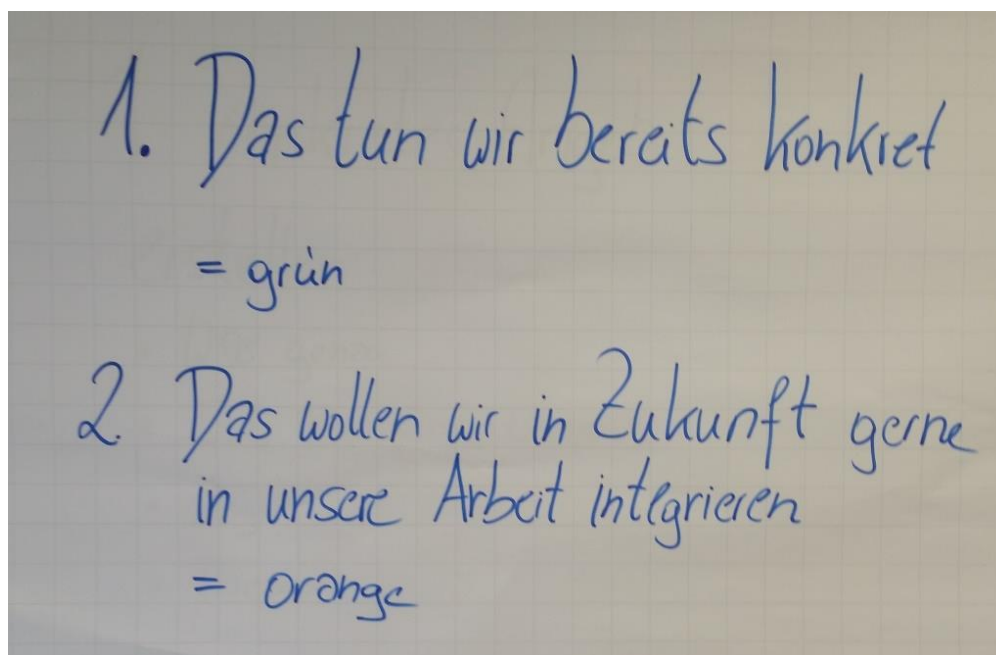
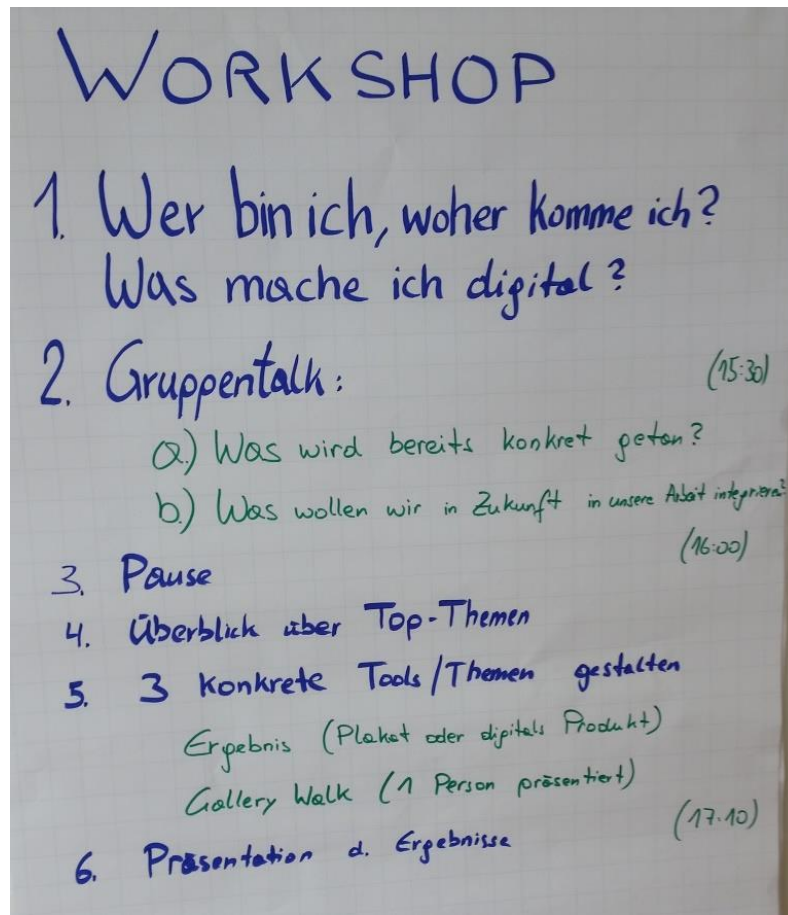
Inhalt? zu (allen) aktuellen jugendrelevanten Themen → die Themen sollten von Jugendlichen ausgewählt werden und dabei insbesondere Themen aufgreifen, die "brennen".

Wie?

- Einen journalistischen Ansatz wählen → also z.B. Fragen von Jugendlichen sammeln und ExpertInnen interviewen
- Live-Streams einsetzen
- Nicht nur für YouTube einsetzbar, sondern auf allen Channels

Was ist sonst zu beachten?

- Zeitaufwendig
- Nicht so leicht professionell rüber zu kommen --> Vorsichtig sein oder einfach mal machen? --> Die Grenze zur Peinlichkeit kann sehr klein sein.
- Vor- und Nachbereitung sehr wichtig
- Kosten-Nutzen-Verhältnis
- Einverständnis einholen



Jugendkarten  
APP

Online-Beratung  
(BERANET)

Datungeschützte Seite  
für sensible Beratungen

- Instagram
- Snapchat
- Youtube-Channel

- Newsletter
- Homepage

- What's APP Broadcast
- Facebook-Fanpage

Onlineumfragen

Website

- Soziale Medien
  - ↳ Facebook
  - ↳ Instagram
  - ↳ Twitter

- Facebook
- Info-Verbreitung
  - Fotos, Videos
  - Schauvitrine

- WhatsApp
- Chatfunktion
  - Gruppen
  - Videofunktion

- Integration v. Videos
- professioneller werden
  - Peer 2 Peer Kommunikation
  - Chat Bot
  - Statistische Evaluation
  - Datensicherheit

WhatsApp Channel

- a)
  - FB, Insta, WhatsApp, Twitter, Newsletter, JugendApp, Blog, Jugendredaktion

- Email
- Newsletter
  - Beratung
  - Termine
  - Angebot

WhatsApp

- ↳ Gruppenfunktion (Kommunikation -> Gruppen)
- [Anpassungsfähigkeit?]
- [Anzahl]

[Anpassungsfähigkeit / Lebenswelt Jugend in Kontakt bringt]

- Virtual Reality Videos
- Augmented Reality Videos
- Evaluation Ressourcen -> Nutzen

3) APP Between the lines

YouTube

- viele Inhalte
- z.B. Expertenwissen
- in Jugendliche
- in Kontakt

VR - Bots

- Infos
- Bibliothek
- Resonanz

PDFs

- sehr wichtig
- auf PDF
- der Handhabung

3) Infobot

- ähnlich wie der WhatsApp, auf Jugendliche beschränkt

NEWSLETTER

ONLINEBERATUNG

Digital Tools

-> Entwerfen

Qualifizieren digitale Jugend

Erklärvideo

- Website
- Kontakt aufnehmen
  - in Beratung über

- WhatsApp
- APP
  - Information durch
  - statt Termine

Jugendliche

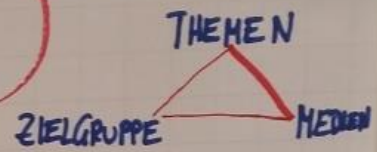
- Entwerfen
- die Gestaltung
- der Seite

- 2) Live Stream
- können
  - Punkte
  - direkt auf
  - fremde

- 3) Weiterbildung
- Skills, Kompetenz
  - anbieten
  - bekommen



# STRATEGIE



- ⇒ ALLE PLATTFORMEN/KANÄLE?
- ⇒ Welche Themen für welche Zielgruppe?
- ⇒ Welcher Inhalt passt für welches Medium?
- ⇒ Sprache - ZIELGRUPPENGERECHT (Evaluierung/Feedback)
- ⇒ Einbindung der Zielgruppen
- ⇒ ÜBERPRÜFUNG DURCH ZIELGRUPPEN!!!
- ⇒ SCHNELLEBIGKEIT DER Medien  
betücksichtigen . . .

- ChatBot

(national / europäisch)

- What's App  
Broadcast

Was ist Jugendinformation  
auf Social Media?  
Youtube / Instagram  
Snapchat

- Vermitteln v.  
digitales Kompetenz  
(Wie am besten?)

Müssen wir auf  
allen Kanälen sein?

- YouTube Videos

Ressourcen / Skills  
Sei MitarbeiterInnen  
(Technik - Content  
Jugendinfo)

APP

- Jugendredaktion  
online

Virtual Reality  
+  
Augmented Reality  
+  
Onlineberatung

Online  
Umfragen



# Jugendportal - Bot

- Vorteile :
- mobil
  - wächst
  - Feedbacktool
  - niederschwellig
  - ÖA Tool
  - Werbung
  - 24/7
  - Gatekeeper

- Nachteile :
- Updates/Content
  - ÖA Tools
  - Datenbasis/Informationstiefe
  - 24/7

⇒ Was sind Allein-Stellungsmerkmale (Jugend) von Jugendinformation? (z.B. Google)  
↳ z.B. Freiwilligendienste

## BOT

- Infos prägnant + zielgerichtet

## BOT

- mehrere Kanäle notwendig
  - Website
  - Messenger

## BOT

- Datenschutz?!

## BOT

- "kurz" Kurzinformatio ggf. Einstieg  
↳ Beratung

## BOT

- Technische (Weiter-)Entwicklungen?!

## BOT

- hoher redaktioneller Aufwand (vor allem am Anfang)

# Chatbot

## WAS?

- Facebook Chatbot
- Erstinfo zu Themen der Jugendinfo, außer psychosoziale Themen (hier Empfehlung eines Gesprächs) + Verlinkungen zur Website oder zu anderen Angeboten

## WIE?

- eigene Bot-Seite auf FB

## ZG:

- ältere Jugend / Eltern

# WhatsApp Broadcast

- Digitale Flyer
- sehr kurzfristig möglich
- zeitlich & räumlich unabhängig
- Infos Frei Haus
- kostengünstig & einfach
- freiwillig
- positiv: Erlaubnis wird eingeholt
- Verlinkung zu HP möglich

# - VIDEO -

- Themen von J. herausgesucht
- Journalistischer Ansatz
- Videoproduktion/journalismus

- Zweck der Videos?
- \* Teaser: Umfrage  
→ „Info-Appetizer“
  - \* Erfahrungsberichte
  - \* Skills erlernen

Weg vom Text,  
hin zum bewegten  
Bild

- Live-Stream
- Fragenkatalog
  - Themen nehmen, die  
„brennen“

Vorsicht oder  
-----  
„einfach mal machen?“  
→ Grenze zur Peinlichkeit  
kann sehr klein sein...

- \* Vorbereitung
- \* Nachbereitung
- \* Einverständnis

Fragen von J.  
sammeln und  
ExpertInnen interviewen  
→ INFOS zu  
bestimmten Themen



# Youtube

- zu (allen) aktuellen jugendrelevanten Themen
- Jugendliche von 12 - 30 J.
- How to do? Anleitung praktisch
- auf allen Channels

→ zeitaufwendig

→ professionell

→ aktuell

→ universell nutzbar

→ Kosten - Nutzen - Relevanz

# Peer-to-Peer @digi Jugendinfo

Canvabi Skorum

Was genau: Ratgeber Rauschpädagogik

Tools: Videos + Bearbeitungstools  
→ Diskussion → Statistiken / Illustrationen

Channel: Youtube, Instagram, Website, Fb

Zielgruppe: Jugendliche 14-17 / 18-25

Themen:

- Zusammensetzung
- Wirkung: psychisch / rechtlich
- Konsumverhalten
- Handlungsempfehlungen

Zu beachten: keine Wertung  
kein Anreiz zum Konsum