

DOKUMENTATION

Foto: Alizweckjack (Jack Simanzik) / photocase

# SOZIALE NETZWERKE

CHANCEN DER JUGENDMEDIENARBEIT IN  
ONLINE-COMMUNITIES TEIL 2 DER WORKSHOPREIHE



## **Soziale Netzwerke**

*Chancen der Jugendmedienarbeit in Online-Communities*

Landesarbeitsgemeinschaft  
**Lokale Medienarbeit NRW**



### *Herausgeberin*

Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V.  
Emscherstr. 71  
47137 Duisburg  
Tel. 0203.41058-10  
Fax 0203.41058-20  
info@medienarbeit-nrw.de  
www.medienarbeit-nrw.de

### *Redaktion*

Arnold Hildebrandt

### *Korrektur*

Irina Ditter

### *Gestaltung und Layout*

Alessandro Riggio, Köln

### *Fotos:*

AllzweckJack (Jack Simanzik)/photocase

Die Veranstaltungen wurden in Kooperation durchgeführt  
Ev. Jugendbildungsstätte, Tecklenburg  
Die Welle gGmbH, Remscheid  
Medienzentrum Lippe, Detmold  
girlspace, Medientreff für Mädchen und junge Frauen, Köln  
Medienwerkstatt der Freizeitanlage Aa-See Bocholt e.V.  
Stadt Bocholt: Fachbereich Jugend, Familie, Schule und Sport  
Bürgerhaus Bennohaus, Münster

Gefördert vom

Ministerium für Familie, Kinder,  
Jugend, Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen



**Soziale Netzwerke**  
*Chancen der Jugendmedienarbeit  
in Online-Communities*

Vorwort ..... 06

**Workshopberichte und Debatten** ..... 08

Web 2.0: Angebote der Jugendmedienarbeit in Online-Lebensräumen ..... 09

Reiz und Tücken der Jugendarbeit mit sozialen Netzwerken ..... 14

Ganz oder gar nicht: Social Media in der Jugendarbeit ..... 16

Jugendarbeit ohne Social Media? Zur Mediatisierung pädagogischer Arbeit ..... 20

**Links und praktische Tipps** ..... 28

Empfehlungen für den Start in soziale Netzwerke ..... 29

Ideen für die Praxis in der Jugendmedienarbeit ..... 30

In der Jugendarbeit: Profilseite oder Fanseite? ..... 33

So steigen Sie richtig bei Facebook & Co. aus ..... 35



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

der Schwerpunkt der Tagesworkshops **Soziale Netzwerke – Chancen der Jugendmedienarbeit in Online-Communities** im Herbst 2012 lag in erster Linie in der Vermittlung der technisch-praktischen Beherrschung von sozialen Netzwerken, um diese im Rahmen der Jugendmedienarbeit einzusetzen.

Mit der Eröffnung eines Accounts in einem sozialen Netzwerk stehen User vor wichtigen Fragen und Entscheidungen: Welche persönlichen Daten stelle ich ein, und für welchen Nutzerkreis mache ich diese zugänglich? Gehen die persönlichen Kommunikationsmöglichkeiten mit dem Schutz der eigenen Privatsphäre einher?

Praktisch bedeutet das, dass eine Reihe von Einstellungen vorgenommen werden müssen, um einen personalisierten Account einzurichten. Darüber hinaus stehen der Nutzerin und dem Nutzer in sozialen Netzwerken vielfältige Applikationen wie Spiele, mobile Ortung, die Verwaltung von eigenen Videos und Bildern und weitere innovative Möglichkeiten zur Verfügung. In den Workshops ging es in erster Linie darum, der Zielgruppe den Aufbau von sozialen Netzwerken und deren vielfältige Einstellungsoptionen transparent zu machen sowie Änderungsmöglichkeiten und Konsequenzen aufzuzeigen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops konnten die vorgetragenen Optionen selbst praktisch durchführen, ausprobieren und diskutieren, welche Einsatzmöglichkeiten es im Rahmen der Jugendarbeit gibt.

Im Vergleich zu den Workshops ein Jahr zuvor haben wir in den Debatten eine Schwerpunktverschiebung beobachten können: Nicht die Risiken, sondern die Chancen standen im Mittelpunkt der Betrachtungen. In den Diskussionen ging es weniger um Bewahrpädagogik. Kreative Vorschläge für die Praxis in der Jugendmedienarbeit gaben den Ton in der Kleingruppenarbeit und im Plenum an.

Das Thema Datenschutz scheint bei den Jugendlichen angekommen zu sein. Laut der aktuellen JIM-Studie 2012 aktivieren inzwischen 87 Prozent der Jugendlichen im Profil ihrer Community die Privacy-Option (JIM-Studie 2009: 46 Prozent). Dies zeigt, dass die intensive öffentliche Diskussion und medienpädagogische Projekte hierzu offenbar ihre Früchte tragen.

Dass das Thema soziale Netzwerke in der Jugendmedienarbeit angekommen ist, erlebt die LAG Lokale Medienarbeit NRW an den vielen Nachfragen nach einer gemeinsamen Durchführung von Veranstaltungen zu diesem Thema. So wird beispielsweise in Kooperation mit dem Bielefelder Jugendring vor den Sommerferien 2013 in Bielefeld ein weiterer Workshop **Soziale Netzwerke – Chancen der Jugendmedienarbeit in Online-Communities** durchgeführt. Zu dieser Veranstaltung wird dann bereits die zweite Publikation der LAG LM zum Thema soziale Netzwerke vorliegen.

Freuen Sie sich nun auf eine Publikation, in der Sie den Verlauf der Workshops nachvollziehen können. Darüber hinaus steht Ihnen eine Publikation zur Verfügung, mit deren Hilfe Sie sich in die aktuelle Debatte zu Social Media und Web 2.0 in Kollegenkreisen bzw. in der Jugendmedienarbeit einklinken können. An dieser Stelle möchten wir uns auch ganz herzlich bei den Kollegen von **medien + erziehung – Zeitschrift für Medienpädagogik** bedanken, die uns den Beitrag aus der merz 3/2011, „Jugendarbeit ohne Social Media? Zur Mediatisierung pädagogischer Arbeit“ von Niels Brügggen und Jürgen Ertelt, für den Nachdruck an dieser Stelle zur Verfügung gestellt haben.

Um die Sache abzurunden, finden Sie im zweiten Teil der Publikation einen Praxisteil mit Empfehlungen für den Start in soziale Netzwerke und Ideen für die Praxis in der Jugendmedienarbeit. Und wer sich aus den sozialen Netzwerken verabschieden möchte, dem sagen wir, mit dem Beitrag **So steigen Sie richtig bei Facebook & Co. aus**, DIE WELT vom 5.11.2012, wie man es richtig macht.

In diesem Sinne hoffen wir, Ihnen eine spannende und praxisnahe Broschüre vorlegen zu können.

**Arnold Hildebrandt**  
Fachreferent und Projektleiter



# WORKSHOP- BERICHTE UND DEBATTEN

## Web 2.0: Angebote der Jugendmedienarbeit in Online-Lebensräumen Jugendlicher

◆ Johannes Wentzel

Aktuelle Jugendarbeit sucht danach, in den Lebenswirklichkeiten von Jugendlichen Räume der Begegnung zu schaffen. Nicht zu ersetzen ist dabei auch in Zeiten des Web 2.0 das Angebot an Jugendliche, sich direkt und persönlich zu erleben und sich auszutauschen, z. B. bei offenen Treffs, Ferienprogrammen, Musik-Workshops, Filmabenden oder Sportveranstaltungen. Auch unterstützende Angebote wie Hausaufgabenbetreuung oder Tipps zur Ausbildungssuche leben von der unmittelbaren Begegnung und lassen sich nicht allein an Software oder Websites delegieren. Dass aber das Internet und besonders die sozialen Netzwerke ständige Begleiter von Jugendlichen sind und sich ein großer Teil der Kommunikation und Selbstdarstellung hier abspielt, ist den Akteuren der Jugendarbeit aus ihrer täglichen Praxis bekannt. Die LAG Lokale Medienarbeit NRW hat daher 2012 mit der Veranstaltungsreihe **Soziale Netzwerke – Chancen der Jugendmedienarbeit in Online-Communities** Pädagoginnen und Pädagogen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus Einrichtungen der Jugendhilfe dazu eingeladen, sich über diesen „digitalen Lebensraum“, seine Chancen und Grenzen zu informieren und ihn selbst kennenzulernen.

Facebook, das nahezu alle anderen sozialen Netzwerke an den Rand gedrängt hat, stand deshalb auch im Mittelpunkt der Diskussion und des praktischen Teils der ganztägigen Veranstaltungen. Es ist die beliebteste Social Community bei Heranwachsenden, drei Viertel der Jugendlichen zwischen 12 und 19, so die JIM-Studie 2012, schreiben hier täglich oder mehrmals in der Woche Nachrichten oder chatten miteinander. Auch wenn für Außenstehende die Faszination dieser Angebote und die hierin geltenden Kommunikationsformen oft nur schwer nachvollziehbar sind – für die Jugendlichen selbst haben diese Treffpunkte eine wichtige Bedeutung und Funktion. Sie bilden für Heranwachsende eine Plattform (neben anderen, analogen), auf der sich die für ihre Identitätsfindung unerlässlichen Kompetenzen Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement erproben und trainieren lassen.

Es ist für Jugendliche nicht egal, wie die Fotos auf der Profilseite bei Facebook aussehen, ob ihre Posts „geliked“ werden oder nicht, und es ist von Bedeutung, wie viele Freunde in der Freundesliste stehen (laut JIM-Studie 2012 sind es durchschnittlich 272). Hier stellen sie sich der Gemeinschaft vor, bringen ihre Meinung ein, in-

dem sie Aktivitäten von anderen kommentieren, gründen Gruppen, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, oder versenden und empfangen Freundschaftsanfragen. Im Netz werden so Beziehungen gepflegt, Anerkennung erfahren, Freizeit verbracht, Informationen eingeholt und Gruppenzugehörigkeit gelebt. Die Erfahrungen, die die Jugendlichen hier sammeln sind für sie nicht nur virtuell, sondern ganz real. Darüber hinaus sind Jugendliche auch, z. B. durch die Nutzung von Smartphones, jederzeit verfügbar und ortsunabhängig. Eine strikte Trennung zwischen online und offline und damit eine Trennung der Erlebnisräume Internet und „reale Welt“ sind für die Jugendlichen damit nicht mehr eindeutig und werden so auch nicht wahrgenommen. Was im Netz erlebt wird, hat seine Auswirkungen auf die analoge Welt und umgekehrt.

Wenn Jugendarbeit also die je aktuellen Erlebnisräume von Jugendlichen im Blick behält, treten zum Repertoire der „klassischen“ Aufgabenfelder für Jugendeinrichtungen neue, digitale, hinzu, ohne die alten dabei abzulösen. Dabei ist klar: Auch die schönsten „Internetaktivitäten“ können attraktive Angebote in der „realen Welt“ und pädagogisches Handeln nicht ersetzen. Wo aber Jugendarbeit bereits umgesetzt und angenommen wird, da kann sich die Arbeit mit Jugendlichen zu einer Jugendarbeit im Netz erweitern. So entstehen nicht nur neue Aufgaben – gleichzeitig werden auch neue Handlungsräume erschlossen, die eine Kommunikation mit Jugendlichen in einem ihnen bedeutsamen Erlebnisraum ermöglicht. Ein Ausgangspunkt hierfür ist das Anlegen (und Pflegen!) eines eigenen Kontos bei einem sozialen Netzwerk, das auch zu einem „digitalen Treffpunkt“ im Netz werden kann.

Technisch ist ein Facebook-Auftritt schnell umgesetzt – allerdings zeugt eine Vielzahl von „verwaisten“ Facebook-Profilen von Einrichtungen, bei denen entweder nichts oder nur die Adresse der Einrichtung zu sehen ist, davon, dass hier zwar die Notwendigkeit erkannt wurde, sich mit dem Thema soziale Netzwerke auseinanderzusetzen, dass aber dann doch wohl eine gewisse Ratlosigkeit eingekehrt sein mag, wie es denn nun mit der Präsenz weitergehen und wie sie nutzbar gemacht werden könne. Jugendliche erkennen schnell, ob sich eine Einrichtung (oder Person) bei Facebook anmeldet, um einfach „mit dabei“ zu sein, oder ob hier ein wirkliches Interesse daran besteht, relevante Inhalte zu posten und dieses Medium zur Kontaktaufnahme und Beziehungspflege einzusetzen.

Damit Akteure der Jugendarbeit auch zu Ansprechpartnerinnen und -partnern für Belange der „digitalen Welt“ werden können, genügt

es eben nicht, schnell ein Konto bei Facebook anzulegen oder anlegen zu lassen – auch das wurde auf den Veranstaltungen immer wieder deutlich. Damit Kommunikation mit Jugendlichen im Netz bzw. in einem sozialen Netzwerk erfolgreich sein und dadurch auch die Bindung an die Einrichtung gestärkt und ausgebaut werden kann, müssen bereits im Vorfeld einige Elemente geklärt sein.

**Wozu soll der Auftritt dienen?** Ist er ausschließlich ein Instrument der Öffentlichkeitsarbeit, oder soll er Jugendlichen auch die Kontaktaufnahme zur Einrichtung und z. B. zu Expertinnen und Experten zu bestimmten Themen erleichtern (Mobbing, Sexualität, Sucht...)?

Soziale Netzwerke (in diesem Fall: Facebook) bieten ein großes Potenzial, wenn es darum geht, Jugendliche zu erreichen. Da ein Großteil von ihnen regelmäßig, auch mehrmals am Tag, Facebook aufruft oder Facebook auf Smartphones immer „im Hintergrund“ geöffnet hat, erreichen sie Nachrichten zum Angebot und zum aktuellen Programm der Einrichtung schnell und unkompliziert. Auch Hinweise auf besondere Veranstaltungen oder geänderte Öffnungs- und Veranstaltungszeiten erreichen über Facebook ein großes Zielpublikum – Facebook ist somit ein Verteiler, der effektiver als Mail und kostengünstiger als Flyer und Plakate ist. Soziale Netzwerke können so eine wertvolle Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit sein, die aber die gängigen Formen wie Plakate, den Mailverteiler und natürlich die persönliche Ansprache nicht ersetzen sollen. Dabei muss auch immer bedacht sein, dass es Jugendliche gibt, die eben nicht bei Facebook sind und das bewusst auch nicht sein wollen. Es wäre problematisch, diese Gruppe auszuschließen, indem z. B. Hinweise auf Veranstaltungen ausschließlich über diesen Weg vermittelt würden.

**Zwar darf man davon ausgehen, dass die Jugendlichen Informationen untereinander weitergeben, allerdings kann sich die Arbeit mit Jugendlichen nicht dem Vorwurf aussetzen, sich nur an Facebook- und Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer zu wenden.**

Durch Hinweise auf die eigenen Öffnungszeiten, das laufende Angebot, aber auch auf Adressen und Expertinnen und Experten zu bestimmten Themen, die für Jugendliche relevant sein können (Notunterkünfte, Suchtberatung, Mobbing-Beratung etc.) kann man Jugendlichen einfach und niedrigschwellig Informationen an die Hand geben.

Jugendliche sind in sozialen Netzwerken aber gewohnt, nicht nur Informationen zu lesen, sondern selber aktiv zu werden – in Form von Kommentaren, Nachrichten oder „Likes“. Die „Nachrichtenfunktion“ erlaubt es den Jugendlichen, in Verbindung mit der Einrichtung zu bleiben. Dadurch, dass diese „Nachrichten“ nicht öffentlich sind und eher einer Mail als einem Posting entsprechen, lassen sich auch persönliche Inhalte und Fragen erörtern, sofern geklärt und kommuniziert ist, dass nur ein entsprechender Personenkreis diese Nachrichten liest und nicht etwa ein Kreis von





Jugendlichen, der an dem Auftritt mitarbeitet.

Sollen die Besucherinnen und Besucher der Präsenz darüber hinaus eigene Posts hinterlassen dürfen, die dann von allen anderen gelesen werden können? Oder sollen diese erst geprüft und dann freigegeben werden? – Auch hier gilt es zu klären, welcher Weg eingeschlagen werden soll. Üblicherweise können Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer ihre Posts sofort sehen, wenn sie etwas geschrieben haben. Eine Verzögerung könnte wie Zensur wirken, allerdings sollte bei einer generellen Freigabe der eigene Auftritt sehr regelmäßig auf neue Inhalte geprüft werden.

**Wie ist die Verknüpfung zur Website der Einrichtung?** Website und der Auftritt im sozialen Netzwerk sollten nicht in Konkurrenz zueinander stehen, sondern sich ergänzen. Dynamischer wird die Präsenz im Netzwerk sein. Die Website kann dafür ausführlichere Informationen enthalten. So lassen sich aktuelle Ergebnisse aus der Workshop- oder Projektarbeit oder Fotos von der letzten Party im Netzwerk „an-teasern“, ein Link führt dann zur weiteren Präsentation auf der Website.

**Aktualität des Angebots.** Eine Präsenz in einem sozialen Netzwerk lebt davon, dass regelmäßig neue Inhalte gepostet werden. Neben Hinweisen auf Veranstaltungen und Fotos, z. B. aus der Workshoparbeit, lassen sich eventuell Inhalte veröffentlichen, die auch einen pädagogischen Mehrwert aufweisen, z. B. den „Link der Woche“ zu einer Site, die konkrete Tipps zur sicheren Nutzung von Facebook oder zu anderen Jugendthemen bietet.

**Verantwortlichkeiten und rechtliche Aspekte.** Natürlich lassen sich Jugendliche bei der Planung und Pflege eines Auftritts in

einem sozialen Netzwerk gut miteinbeziehen – sie sind die Expertinnen und Experten, wenn es um ihre eigene Peergroup geht, und wissen, welche Informationen auf Interesse stoßen. Sollten Jugendliche bewusst miteinbezogen werden, lassen sich ihnen, ähnlich wie in einem Content Management System, bestimmte Aufgaben bzw. Rechte in Facebook zuweisen. Klare Regeln, z. B. bei der Beantwortung von Kommentaren auf der Seite und zum Posten von Inhalten bilden hierfür die Grundlage. Wie oben erwähnt, sollten Nachrichten, die durchaus vertraulich sein können, eher nicht von Jugendlichen selbst eingesehen und beantwortet werden, sodass es hier erst gar nicht zu Interessenskonflikten kommen kann.

Das Titelbild der Chronik ist eines der wenigen individuellen Gestaltungselemente bei Facebook. Sie lässt sich mit einem einfachen Grafikbearbeitungsprogramm wie Picasa mit einigen Effekten versehen und kann auch zu Events oder passend zu den Jahreszeiten unterschiedlich gestaltet werden – eine Aufgabe, die Jugendliche gut übernehmen können.

Der Auftritt in einem sozialen Netzwerk wie Facebook ist das „Gesicht“ der Einrichtung. Ist er einmal bekannt, werden die bereitgestellten Inhalte auch schnell gelesen. Das setzt voraus, dass diese Postings nicht nur inhaltlich richtig sind (Uhrzeiten, Orte etc.), sondern dass sie auch keinen Rechteverstoß darstellen. Gerade das Posten von Bildern oder Verlinkungen stehen bedauerlicherweise immer mehr im Fokus der Beobachtung, sodass es nun verstärkt zu Abmahnungen wegen des Verbreitens von urheberrechtlich geschützten Inhalten kommt. Jugendliche und Pädagoginnen und Pädagogen sollten also nicht nur „Facebook-affin“ sein, sondern auch über grundlegende Informationen zu Rechten am eigenen Bild, zum Urheberrecht etc. verfügen.

## *Auch wenn Jugendliche eine Facebook-Redaktionsgruppe bilden können, um sich aktiv in die Gestaltung miteinzubringen – letztendlich sind es die Pädagoginnen und Pädagogen, die verantwortlich für den Auftritt sind.*

Sie sind die Ansprechpartner und müssen über den Inhalt und die Ausrichtung der Präsenz entscheiden. Diese Verantwortlichkeiten müssten auch innerhalb des Auftritts, z. B. in einem Impressum, benannt werden.

Viele Jugendeinrichtungen haben sich bei der Erstellung ihres Auftritts bei Facebook für ein persönliches Profil entschieden (und nicht, wie es Facebook eigentlich verlangt, für eine Unternehmensseite). Vor allem die Möglichkeiten, direkt mit den Jugendlichen zu chatten, eine aussagekräftige Freundesliste zu pflegen und Gruppen zu gründen, wurden auf den Veranstaltungen als große Vorteile benannt. Allerdings lässt sich Interaktion auch, wie erwähnt, bei einer offiziellen Seite umsetzen: Mit der Nachrichtenfunktion lassen sich nicht öffentliche Meldungen und Anfragen versenden, und durch die Möglichkeit, Postings zu kommentieren, zu „ liken“ und zu teilen, können die Jugendlichen ihre Meinungen wie gewohnt abgeben. Die praktische Gruppenfunktion lässt sich aber hier nicht umsetzen – ein echtes Manko, das einige Teilnehmende gelöst haben, indem sie diese Aufgabe (z. B. eine Gruppe für den offenen Treff einer Einrichtung

zu gründen) an die Jugendlichen selbst delegiert haben, die diese Gruppe dann betreuen und Termine etc. in Absprache mit den Pädagoginnen und Pädagogen posten. Den Erfahrungsberichten zufolge eine Alternative, die besonders dann funktioniert, wenn die „richtigen“ Jugendlichen dafür angesprochen werden.

Ein gelungener und erfolgreicher Auftritt in einem sozialen Netzwerk wie Facebook braucht in der Vorbereitung und Pflege Zeit – er kann aber dazu beitragen, das Angebot der eigenen Einrichtung bekannter zu machen und durch diesen zusätzlichen Kommunikationskanal die Bindung an die Einrichtung stärken. Jugendeinrichtungen können sich hierüber auch schnell und unkompliziert vernetzen und sich über diesen Austausch vielleicht auch für neue Angebote inspirieren lassen. Ein Facebook-Auftritt kann, wenn die Jugendlichen selbst in die Gestaltung miteinbezogen werden, dabei helfen, einen reflektierteren Umgang mit persönlichen Daten und mit Urheber- und Persönlichkeitsrechten zu trainieren – Fähigkeiten, die besonders Jugendliche heute dringend benötigen.



## Reiz und Tücken der Jugendarbeit mit sozialen Netzwerken

• Markus Adloff

Am 2. Oktober 2012 fand der zweite Workshop im Rahmen des Projekts **Soziale Netzwerke – Chancen der Jugendmedienarbeit in Online-Communities** in der Welle, einem soziokulturellen Jugendzentrum in Remscheid, statt. Anwesend waren zehn Personen aus unterschiedlichen Arbeitsfeldern der Jugendarbeit. Alle verfügten über ganz verschiedene Vorerfahrungen zum Thema Online-Communities. Wenn Erfahrungen vorlagen, dann waren diese in der Regel im Umgang mit dem sozialen Netzwerk Facebook.

### Der Reiz und die Tücken des Einstiegs in soziale Netzwerke

Der Workshop startete mit einem inhaltlichen Input zum Thema soziale Netzwerke mit einem Schwerpunkt auf dem Netzwerk Facebook. Gezeigt wurde, welche Funktionen das Netzwerk bietet und welche Chancen und Probleme damit einhergehen. Gerade die vielen Funktionen von Facebook machen für die jugendlichen Nutzer den Reiz aus, sich dort anzumelden und aktiv zu sein. Die Möglichkeit, Fotos und Videos hochzuladen und zu verlinken sowie mit anderen zu chatten (mittlerweile ist auch Videochat möglich), werden von Jugendlichen besonders intensiv genutzt.

Im inhaltlichen Teil ging es außerdem darum, welches die Voraussetzungen für eine Anmeldung bei Facebook sind. Ein Thema war

hier die Altersgrenze bei der Anmeldung und die Problematik, dass diese von vielen jüngeren Kindern durch die Angabe eines falschen Alters umgangen wird. Auch wurde auf die Rolle der Eltern hingewiesen, die ihre Kinder manchmal darin unterstützen, sich schon in jüngeren Jahren bei Facebook anzumelden.

Es wurde angesprochen, dass Facebook, zumindest in kleinem Rahmen, auf die umfassende Kritik an der Sicherheit für jüngere Nutzerinnen und Nutzer reagiert hat: Für Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren gibt es in den Privatsphäreinstellungen eine andere Voreinstellung. So dürfen Dinge wie Posts an Pinnwänden zum Beispiel nur von Freunden und deren Freunden, nicht aber von allen gesehen werden.

Schon im inhaltlichen Teil gab es einiges an Diskussion über die Gefahren und Hindernisse bei der Nutzung von Facebook.

### Praktische Erprobung

Nach der Mittagspause und dem Umzug in den Computerraum der Welle hatten alle Teilnehmenden die Möglichkeit, die Inhalte des Vormittags praktisch zu erproben. Auch die erfahrenen Nutzerinnen und Nutzer prüften als Erstes ihre Privatsphäreinstellungen und besserten an einigen Punkten nach. Den wenigen komplett unerfahrenen Nutzerinnen und Nutzern wurden noch einmal die einzel-

nen Schritte bei der Anmeldung bei Facebook verdeutlicht.

Ein Highlight des praktischen Teils war sicher der Test des Facebook-Videochats, eine Funktion, die von den Teilnehmenden bisher nicht genutzt worden war.

### Impulse für die praktische Arbeit vor Ort

Im abschließenden Austausch wurden verschiedene Dinge zusammengetragen, die für die Workshopbeteiligten bedeutend waren. Alle Anwesenden, die schon vorher bei Facebook aktiv waren, sahen sich in ihrer Art und Weise der Nutzung bestätigt. Ein Lehrer nutzt beispielsweise einen zweiten Account für den Kontakt mit Schülern. Er sah sich in seiner Herangehensweise bestätigt und ist durch den Workshop sicherer im Umgang mit Facebook geworden. Eine Mitarbeiterin des Offenen Ganztags fand unterschiedliche

Ansätze, um mit ihren Kindern (alle unter 13 Jahre) das Thema Facebook zu thematisieren. Dies erscheint notwendig, da viele der Kinder bereits bei Facebook aktiv sind.

Ebenfalls wurde die Nutzung von Facebook im Rahmen von Institutionen der Jugendhilfe diskutiert. Diese wurde durchweg positiv eingeschätzt. Lediglich eine Teilnehmerin äußerte Bedenken. Hervorgehoben wurde, dass Einrichtungen, die sich entscheiden, Facebook zu nutzen, sehr genau darauf achten müssen, sich im rechtlichen Rahmen zu bewegen. Regelungen des Datenschutzes und des Urheberrechts müssen hier selbstverständlich beachtet werden.

Festzustellen ist, dass diese Form des Workshops von den Beteiligten als gelungener Ansatz gesehen wurde, sich praxisnah mit dem Thema soziale Netzwerke auseinanderzusetzen.



Foto: photocase.com/complize



## Ganz oder gar nicht: Social Media in der Jugendarbeit

◆ Tobias Schmölders



Am 17.11.2012 fanden sich 20 Akteurinnen und Akteure der Jugendarbeit in der Medienwerkstatt der Freizeitanlage Aa-See in Bocholt zusammen, um gemeinsam darüber zu diskutieren, welche Bedeutung Online-Communities wie Facebook oder YouTube für Jugendliche haben und welche Chancen eine aktive Nutzung dieser Angebote für die eigene Arbeit bieten kann. Über die Diskussion hinaus wurden die verschiedenen Features, die Facebook und YouTube dafür bieten, praktisch am Rechner ausprobiert.

Folgende Eckpunkte waren bei der Diskussion der Chancen und Risiken wichtig und stellen als Ergebnis des Workshops zentrale Punkte bei der Frage danach dar, ob und wie Jugendarbeit Social Media erfolgreich nutzen kann.

### **Für Jugendliche sind die Netzwerke keine Modeerscheinung, sondern Bestandteil ihres Kommunikations-Repertoires**

Die Zahlen diverser Studien (zuletzt z. B. der JIM-Studie 2012) zeigen deutlich: Die Nutzung von Social Media ist unter den Jugendlichen keine Ausnahme, sondern die Regel. 81 Prozent der 12- bis 19-Jährigen sind bei Facebook angemeldet und nutzen die Kommunikations- und Selbstdarstellungsmöglichkeiten, die dieses Netzwerk bietet. 40 Prozent benutzen dafür mobile Endgeräte wie Handys oder Tablet-PCs. Die erste Anmeldung erfolgt durchschnittlich mit 12,7 Jahren – viele Jugendliche melden sich schon mit 10, 11 oder 12 Jahren an, obwohl die Nutzung von Facebook eigentlich erst ab 13 Jahren gestattet ist. Das Verschicken von Nachrichten und das Chatten mit anderen Mitgliedern sind die am häufigsten genutzten Funktionen.

Mit Blick auf die JIM-Studie fällt positiv auf, dass Jugendliche von Jahr zu Jahr vorsichtiger

werden, wenn es um den Schutz der eigenen Privatsphäre geht: 87 Prozent der Nutzer/innen schützen ihre Profildaten mit der Privacy-Option vor einem öffentlichen Zugriff. Gleichzeitig ist allerdings auch die Anzahl der Freunde, die Jugendliche bei Facebook haben, auf 272 angestiegen, sodass der Begriff „Privatsphäre“ wieder etwas relativiert wird.

Es bleibt festzuhalten: Facebook und andere Social-Media-Angebote sind zu festen Orten geworden, die Jugendliche in ihrer Alltagswelt regelmäßig besuchen, um sich auszutauschen, alte Kontakte zu halten oder neue zu initiieren. Auch wenn diese Besuche von problematischen Aspekten begleitet werden (wie z. B. Zeitmanagement, Cyber-Mobbing, offene Datenschutzfragen, Persönlichkeitsrecht- und Urheberrecht-Probleme oder Cyber-Grooming), scheinen die Vorteile dieses Mediums für die allermeisten Heranwachsenden wichtiger.

### **Jugendarbeit sollte dort sein, wo sich Jugendliche aufhalten**

Nachdem Facebook also für die allermeisten Jugendlichen ein Angebot darstellt, das regelmäßig und bereits seit Jahren genutzt wird, um sich mit anderen auszutauschen, werden auch die Stimmen immer lauter, die sich dafür einsetzen, dass auch Jugendarbeit einen festen Platz im Netzwerk haben sollte. Es gibt bereits eine Vielzahl von Einrichtungen, die sich Facebook oder YouTube auf diese Art nutzbar machen: Aufsuchende Jugendarbeit gewinnt neue Kontaktmöglichkeiten zu ihrem Klientel, Jugendzentren bewerben ihre Veranstaltungen auf Facebook, Ferienfreizeitangebote dokumentieren ihre Reisen und organisieren die Arbeit von Teams über Gruppen im Netzwerk, Projekte der praktischen Medienarbeit präsentieren ihre Ergebnisse – z. B. in Form von Filmclips auf YouTube.



lemen behilflich zu sein: So werden vielleicht Fälle von Cyber-Mobbing oder -Grooming eher bemerkt und können thematisiert werden. Gleiches gilt für den Fall, wenn z. B. Besucherinnen und Besucher eines Jugendzentrums oder in Wohngruppen lebende Jugendliche in den Netzwerken allzu ungezügelt mit eigenen Bildern oder Informationen umgehen oder fremde Inhalte unerlaubt herunterladen.

### **Eine eigene Social-Media-Präsenz braucht gute Planung**

Wichtig ist zunächst die genaue und gemeinsame Planung des Angebots unter Einbeziehung des gesamten Teams und in Absprache mit der Leitung. Im Mittelpunkt sollten dabei z. B. die Fragen danach stehen, welche Zielgruppe genau erreicht werden soll, welche Inhalte transportiert und welche Social-Media-Angebote dafür genutzt werden können.

Facebook bietet beispielsweise eine Reihe verschiedener Wege, die eigene Einrichtung, die eigene Arbeit oder auch nur Aspekte davon darzustellen oder zu organisieren – z. B. durch ein Profil, durch eine sogenannte Fanpage oder anhand von Gruppen, die von „öffentlich“ bis „geheim“ eingestellt werden können.

Auf YouTube lassen sich die Ergebnisse praktischer Medienarbeit (z. B. eines Video- bzw. Handyfilm-Projekts) oder vergangene Veranstaltungen gut dokumentieren. Auch hier gibt es verschiedene Möglichkeiten, Clips gezielt nur für eine kleine Gruppe und damit quasi versteckt oder auch komplett öffentlich einzustellen sowie Kommentare zuzulassen und zu moderieren oder aber ganz darauf zu verzichten.

Es muss vorab gemeinsam festgelegt werden, welche Form und welcher Grad von

Öffentlichkeit angestrebt wird. Beides hängt zuerst davon ab, welche Inhalte überhaupt verbreitet und welche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Wichtige Fragen hierzu könnten sein:

- Wollen wir Social Media eher als Litfaßsäule nutzen, um unsere Einrichtung bzw. unsere Veranstaltungen zu bewerben?
- Möchten wir Mitsprachemöglichkeiten und damit auch ein möglicherweise kritisches Diskussionsforum bieten?
- Welche Kriterien haben wir entwickelt, wenn dabei problematische Situationen auftauchen (z. B. Hilferufe, beleidigende oder extremistische Kommentare oder Übergriffe)? Wie reagieren wir auf „chronisch Störende“?
- Wollen wir im Internet als Beraterinnen und Berater aktiv und ansprechbar sein?
- Schauen wir gezielt auch auf die Daten unseres Klientels – lesen wir also auch Profil-Seiten von Jugendlichen durch?

### **Social Media in der Jugendarbeit braucht die Ressourcen des ganzen Teams einer Einrichtung**

Dieser Punkt ist besonders wichtig. Mittel- und langfristig kann z. B. eine Facebook-Präsenz in Form einer Fanpage nur dann erfolgreich sein, wenn vorab geklärt wird, wer sich regelmäßig um die Social-Media-Angebote kümmert. Dazu gehört z. B. das Einstellen neuer Inhalte, das Pflegen der Community durch zeitnahe Antworten auf Anfragen, die Moderation kritischer Diskussionen oder auch die Analyse, welche Inhalte überhaupt bei der Zielgruppe ankommen.

Das bedeutet vor allem (auch wenn es mittlerweile banal klingt): Online-Zeit ist Arbeitszeit! Eine Einrichtung, die auch in den

Netzwerken beratend auftreten möchte, muss z. B. festlegen, ob auf Anfragen oder Hilferufe, die z. B. über Facebook kommuniziert werden, auch nach der Öffnungszeit der Einrichtung reagiert werden soll und dies den Nutzerinnen und Nutzern gegenüber transparent darstellen.

Ebenso wichtig ist es, dass das gesamte Team die Herausforderungen im Blick hat, die mit einer Social-Media-Präsenz verbunden sind. Überspitzt formuliert: Wenn sich nur der Praktikant um dieses Angebot kümmert, weil er sich als Nutzer mit Facebook gut auskennt, ist auf Dauer nicht viel zu gewinnen. Vielmehr sollten Team und Leitung die neuen Kommunikationskanäle permanent im Blick haben, um gezielt und aktuell Inhalte beisteuern und auf problematische Aspekte reagieren zu können.

Ob ein Social-Media-Angebot erfolgreich ist, hängt zu guter Letzt auch davon ab, ob es flexibel ist und die Vorlieben der Zielgruppe berücksichtigt. Ob die Inhalte auch bei den Jugendlichen „ankommen“, lässt sich gut ablesen – auch unter Zuhilfenahme von Analyse-Werkzeugen, die z. B. bei Facebook und YouTube schon vorhanden sind. Werden Inhalte von den Nutzerinnen und Nutzern kommentiert, „geliked“ oder geteilt? Welche und wie viele Kommentare gibt es zu einem YouTube-Video?

Eine gute Übersicht und viele praktische Tipps zum Einsatz von Social Media in der Jugendarbeit bietet z. B. das Social-Media-Blog des Evangelischen Jugendwerks in Württemberg (unter: [www.ejwblog.de](http://www.ejwblog.de)). Grundlagen zur Nutzung von Facebook & Co. für interessierte (Noch-Nicht-)Nutzerinnen und Nutzer sind bei der EU-Initiative klicksafe zu finden (unter: [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)).

Die Vorteile einer eigenen Social-Media-Präsenz sind offensichtlich: Sie ermöglicht Transparenz in Bezug auf die eigene Arbeit und das Team, sie kann neue Kontaktmöglichkeiten schaffen und eröffnet Diskussions- oder sogar Mitsprachemöglichkeiten.

Darüber hinaus kann diese Präsenz z. B. auch dazu genutzt werden, Kindern und Jugendlichen bei der kritischen Reflektion der Neuen Medien und der Vermeidung von Prob-







kann nicht einseitig nur die Risiken oder die Chancen fokussieren, sondern muss immer die Spannungsfelder betrachten, die bei der Nutzung zwischen Chancen und Risiken entstehen. Soziale Beziehungen sind in diesen Räumen unmöglich aufrechtzuerhalten, ohne auch Informationen von sich preiszugeben. Anerkennung von eigenen Leistungen ist nicht zu haben, ohne dass man sich öffentlich zeigt und sich damit ggf. auch angreifbar macht. Schließlich, Partizipation und gesellschaftliche Teilhabe sind nicht denkbar, ohne dass man sich öffentlich positioniert. Angesichts dieser Spannungsfelder ist die Frage zu klären, wie Jugendarbeit in den neuen Handlungsräumen agieren sollte.

Eine Reihe von Argumenten wird derzeit häufiger auf diese Frage angeführt. Offenkundig zu kurz greift das allein auf die Risiken fokussierte **Argument 1: „Jugendliche müssen vor den Risiken von Social Media geschützt und darauf vorbereitet werden.“**

Vielmehr kann Jugendarbeit leicht ihren emanzipatorischen Anspruch unterminieren, wenn sie sich allein auf Risiken konzentriert und dabei für sich beansprucht, aus der Erwachsenenperspektive definieren zu können, was gut für „die Jugendlichen“ ist.

Ebenso kurz greift das **Argument 2, „Die Jugendlichen sind dort und Jugendarbeit muss es auch sein“**, wenn damit keine Reflexion der veränderten Handlungsbedingungen verbunden wird. Denn die medialen Handlungsräume, in denen Jugendliche offenbar leicht anzutreffen sind, implizieren auch für pädagogische Arbeit sowohl Chancen als auch besondere Herausforderungen. Am Beispiel „Umgang mit persönlichen Informationen“ kann dies verdeutlicht werden: Wenn eine pädagogische Fachkraft als gleichwertiger „Freund“ im Netzwerk von Jugendlichen

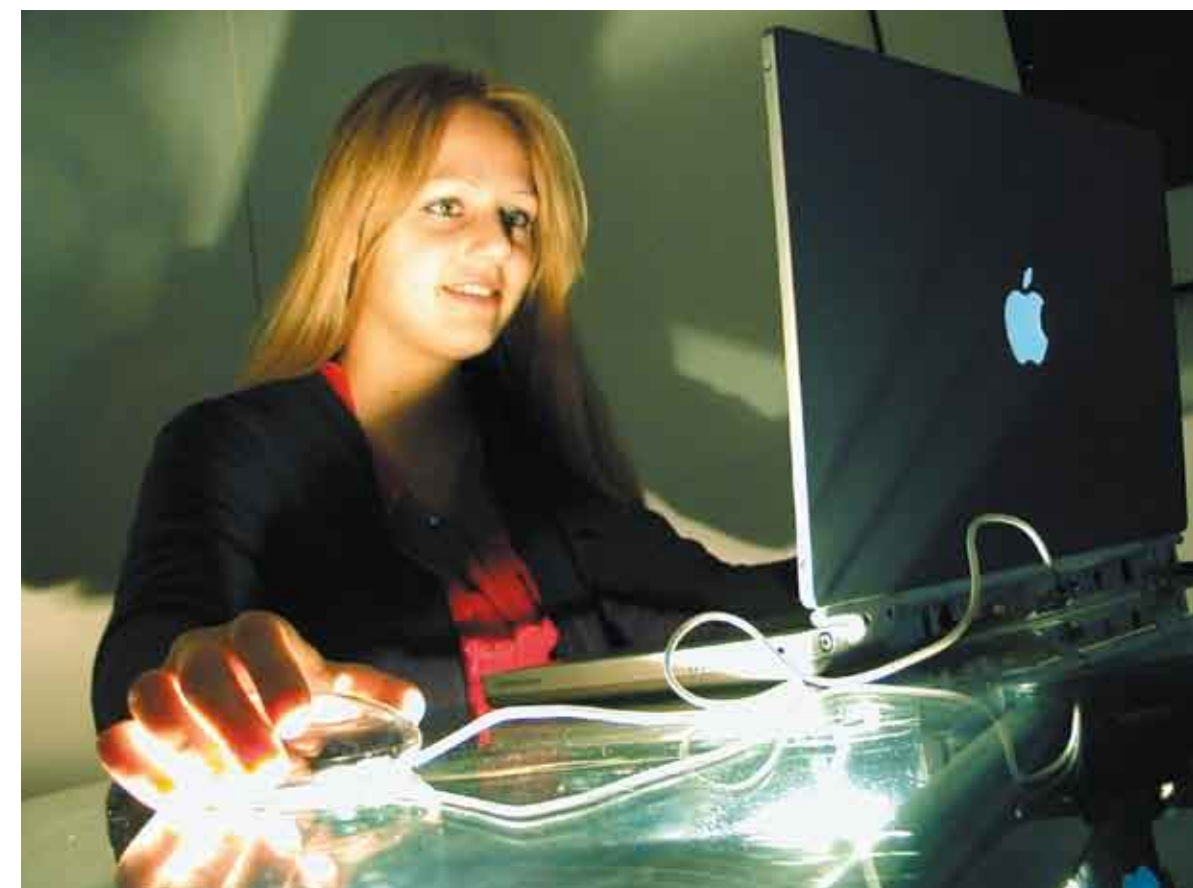
agiert, erhält man über die Selbstinszenierung leicht weiter reichende Einblicke in das Leben als im nicht medialen Kontakt. Dies bietet zwar einerseits Anknüpfungspunkte für Gespräche, stellt aber andererseits auch eine Herausforderung für berufsethisches Handeln dar. Letztlich können je nach Zugriffskontrolleinstellungen auch andere eigene Kontakte entsprechende Einblicke erhalten (Einstellung „Freunde von Freunden“), womit durch den Kontakt zur pädagogischen Fachkraft eine ungewollte Öffentlichkeit entstehen kann. Diese Reflexion ist im **Argument 3, „Der Einbezug von Social Media bietet für Jugendarbeit spezifische Chancen und impliziert zugleich Veränderungen der Arbeitsbedingungen und -strukturen“** deutlich hervorgehoben. Das Ziel von Jugendarbeit ist ja nicht, dort zu sein, wo Jugendliche sind, sondern Angebote zu gestalten, die Jugendlichen bei der Bewältigung ihres Alltags und ihrer Lebensgestaltung unterstützen. Neue Projektformen, neue Teilhabemöglichkeiten wie auch neue (Selbst-)Organisationsformen von Jugendarbeit sind selbstredend aber auch immer mit Veränderungen der Bedingungen der Arbeit verbunden – auf der Ebene von Konzepten, Methoden, Organisationsformen und somit für professionelles pädagogisches Handeln insgesamt. Im Folgenden werden sieben Schlaglichter auf diese Entwicklungen geworfen, die aus unserer Sicht relevante Veränderungen beleuchten.

### Jugendarbeit mit Social Media ermöglicht translokale Kontakte

Die Kontaktmöglichkeiten zu Jugendlichen werden immer wieder als Vorteile des Einsatzes von Social Media genannt. Einerseits sind Jugendliche nach den Praxisberichten über Soziale Netzwerkdienste besser erreichbar als über E-Mail. Andererseits können Jugendliche



Grafiken: Hans-Jörg Nisch



ortsunabhängig auf die Angebote der Jugendarbeit zugreifen. Dies kann als Ansatzpunkt für neue, verteilte Projektformen und Kooperationsprojekte genutzt werden (bspw. kooperative Projekte in Wikis). Zugleich erweitert dies aber auch den potenziellen Kreis der Adressatinnen und Adressaten eines Angebotes, ggf. über den räumlich begrenzten Sozialraum „Stadtteil“, an den der Arbeitsauftrag gekoppelt ist, hinaus (s. Zumbrägel 2011).

Die Möglichkeit für einen translokalen Kontakt impliziert aber auch auf einer anderen Ebene Veränderungen. Bestätigte Kontakte in sozialen Netzwerkdiensten überdauern potenziell zeitlich begrenzte Angebote. Dies bietet einerseits Potenziale, um interessierte

Jugendliche zu erreichen und diese niedrigschwellig mit Informationen zu versorgen. Andererseits sollte man diese zeitliche Entgrenzung auch mit Blick auf das eigene Arbeitsfeld reflektieren, bspw. da Kontakte so auch für andere längerfristig nachvollziehbar sind.

### Jugendarbeit mit Social Media impliziert Öffentlichkeit (und Offenheit)

Jugendarbeit kann mit Social Media weitere Zielgruppen erreichen – Jugendliche wie auch eine allgemeinere Öffentlichkeit. Davon sind vier Elemente von Jugendarbeit betroffen.

**Die pädagogische Fachkraft:** In Social Media aktiv zu sein, bedeutet immer auch etwas von sich und sich als Ansprechperson zu



zeigen. Damit wird die Frage nach der professionellen und privaten Rolle im pädagogischen Verhältnis noch virulenter, da man nicht nur situationsabhängig, sondern auch mit Blick auf den medialen Rahmen eine ausreichend persönliche professionelle Rolle verhandeln muss (s. unten).

**Die Kontakte zu Jugendlichen:** Je nach Zugriffskontroll-Einstellungen können auch unbeteiligte Dritte Einblicke in den Adressatenkreis erhalten. Da zwar bei Postings, aber nicht bei Freundschaften der Zugriff differenziert werden kann, muss hier projekt- und aufgabenbezogen reflektiert werden, wie mit bestätigten Kontakten umgegangen wird.

**Ergebnisse der Arbeit (insbesondere der Jugendmedienarbeit):** Ein weitgehend unbestimmbares Publikum kann im Internet auf die Ergebnisse jetzt und später zugreifen. Durch Social-Media-Angebote kann Aufmerksamkeit auch gezielt auf bestimmte Produkte oder Themen gelenkt werden. Dies kann eigeninitiiert oder aber auch durch andere stattfinden (wie im Falle der „AntiAKW-Kids“). Als Chance gewertet, könnte es in der Jugendarbeit mit Social Media auch darum gehen, Jugendliche als Akteure in diesen vernetzten Öffentlichkeiten zu ermächtigen, Aufmerksamkeit für

ihre Anliegen zu erreichen und Jugendliche als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren von Informationen zu aktivieren (vgl. Partizipation in peer education-Ansätzen wie bei Poli 2010 oder JFF 2010).

**Der Prozess der Arbeit:** Nicht nur die Akteure und Ergebnisse, sondern potenziell auch die Prozesse von Jugendarbeit können öffentlich werden. Wenn Jugendliche Prozessphasen öffentlich kommentieren, wird dabei nicht nur die pädagogische Arbeit öffentlicher, vielmehr erhalten Jugendliche ein Sprachrohr, um eigene Interessen – auch bezüglich der Angebote von Jugendarbeit – zu artikulieren. Dies ist ein weiteres Argument, Partizipation von Jugendlichen mit Social Media ernst zu nehmen und teils auch neu zu überdenken.

### Jugendarbeit mit Social Media eröffnet Mitsprachemöglichkeiten – ohne diese zu garantieren

Mit der Möglichkeit, in Social-Media-Angeboten vergleichsweise einfach der eigenen Stimme (in der deutschen Übersetzung leider enger als der englische Begriff „voice“) Ausdruck zu verleihen, werden Hoffnungen auf gesellschaftliche Beteiligungsoptionen verbunden, die auch für Jugendarbeit relevant sind. Eine Aufgabe von Jugendarbeit ist es, derartige Möglichkeiten mit Jugendlichen zu erschließen, um mit den eigenen Anliegen tatsächlich Öffentlichkeit zu erreichen. Dabei können einerseits Angebotsformen mit diesen Teilhabemöglichkeiten entwickelt werden (s. bspw. Ketter 2011 oder Rau 2011). Andererseits sollten auch die im alltäglichen Handeln von Jugendlichen üblichen Formen des Sich-Positionierens, Sich-Einbringens oder des Andere-Aktivierens (vgl. Wagner/Brüggen/Gebel 2009: 74ff.) einbezogen werden. Social Media eröffnet dafür nur die Mitsprachemög-

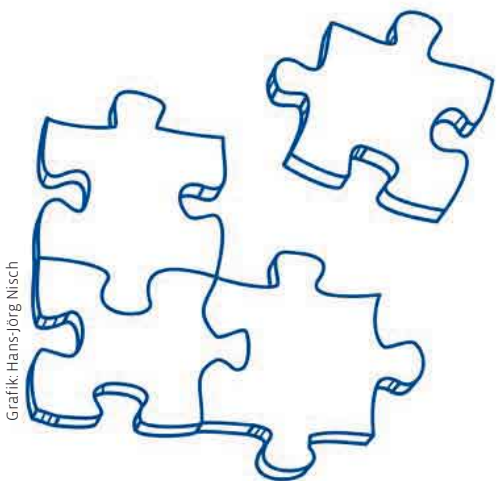
lichkeiten. Jugendarbeit sollte die Entwicklung der zur partizipativen Nutzung notwendigen Medienkompetenz unterstützen. Dies umfasst, entsprechende Angebotsformen kennenzulernen und auch die (mitunter heftige oder ausbleibende) Resonanz auf die eigenen Äußerungen zu erfahren und zu reflektieren (vgl. Rheingold 2008). Letztlich kommt es darauf an, ob die eigene Stimme auch gehört wird. Authentisch wird Jugendarbeit, wenn die Möglichkeiten zur Partizipation über Social Media auch konsequent in den Angeboten von Jugendarbeit selbst umgesetzt werden.

### Jugendarbeit mit Social Media erfordert eine Auseinandersetzung mit technologiebasierten, kommerziellen Angebotsformen

Wenn man die bei Jugendlichen beliebten Social-Media-Angeboten in den Blick nimmt, sind dies in der Regel leicht bedienbare, aber hochkomplexe technologiebasierte Angebote von kommerziellen Betreibern. Beides hat Implikationen für die Arbeit mit facebook.com, youtube.com, twitter.com oder schuelervz.net und weiteren. Die einfache Bedienbarkeit eröffnet zwar niedrigschwellige Arbeitsplattformen für die Projektarbeit – zugleich müssen aber wichtige (teils technische, aber auch normative) Grundsatzfragen zu Datenspeicherung und -sicherheit in die Projektarbeit integriert werden. Hierbei stellt eine besondere Bedingung dar, dass viele beliebte Angebote mit kommerziellem Hintergrund betrieben werden. Wie ist normativ zu bewerten, wenn kommerzielle Anbieter über im Rahmen der Jugendarbeit entstandene Kontaktdaten oder Interaktionsprotokolle verfügen? Diese Frage ist sicherlich für unterschiedliche Handlungskontexte jeweils unterschiedlich zu bewerten. Die Frage jedoch, inwiefern die Arbeitsstrukturen von Jugendarbeit gerade

durch die Nutzung von Social Media immer enger mit kommerziellen Angeboten verwooben werden, lohnt der kritischen Reflexion. Insbesondere, wenn man Adressatinnen und Adressaten neu an Angebote heranzuführt oder Angebote ausschließlich in bestimmten Diensten angeboten werden, entsteht hier ein Spannungsfeld zum Auftrag von Jugendarbeit. Dies betrifft nicht nur den Konflikt Offenheit vs. Mitgliedschaft/Kundschaft als Voraussetzung. Grundsätzlicher grenzt der technische Rahmen immer auch ein, welche Interaktionsformen möglich sind. Anders als beim Sponsoring von Veranstaltungen prägt also das kommerzielle Angebot auch die pädagogische Praxis wesentlich stärker. Vor diesem Hintergrund ist interessant, welche Erfahrungen mit Projekten gemacht wurden, die mit nicht kommerziellen Angeboten arbeiten (vgl. bspw. Hammann 2011 und Rau 2011). Zusammenfassend muss sich Jugendarbeit mit Blick auf den Einsatz von Social Media auch als Verbraucherbildung verstehen.





Grafik: Hans-Jörg Nisch

### Jugendarbeit mit Social Media bedeutet: Netzarbeit ist Arbeitszeit

„Nine to five war gestern – jetzt ist immer“ drückt das Lebensgefühl einer digitalen Boheme aus, die immer und jederzeit online und erreichbar ist. Das sind nicht unbedingt Jugendliche – aber zugleich ist damit ein (auch von der Werbeindustrie geschürtes) Bild der Nutzung von Social Media angesprochen. Die Möglichkeit, jederzeit Kontakt aufzunehmen, impliziert die Erwartung, dass auch schnell (zumindest zeitnah) eine Reaktion kommt. In der Kreativwirtschaft ist dieses „immer online“-Selfbranding verbunden mit einem Ineinanderfließen von Arbeitswelt und Privatleben – einer Tendenz, die in der Jugendarbeit in einer sorgsam Reflexion der eigenen Rolle als pädagogische Fachkraft und Privatperson geklärt werden sollte. Der Einsatz von Social Media stellt hier neue Herausforderungen an das pädagogische Personal und die Arbeitgeber. Erstens, da zu fragen ist, inwiefern und wie Arbeitszeiten in diesen neuen Handlungsrahmen übertragen werden können. Dabei geht es um die Anerkennung von Online-Arbeit als Arbeitszeit und verträgliche Modelle der Arbeitszeitgestaltung. Und zweitens, da in der Interaktion online auch immer eine authentische Selbstdarstellung der pädagogischen

Kontaktpersonen als wichtig beschrieben wird. Es geht also um mehr als eine Erreichbarkeit im Sinne von Kontaktzeiten, sondern auch darum, inwiefern man sich als (Privat) Person online zeigen möchte oder muss, um als Interaktionspartner wirklich erreichbar zu sein. Andersherum entstehen daraus auch Potenziale, wenn sich Jugendliche detaillierter über ihre pädagogischen Bezugspersonen informieren können (für das Beispiel der mobilen Jugendarbeit s. hierzu Pritzens 2011 und weitere Beiträge in der Momentaufnahme Brügggen/Ertelt 2011).

Deutlich ist, dass die Veränderungen von Jugendarbeit mit Social Media auch von pädagogischen Fachkräften neue Qualifikationen abfordern – auch sie müssen die relevante Medienkompetenz besitzen. Social Media bietet sich auch hier als Arbeits-, Vernetzungs- und Lernwerkzeug an.

### Jugendarbeit mit Social Media braucht und unterstützt fachliche Vernetzung und Austausch

Social Media scheint in der Jugendarbeit zunehmend – auch auf Verbandsebene – Aufmerksamkeit zu finden. Dies ist ein Zeichen dafür, dass die zunächst selbstinitiierten und dann stärker auch modellhaft angestoßenen Projekte positive Erfahrungen erbrachten (eine Reihe von Einblicken bündelt die Momentaufnahme „Jugendarbeit und Social Media“, Brügggen/Ertelt 2011). Um diese Erfahrungen weiterzutragen, sie weiterzuentwickeln und auch an anderer Stelle fruchtbar werden zu lassen, kann wiederum Social Media unterstützend genutzt werden. Das kann schon bei der internen Arbeitsorganisation eines Teams beginnen, reicht aber deutlich über ein einzelnes Team hinaus. Projektideen online vorstellen und diskutieren, Ergebnisse und

Erfahrungen zugänglich machen, all dies kann die professionelle Weiterentwicklung befördern – erfordert aber zwei Dinge: a) Offenheit aller Beteiligten über Erfolge und Herausforderungen, die in den Projekten zutage getreten sind. Denn nur im offenen Abgleich zwischen Potenzialen und Problemen können die pädagogischen Möglichkeiten eruiert werden. b) Weiterentwicklung von neuen (kooperativen) Fortbildungskonzepten unter Einbezug von Social Media. Ob Präsenz-Veranstaltung oder ein online-gestützter Austausch, jeweils können die Möglichkeiten von Social Media auch dazu genutzt werden, Beteiligung und Austausch für die pädagogischen Fachkräfte und auch Ehrenamtliche untereinander zu etablieren (vgl. Gräßer 2011 sowie Momentaufnahme Brügggen/Ertelt 2011). Dennoch wird angesichts der verschiedenen aktuellen Projekte deutlich: Dieser Aufwand geht nicht

„nebenbei“, sondern erfordert Ressourcen für die Koordination und Weiterentwicklung neuer Angebotsformen. Einige positive Beispiele liegen (auch verdeutlicht mit dem Beitrag von Schwab/Bertram/Reichmann 2011 sowie weiteren Beiträgen in der Momentaufnahme Brügggen/Ertelt 2011) bereits vor.

Um ihren Auftrag als Vermittlungstätigkeit zwischen Individuum und Gesellschaft zu erfüllen, muss sich Jugendarbeit mit diesen Prozessen der Mediatisierung, bezogen auf die Lebenswelt von Jugendlichen und auch mit Blick auf die eigene Arbeit, auseinandersetzen. Mit dem Ziel, die Lesenden anzuregen, dies für den eigenen Arbeitsbereich anzugehen, wurden Veränderungen, die sowohl Chancen als auch Herausforderungen implizieren, skizziert. Die folgenden Beiträge bieten dabei weitere Konkretisierungen für verschiedene Handlungsfelder der Jugendarbeit.

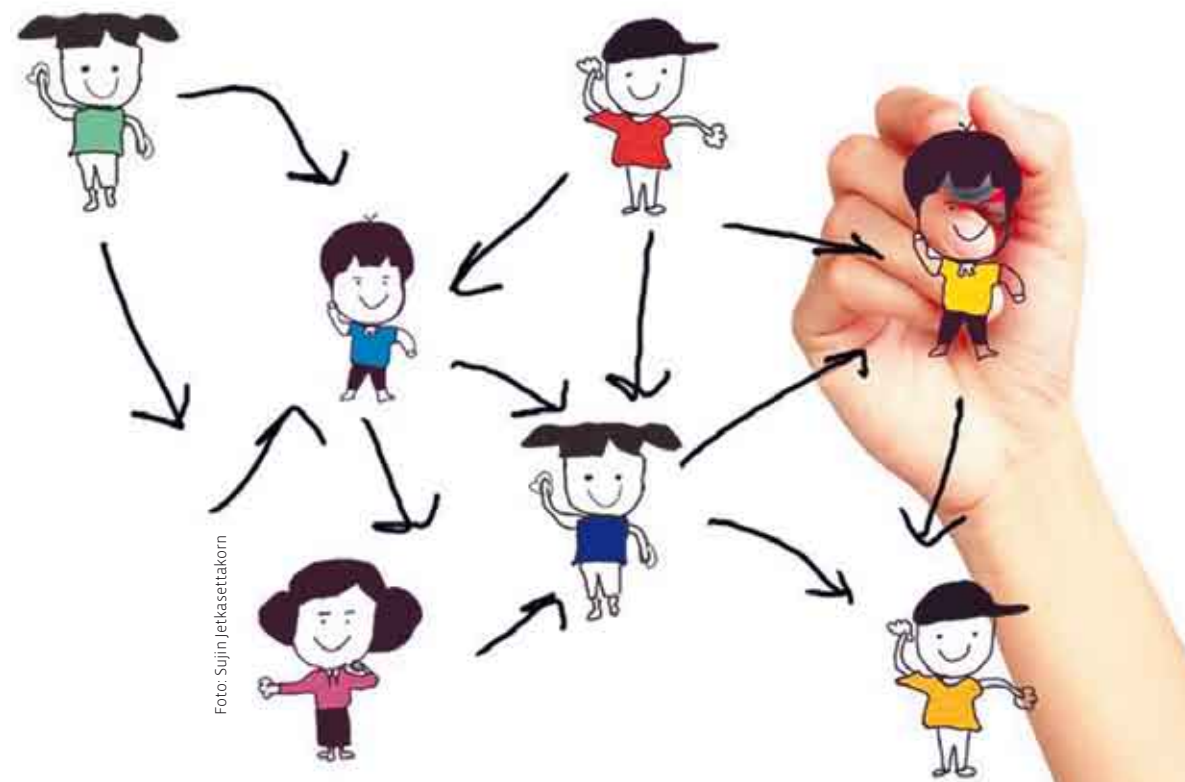


Foto: Sujin Jetkasettakorn



# LINKS UND PRAKTISCHE TIPPS

## Empfehlungen für den Start in soziale Netzwerke

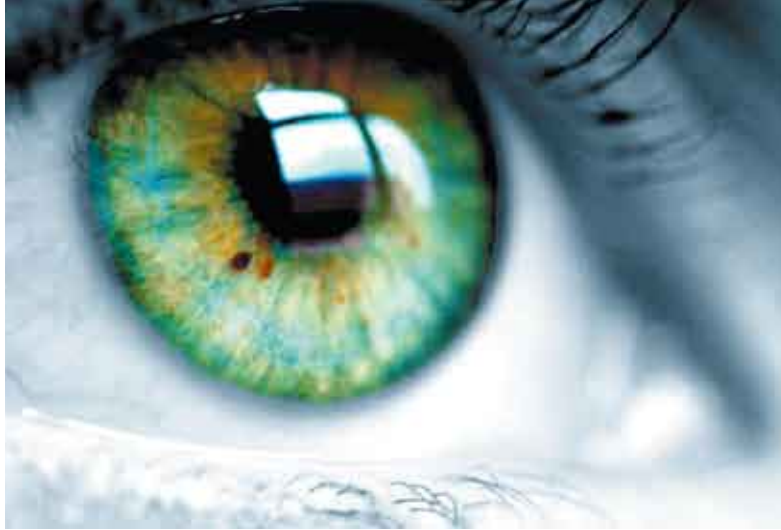
• Matthias Felling



Grafik: images

Aus: **Soziale Netzwerke – Chancen für Identitätsentwicklung, soziale Integration und Partizipation**, Dokumentation der LAG LM 2011

- Peinliche Fotos, Filme und persönliche Infos haben im Netz nichts zu suchen. Sie verraten viel über die eigene Person, können später den Ausbildungsplatz kosten und generell Ärger bringen. Arbeitgeber durchforsten heute das Internet, um Bewerber zu überprüfen.
- Gruppenmitgliedschaften teilen anderen unbekanntem Usern eine Menge persönlicher Informationen mit. Man sollte auf die Mitgliedschaft in Gruppen wie „Saufen bis der Arzt kommt“ etc. verzichten, denn diese sind nicht die beste persönliche Werbung. Hassgruppen, in denen andere gezielt beleidigt werden, sollten in jedem Fall gemieden werden.
- Man sollte sorgsam mit eigenen Profildaten umgehen und nicht Anschrift, Telefon- oder ICQ-Nummern (ICQ ist ein Programm zum Nachrichtenaustausch in Echtzeit) verwenden. Sie sind nicht nötig, wenn man sich innerhalb der Community austauscht. Auch die private E-Mail-Adresse sollte nicht jedem weitergegeben werden.
- Die Profileinstellungen sollten auf „privat“ gestellt werden. Nur Freunde sollten die Angaben sehen.
- Man sollte prüfen, ob man die eigenen „Online-Freunde“ wirklich kennt, um ihnen freien Zugang zu den eigenen privaten Fotos und Daten zu gewähren. Man weiß nie, was andere mit den Informationen machen!



## Ideen für die Praxis in der Jugendmedienarbeit

☛ A. Hildebrandt, J. Wentzel, B. Wilde

### Links und Materialien zum Thema Sicherheit im Internet

#### [www.juuuport.de](http://www.juuuport.de)

Dein Schutz im Web! So lautet der Slogan von Juuuport. Für das Beratungsprojekt von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt wurden Jugendliche und junge Erwachsene als Scouts ausgebildet, um anderen Jugendlichen zu helfen.

#### [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

##### „Verschwunden im Netz“

Über das Projekt jugend online kann ein Methodenpaket zur Arbeit mit Jugendlichen angefordert werden: [http://jugendonline.typepad.com/jugend\\_online/2009/12/methodenpaket-und-spiel-verschwunden-im-netz-sucht-multiplikatorinnen.html](http://jugendonline.typepad.com/jugend_online/2009/12/methodenpaket-und-spiel-verschwunden-im-netz-sucht-multiplikatorinnen.html)  
Zum Paket gehörte eine Zeit lang auch die Spielaktion „Mein\_Profil.de – Leben in Verzeichnissen“, welches ansonsten über den Drei-W-Verlag bestellt werden kann: [http://www.drei-w-verlag.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78:meinprofilde&catid=40:paedagogische-spiele&Itemid=62](http://www.drei-w-verlag.de/index.php?option=com_content&view=article&id=78:meinprofilde&catid=40:paedagogische-spiele&Itemid=62)

#### [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

Viele Informationen über das Internet und andere Medien. Zahlreiche Materialien für die praktische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen (z. B. Filme in der Rubrik „Spots“ oder Unterrichtsmaterialien in der Rubrik „Material“). Auf [www.klicksafe.de/themen](http://www.klicksafe.de/themen) finden sich weitere Hintergründe zu den Bereichen „soziale Netzwerke“ und „Cyber-Mobbing“. Zudem können auf [www.klicksafe.de/materialien](http://www.klicksafe.de/materialien) u. a. folgende Broschüren und Flyer kostenlos bestellt oder heruntergeladen werden:

- „Sicherer in Social Communities – klicksafe-Tipps für Eltern“,
- „Datenschutz-Tipps für Jugendliche“,
- „Spielregeln im Internet – Durchblicken im Rechte-Dschungel“ (u. a. mit juristischen Tipps zum Vorgehen bei Cyber-Mobbing),
- „klicksafe-Leitfäden für soziale Netzwerke und Instant Messenger“ (mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen zu Privatsphärenschutz und Sicherheitseinstellungen bei schülerVZ, Facebook, studiVZ, wer-kennt-wen.de und ICQ).

Auf [www.klicksafe.de/spots](http://www.klicksafe.de/spots) finden sich zudem viele Filme, die auch in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen eingesetzt werden können.

### Seiten zum Thema Risiken und Chancen des Web 2.0

#### <http://ejwblog.de/>

Ein Blog des Evangelischen Jugendwerks in Württemberg mit vielen praktischen Tipps rund um Social Media und Internet.

#### [www.facebook.com/pages/netzcheckersnet/139449209452564](http://www.facebook.com/pages/netzcheckersnet/139449209452564)

Netzcheckers.net bei Facebook.

#### <http://de-de.facebook.com/ferienlager>

Ferienlager online. Ein Blog zur Jugendarbeit.

#### [www.facebook.com/gangway.marzahn](http://www.facebook.com/gangway.marzahn)

Streetwork per Social Media (Cyber-Work) in Berlin-Marzahn.

#### [www.facebook.com/herne.de?ref=ts](http://www.facebook.com/herne.de?ref=ts)

Der gelungene Facebook-Auftritt der Stadt Herne (inklusive „Netiquette“) unter: [www.facebook.com/herne.de?sk=app\\_4949752878](http://www.facebook.com/herne.de?sk=app_4949752878).

#### „Jugendarbeit und social networks“

– Grundlagen sowie Beiträge zur Momentaufnahme. Begleitende Online-Publikation (PDF) zum merz-Themenheft „Jugendarbeit und social networks“ 3/11. Ausgewählte Beispiele, die in der Publikation beschrieben werden:

#### [www.ludwikishafen.de/wiki/index.php/Hauptseite](http://www.ludwikishafen.de/wiki/index.php/Hauptseite)

Kinder und Jugendliche gestalten ein Wiki über die Stadt Ludwigshafen.

#### [www.medienpaedagogik-praxis.de](http://www.medienpaedagogik-praxis.de)

Materialien, Methoden, Projektbeispiele, Tipps, Tricks und aktuelle Informationen für die medienpädagogische Praxis in Jugendarbeit und Schule.

#### [www.netzcheckers.net](http://www.netzcheckers.net)

Neue Wege für die Medien und Jugendarbeit, anwenderorientierte Technik, fachlichen Austausch und Weiterbildung bieten die Partnerportale von [netzcheckers.net](http://netzcheckers.net). Einrichtungen der Jugendarbeit und Medienzentren können einen eigenen Internetauftritt mit einem Partnerportal gestalten und damit Partner im bundesweiten Netzwerk [netzcheckers.net](http://netzcheckers.net) werden (wie z. B. der Escher Club, Köln-Bilderstöckchen ([http://escherclub.netzcheckers.net/m1868871081\\_400.html](http://escherclub.netzcheckers.net/m1868871081_400.html)))

#### [www.youtube.com/watch?v=dubA2vhlrg](http://www.youtube.com/watch?v=dubA2vhlrg)

„Let’s fight it together“ – ein Film der Initiative childnet, der einen Mobbingfall aus Sicht des Opfers schildert. Der Film ist ein guter Ausgangspunkt für Unterrichtseinheiten zum Thema Cyber-Mobbing (s. dazu auch die Handreichung „Was tun bei Cyber-Mobbing?“ unter: [www.klicksafe.de/materialien/index.html](http://www.klicksafe.de/materialien/index.html))

### Filme auf YouTube

Eine Reihe von Filmen auf YouTube setzt sich mit dem Thema Social Networks auseinander, z. B.:

- A Life on Facebook [www.youtube.com/watch?v=DpW2SKNfgKo](http://www.youtube.com/watch?v=DpW2SKNfgKo)
- Klaus erklärt Facebook [www.youtube.com/watch?v=Kjg6wHlVnC8](http://www.youtube.com/watch?v=Kjg6wHlVnC8)

#### [www.jff.de/merz/dateien/ePublikation\\_Jugendarbeit\\_und\\_socialnetworks.pdf](http://www.jff.de/merz/dateien/ePublikation_Jugendarbeit_und_socialnetworks.pdf)

Begleitende Online-Publikation (PDF) zum merz-Themenheft „Jugendarbeit und social networks“ 3/11 mit Thesen zum Einsatz von Social Media in der Jugendarbeit von Jürgen Ertelt und einigen ausgewählten Praxisbeispielen.



## Seiten für Kinder und Jugendliche

### www.internet-abc.de

Eine Seite für Kinder und jüngere Jugendliche mit einem eigenen Bereich für pädagogisch Tätige. Praktische Angebote (wie ein Surfschein für Kinder) und viele Tipps zu Themen der neuen Medien (z. B. eine Liste mit Computerspielen und Lernsoftware). Es gibt auch eine Elternseite (www.internet-abc.de/eltern).

### www.mobbing.seitenstark.de

Eine Anti-Mobbing-Seite mit vielen Tipps.

### www.schuelervz.net/l/rules

Hier werden die wichtigsten Verhaltensregeln für SchülerVZ zusammengefasst. Alle Regeln werden mit kleinen Filmen dargestellt.

### www.schuelervz.net/l/parents

Materialien von schülerVZ für Eltern und Lehrer. Beim schülerVZ gibt es auch einen Verhaltenskodex, der gemeinsam mit Jugendlichen diskutiert werden kann.

### www.watchyourweb.de

Eine Internetseite für Jugendliche über sicheres Surfen im Web mit vielen Informationen (z. B. zu Sicherheitseinstellungen in verschiedenen Communities) und Angeboten (Web-Test, Videos etc.).

## Literatur und Links

Brüggen, Niels; Ertelt, Jürgen (Hrsg.) (2011): „Jugendarbeit und social networks“. Grundlagen sowie Beiträge zur Momentaufnahme. Begleitende Online-Publikation zum merz-Themenheft „Jugendarbeit und social networks“, 3/11. Online verfügbar unter [www.jff.de/merz/dateien/ePublikation\\_Jugendarbeit\\_und\\_socialnetworks.pdf](http://www.jff.de/merz/dateien/ePublikation_Jugendarbeit_und_socialnetworks.pdf)

Fuhs, Burkhard; Lampert, Claudia; Rosenstock, Roland (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. München: kopaed.

Gräßer, Lars (2011): Neue Formate für die Medienbildung? In: mekonet – dossier zur medienbildung. Online-Dokument: <http://bit.ly/e25GFz> oder zum Mitschreiben <http://piratepad.net/OlhidAjaUg>

Hammann, Nadine (2011): ludWIKishafen – GERpedia – speyermedia. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 25f.

JFF (2010): webhelm. die werkstatt-community für daten, rechte und persönlichkei. Materialien für pädagogische Fachkräfte. Herausgegeben von JFF – Institut für Medienpädagogik und Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V. Online verfügbar unter [http://webhelm.net/checkers.net//assets/webhelm/dateibox/1292269402\\_webhelm\\_Broschuere.pdf](http://webhelm.net/checkers.net//assets/webhelm/dateibox/1292269402_webhelm_Broschuere.pdf)

Ketter, Verena (2011): Vireale Sozialraumeignung. Ansatz einer sozialraum- und lebensweltbezogenen Jugendmedienbildung. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 19–24.

Krotz, Friedrich (2009): Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In: Lundby, Knut. (Hrsg.): Mediatization. Concept, changes, consequences. New York: Peter Lang Publishing. S. 21–40.

Lundby, Knut (2009): Introduction: 'Mediatization' as Key. In: ders. (Hrsg.): Mediatization. Concept, changes, consequences. New York: Peter Lang Publishing. S. 1–18.

Poll, Daniel (2010): Digitale Jugendbildung am Beispiel der Kampagne „watch your web“. Online-Dokument unter [www.jugendhilfeportal.de/wai1/showcontent.asp?ThemaID=6159](http://www.jugendhilfeportal.de/wai1/showcontent.asp?ThemaID=6159)

Pritzens, Tilmann (2011): Webwork als nützliche Ergänzung zur mobilen Jugendarbeit/Streetwork. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 29–32.

Rau, Katharina (2011): LEONAUTV – Erfahrungen mit einem Web-TV von Jugendlichen. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 25f.

Schwab, Hans; Bertram, Björn; Reichmann, Sonja (2011): Jugendarbeit im Zeitalter der Digitalen Revolution. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 35–38.

Rheingold, Howard (2008): Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement. In: Bennett, W. Lance (Hrsg.): Civic Life Online. Learning How Digital Media Can Engage Youth. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: MIT Press. S. 97–118. Online verfügbar unter [www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dmal.9780262524827.097](http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dmal.9780262524827.097)

Schorb, Bernd; Würfel, Maren; Kießling, Matthias; Keilhauer, Jan (2010): MeMo\_SON10 – Medienkonvergenz Monitoring Soziale Online-Netzwerke-Report. Online-Dokument: [www.uni-leipzig.de/~mepaed/sites/default/files/MeMo\\_SON10.pdf](http://www.uni-leipzig.de/~mepaed/sites/default/files/MeMo_SON10.pdf)

Wagner, Ulrike; Brüggen, Niels; Gebel, Christa (2010): Persönliche Informationen in aller Öffentlichkeit? Jugendliche und ihre Perspektive auf Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerkdiensten. Teilstudie im Projekt „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Online verfügbar unter: [www.jff.de/dateien/JFF-Bericht\\_Datenschutz\\_Persoennlichkeitsrechte.pdf](http://www.jff.de/dateien/JFF-Bericht_Datenschutz_Persoennlichkeitsrechte.pdf)

Zumbrägel, Lambert (2011): Online Jugendarbeit – wie ein Konzept offener Jugendarbeit digital wird. In: merz – medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 03/2011. S. 33f.

Link 1: <http://storify.com/bjoernfr/kritische-energiereporter>  
Link 2: [www.freitag.de/kultur/1113-die-zuvielisation](http://www.freitag.de/kultur/1113-die-zuvielisation)

## Material

Nadia Kutscher: Virtuelle soziale Netzwerke als Raum sozialer Arbeit – Herausforderungen und Perspektiven für Bildung und Teilhabe; in: Fischer, Jörg/Kosellek, Tobias (2012): Netzwerke und soziale Arbeit. Theorien, Methoden, Anwendungen. Weinheim: Juventa.

Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0 – Angebote im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen; Herausgeberschaft des Berichts: Dr. Jan-Hinrik Schmidt, Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Prof. Dr. Uwe Hasebrink

Unter [www.hongkiat.com](http://www.hongkiat.com) lassen sich einige gelungene Anregungen zum Gestalten des Titelbildes der Facebook-Chronik finden (hier die Suchbegriffe „creative-facebook-timeline-covers“ eingeben).

Wer sieht sich eigentlich mein Profil an – und was ist dabei öffentlich? Unter der Adresse [www.takethisloollipop.com](http://www.takethisloollipop.com) wird das auf etwas unheimliche Art verdeutlicht.

Einführung und Informationen zu Facebook: <http://blog.schwindt-pr.com>

Informationen zum Internetrecht (Bilder, Impressumspflicht ...): [www.e-recht24.de](http://www.e-recht24.de)

## In der Jugendarbeit: Profilseite oder Fanseite?

◆ Benjamin Wilde

Ein Profil bei Facebook ist in der Jugendarbeit durchaus von Vorteil. Denn man bedient sich damit des gleichen Mediums wie die Jugend und stößt so auf mehr Akzeptanz. Durch die folgenden beiden Bilder soll kurz verdeutlicht werden, welche Darstellungsformen Facebook bietet und wo die Unterschiede sind. Die richtige Wahl, ob man eine Profilseite oder doch besser eine Fanseite erstellen will, ist recht einfach.

Die Profilseite ist ausschließlich für Privatpersonen gedacht, sie bietet gleich mehrere Kommunikationskanäle wie die Abgabe eines Status, den Chat und E-Mail. Damit andere Facebook-Nutzer die Statusmeldungen lesen können, müssen sie mit der Einrichtung befreundet sein. Der Arbeitsaufwand ist aufgrund der vielen Kontaktmöglichkeiten sehr hoch. Zudem erhält man Einblicke in das Profil der befreundeten Nutzer, und es könnte viele Jugendliche stören, wenn Mitarbeiter in ihrem Profil stöbern können. Laut AGBs von Facebook ist es einer Einrichtung nicht gestattet, ein Privatprofil als Präsentationsseite für eine Einrichtung zu nutzen.

Die Fanseite wurde extra eingerichtet, um Stars, Unternehmen und Einrichtungen die Möglichkeit zu geben, sich bei Facebook zu präsentieren. Um eine Fanseite anlegen zu können, muss man einen Privataccount haben. Facebook-Nutzer können den Einträgen der Einrichtung folgen, indem sie gezielt die Seite aufrufen oder „Gefällt mir“ bei einer Statusmeldung der Einrichtung anklicken. Mit dem sogenannten „Like“ abonnieren sie die Seite und sehen auf ihrer Neuigkeitenseite alle Statusmeldungen einer solchen Fanseite.





Foto: photocase.com/suze

## So steigen Sie richtig bei Facebook & Co. aus

Quelle: DIE WELT, vom 05.11.2012  
 • Jan Bruns

Abschied tut weh – das gilt besonders für soziale Netzwerke. Der Ausstieg ist meist zäh und zeitraubend. Es geht aber auch schmerzfrei: Wie Sie sicher bei Facebook & Co. aussteigen, lesen Sie hier.

Sie können gar nicht genug Zeit mit Facebook, Twitter & Co. verbringen? Dann müssen Sie gar nicht weiterlesen. Oder aber Sie wollen aus einem dieser sozialen Netzwerke aussteigen, weil Sie es nicht mehr nutzen oder einfach keine Lust mehr haben? Dann müssen Sie einige Klippen umschiffen. Computer Bild erklärt Schritt für Schritt, wie Sie aus den populärsten sozialen Netzwerken rauskommen.

Computer Bild prüfte bei allen Netzwerken, was nach der Löschung des Accounts von hochgeladenen Fotos, Kommentaren, Markierungen und Verknüpfungen sichtbar bleibt. Überprüfen lässt sich aber nur das, was andere Nutzer sehen können.

Zwar beteuern alle Anbieter, dass die Daten auch von ihren Servern verschwinden, doch das lässt sich nicht prüfen. Auf Antrag müssen die Betreiber jedoch alles löschen.

### Warum ist das Löschen der Daten so schwierig?

Soziale Netzwerke leben von ihren Mitgliedern und deren Daten. Darum erschweren sie den Ausstieg vor allem mit zwei Fallstricken:

- **Verborgene Löschfunktion:** Die Löschfunktion steckt meist in den Tiefen der Einstellungsmenüs.

- **Deaktivieren statt löschen:** Einige Anbieter deaktivieren das Konto zunächst nur. Wer sich innerhalb einer bestimmten Frist (bis zu 30 Tagen) erneut einloggt, ist wieder dabei.

### Was muss ich beachten?

- **Teilen Sie Freunden und Verwandten im Netzwerk mit,** dass Sie aussteigen – und wo Sie künftig zu erreichen sind.

- **Löschen Sie heikle Fotos, Mitteilungen und Kommentare von Hand.**

- **Melden Sie sich auch auf anderen Seiten etwa mit Ihren Facebook-Daten an?** Ändern Sie das, um Ihr Konto dort weiter nutzen zu können. Tipp: Welche Seiten das sind, steht bei Facebook im App-Zentrum in der Liste der genutzten Dienste.

### ... aber das bleibt trotzdem:

- **Markierte Bilder:** Markierungen auf Fotos fand Computer Bild auch nach der Löschung des Profils bei StayFriends und Google+.

- **Profilfotos:** Bei Google+ bleiben das Profilbild und Einträge in den Freundeskreisen. Wer das verhindern will, muss sein komplettes Google-Konto löschen.

- **Nachrichten:** Verschickte Nachrichten an Freunde bleiben bei Facebook, StayFriends, Wer-kennt-wen und allen VZ-Netzwerken erhalten.

- **Fotoalben:** Fotos in Bilderalben bei StayFriends, auf denen Sie Personen markiert haben, bleiben zumindest für die markierten Personen sichtbar.

**So melden Sie sich bei Facebook ab:**

- Schritt 1: Klicken Sie oben rechts in der Facebook-Leiste auf das kleine Dreieck, und wählen Sie anschließend den Menüpunkt „Hilfe“ per Klick aus.
- Schritt 2: Geben Sie in das Suchfeld „Löschen“ oder „Konto löschen“ ein. Wählen Sie dann den Eintrag „Wie lösche ich mein Konto dauerhaft“.
- Schritt 3: Der Hilfetext soll Sie davon abhalten, Ihr Konto zu löschen. Lassen Sie sich nicht beirren, und klicken Sie auf „Hier, um deine Anfrage zu senden“.
- Schritt 4: Folgen Sie den Anweisungen, bis Sie zum Fenster „Mein Konto löschen“ gelangen, und klicken Sie auf die gleichlautende Schaltfläche.
- Schritt 5: Überraschung: Auch auf diesem Weg wird nur deaktiviert. Vermeiden Sie für zwei Wochen jegliche Facebook-Log-ins, und Sie sind raus.

**So melden Sie sich bei Twitter ab:**

- Schritt 1: Bei Twitter klicken Sie auf das Porträt-Symbol rechts oben und wählen im aufklappenden Menü den Punkt „Einstellungen“ aus.
- Schritt 2: Ganz am Ende der darauffolgenden Seite erscheint ganz klein der ersehnte Eintrag. Klicken Sie auf „Deaktiviere meinen Account“.
- Schritt 3: Es folgen eine herzerreißende Abschiedstirade sowie Warnungen vor allerlei Verlusten. Aber egal, klicken Sie unten auf „Okay, gut, ...“.
- Schritt 4: Twitter kann's nicht glauben und vermutet, dass Sie es gar nicht sind. Also: Passwort eingeben und auf „Account deaktivieren“ klicken.
- Schritt 5: Geschafft! Jedenfalls fast. Nun heißt es, 30 Tage lang die Füße stillhalten und nicht

einloggen. Danach ist der Spuk komplett vorbei.

**So melden Sie sich bei Lokalisten.de ab:**

- Schritt 1: Am Anfang etwas schwierig zu entdecken, weil sehr klein: Klicken Sie oben rechts in Ihrem Profil auf den Menüpunkt „Account“.
- Schritt 2: Hinter den Angaben zu Kontaktdaten und dem Profil verbirgt sich auch die Löschfunktion: Klicken Sie auf „Basisinformationen“.
- Schritt 3: Über das Info-Formular zu Ihrer Person gelangen Sie zum Ausgang: Ganz unten rechts klicken Sie auf den Eintrag „Account löschen“.
- Schritt 4: Bestätigen Sie mit einer sogenannten Captcha-Abfrage Ihre Identität, und klicken Sie auf „Löschvorgang aktivieren“. Dann gibt's eine E-Mail.
- Schritt 5: Klicken Sie auf den Link in der E-Mail und dann auf „Account löschen“. Nach rund 48 Stunden (nicht einloggen!) ist das Ziel erreicht.

**So melden Sie sich bei Google+ ab:**

- Schritt 1: Oben rechts geht's per Klick aufs Zahnrad zu den Google-Kontoeinstellungen. Danach klicken Sie auf „Google+ Einstellungen“.
- Schritt 2: Von der Google-Startseite aus führt Sie dann ein Klick zur „Kontoübersicht“. Wer direkt von seinem Profil kommt, klickt auf „Konto“.
- Schritt 3: Treffen Sie Ihre Wahl: Löschen Sie nur das Profil, bleibt Ihr Profilbild bestehen. Löschen Sie das komplette Google-Konto, ist alles weg.
- Schritt 4: Bei der Löschung des kompletten Kontos können Sie auswählen, ob Sie Daten einiger Dienste wie Google-Mail noch behalten wollen.

- Schritt 5: Ende, aus, vorbei: Die Löschung des Google-Kontos ist unumkehrbar, und zwar mit sofortiger Wirkung – sofern keine offene Zahlungen ausstehen.

**So melden Sie sich bei Wer-kennt-wen.de ab:**

- Schritt 1: Beim Netzwerk Wer-kennt-wen geht's einfach und übersichtlich los: Klicken Sie auf Ihrer Startseite oben rechts auf „Einstellungen“ ...
- Schritt 2: ... und auf der folgenden Seite gleich noch mal oben rechts auf die Schaltfläche „Löschen“. Danach wird's etwas komplizierter.
- Schritt 3: „Sind Sie ein Lösch-Roboter?“, fragt das Netzwerk. Beweisen Sie Ihre leibhaftige Existenz durch Eingabe der vorgegebenen Wörter („Captcha“).
- Schritt 4: Prüfung bestanden: Sie sind echt. Aber sind Sie auch berechtigt? Das überprüft das Netzwerk per E-Mail. Klicken Sie auf den Link darin.
- Schritt 5: Gute Nachricht: Das Konto ist nun endgültig gelöscht – vom Netzwerk kommt nur noch ein Hinweis darauf, was Sie fortan alles verpassen werden.

**So melden Sie sich bei StayFriends ab:**

- Schritt 1: Um bei StayFriends das Profil zu löschen, klicken Sie auf der Profilseite unten rechts auf „Hilfe & Kontakt“ und dann auf „Mein Eintrag ...“.
- Schritt 2: Klicken Sie auf den Eintrag „Wie kann ich meinen Datensatz löschen?“. Damit öffnen Sie zunächst einen langen Erklärungstext.
- Schritt 3: Es wird erklärt, wie Sie Daten entfernen, ohne das Profil zu löschen. Wer genau das will, klickt unten auf „Bei StayFriends austragen“.
- Schritt 4: Ohne guten Grund geht's nicht raus? Doch: auf „Anderer Grund“ klicken,

„Blabla“ ins Textfeld schreiben und auf „Weiter“ klicken.

- Schritt 5: Die drohenden „Verluste“ werden nun noch einmal aufgezählt. Motto: „Sind Sie sicher?“ Wenn ja, klicken Sie auf „Endgültig löschen“ – fertig.

**So melden Sie sich bei MeinVZ ab:**

- Schritt 1: So klappt der endgültige Ausstieg bei allen VZ-Netzwerken (SchülerVZ, StudiVZ und MeinVZ): Klicken Sie in Ihrem Profil auf „Mein Account“.
- Schritt 2: Ganz am Ende folgt ein Klick auf „Meinen Account löschen“. Prima: Das Netzwerk weist auf Fotos von Ihnen bei anderen Nutzern hin.
- Schritt 3: Am Ende möchte das Netzwerk noch einen Grund für den Ausstieg wissen – „Kein Grund“ geht aber auch. Dann klicken Sie auf „Weiter“.
- Schritt 4: Aber so richtig glauben will VZ es noch nicht: Sie müssen Ihr Passwort eingeben, bevor Sie auf „Account jetzt löschen“ klicken.
- Schritt 5: Rührend und pfffig: Der einzige Betreiber, der sich für die Mitgliedschaft bedankt – und sogleich eine neue Registrierung anbietet.



Foto: photocase.com/size

Die LAG Lokale Medienarbeit NRW bedankt sich bei allen Kooperationspartnern für die gute Zusammenarbeit bei der Umsetzung der Workshops.





## Schriften zur lokalen Medienarbeit Nr.12

