

Präsentation Ergebnisse der Studie

Jugendinformation – offen für alle?!

Ziele der Studie:

- Frage beantworten, in wie weit JIDe allen Jugendlichen offen steht
- Ist-Stand von JIDen feststellen
- Handlungsvorschläge für JIDe generieren

Forschungsfragen:

- > Wen erreichen JIDe (nicht)?
- > Welche Zielgruppen werden angesprochen?
- > Welche Themenschwerpunkte haben JIDe?
- > Wo gibt es Defizite wo gute Ansätze?
- > Welche Bandbreite haben JIDe in Deutschland?

Methode der Studie:

- > Internetrecherche nach JIDen im Juli 2009
- > Onlinebefragung im August 2009

Befragungszielgruppe:

- > Alle (gefundenen) Jugendinformationsdienste in Deutschland

Kriterien für einen JID für diese Studie (angelehnt an Eryica-Standards):

- JID ist offen für alle jugendrelevanten Themen
- JID sammelt, bündelt und bereitet plurale Informationen auf
- JID bietet Informationen für alle Jugendlichen
- im JID arbeiten spezialisierte Fachkräfte

Grundgesamtheit:

- 39 Jugendinformationsdienste, davon
- > 15 mit Publikumsverkehr (klassisches JIZ)
 - > 24 reine Onlineportale

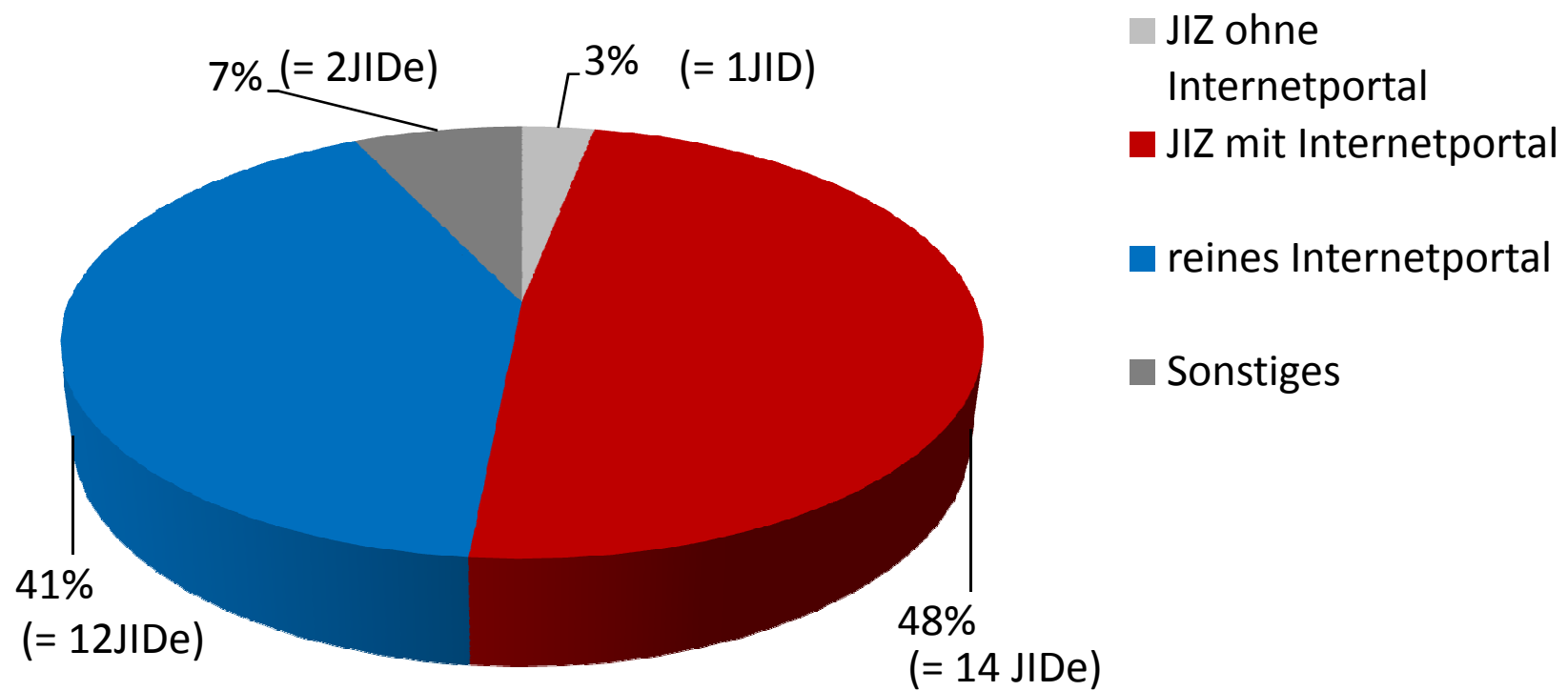
Recherchequellen für Grundgesamtheit:

- > Jugendinfonetz
- > Internetseite von tips und trips
- > Diplomarbeit von Thomas Bartl
- > Google Suche
- > Internetseiten deutscher Großstädte

Präsentation der Ergebnisse

Rückmeldungen:
29 JIDe=74 Prozent

Art des JID

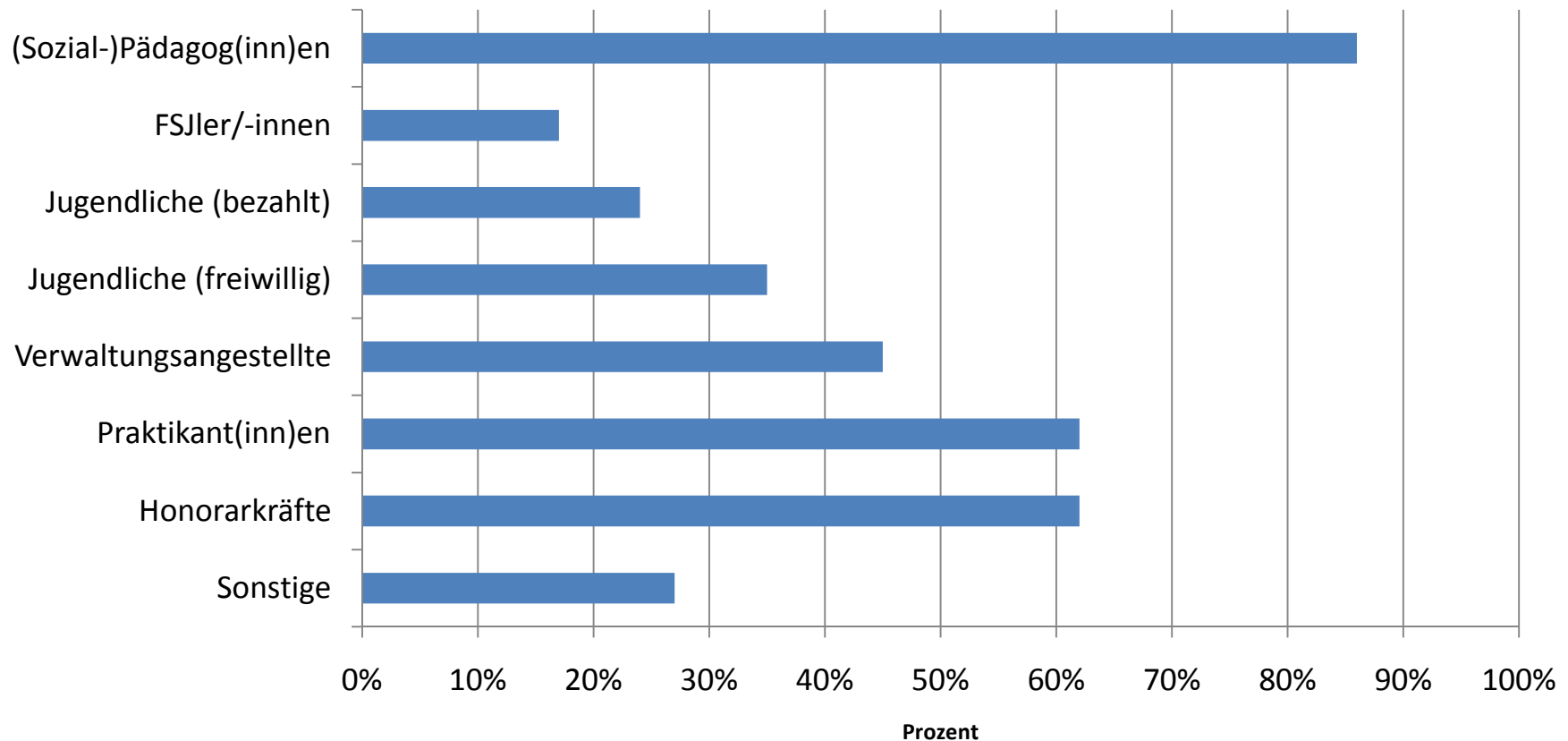


Weitere Arbeitsschwerpunkte

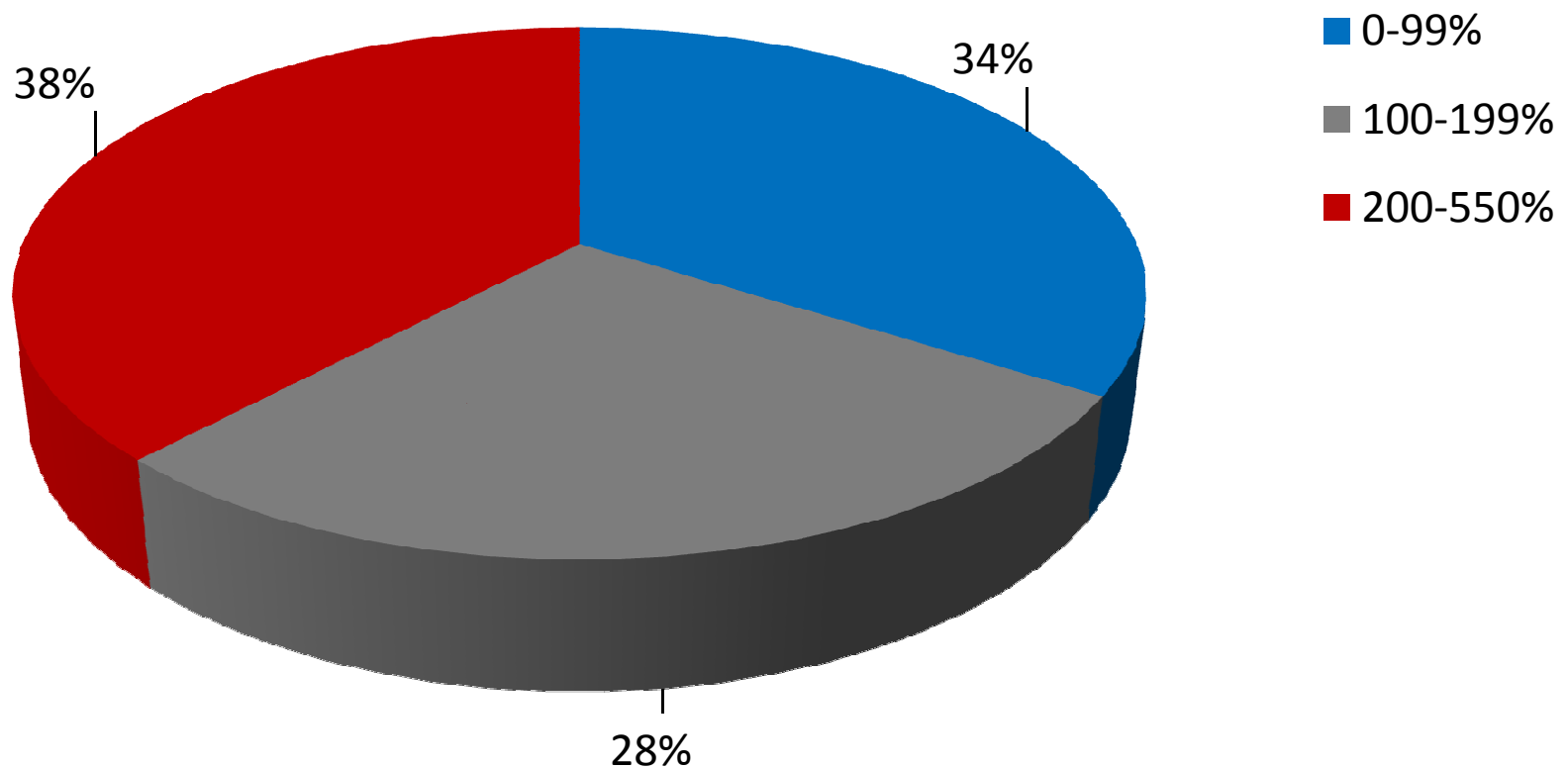
22 verschiedene Schwerpunkte

- „Medienpädagogik“ (8 Nennungen)
- „Jugendbeteiligung“ (4 Nennungen)
- „Kurse“, „internationale Jugendarbeit“, „Fachberatung“ (3 N.)
- ... (1 Nennung)

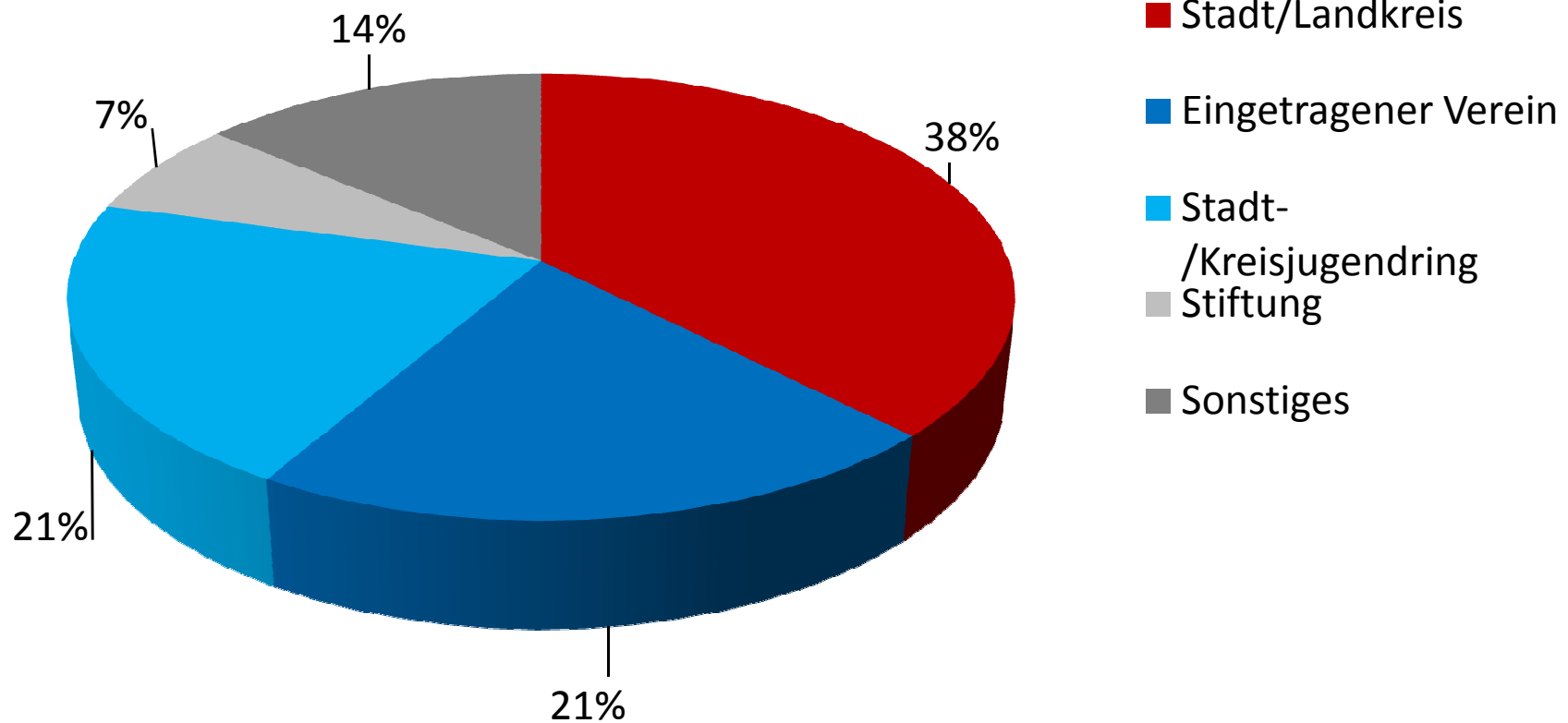
Mitarbeiter in JIDen



Anzahl der hauptberuflichen Mitarbeiter in %



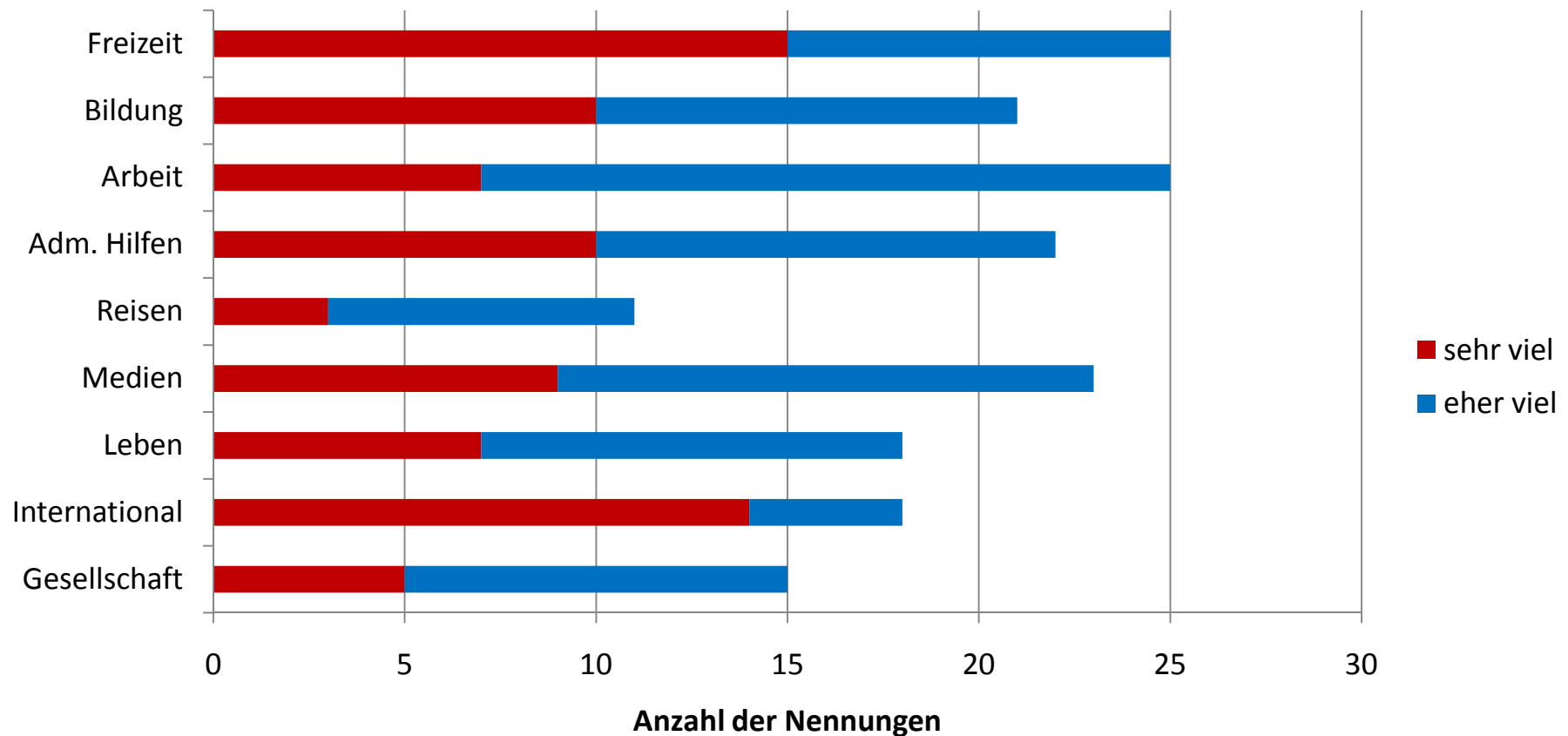
Träger der JIDe



Zusammenfassung Allgemeine Informationen zu den JIDen

- JIDe sind in der Mehrzahl reine Onlinedienste (recherchiert), wobei die Mehrzahl der an der Umfrage teilgenommenen Dienste JIDe mit Öffnungszeiten (klassische JIZe) sind
- JIDe sind zu ca. 2/3 Einrichtungen mit weniger als zwei Hauptamtlichen, in den meisten Einrichtungen arbeiten (Sozial-)pädagogen
- JIDe sind meist städtische Einrichtungen, in zweiter Linie in Trägerschaft von e.V. bzw. Stadt-/Kreisjugendringen
- JIDe arbeiten meist auf lokaler/regionaler Ebene

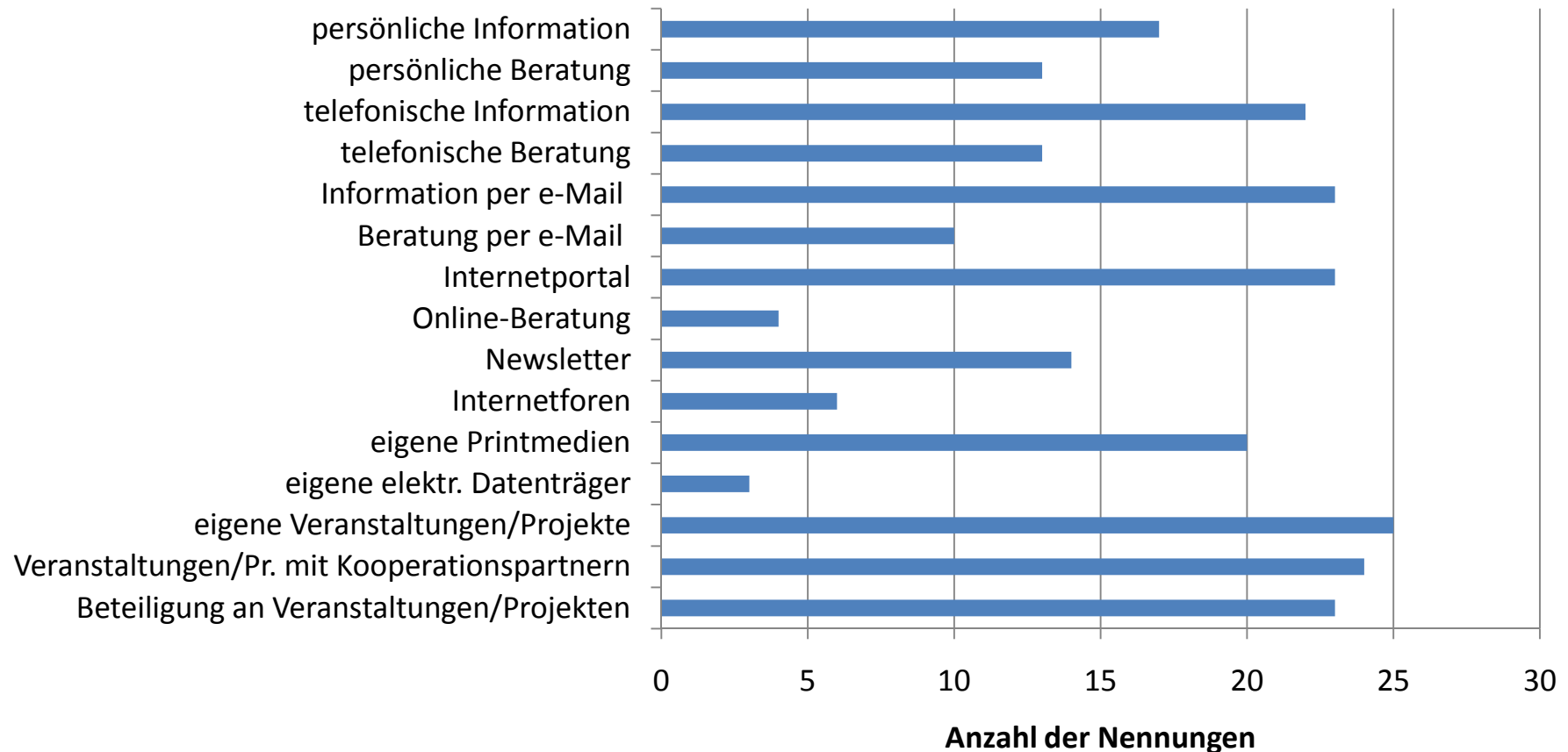
Themenbereiche



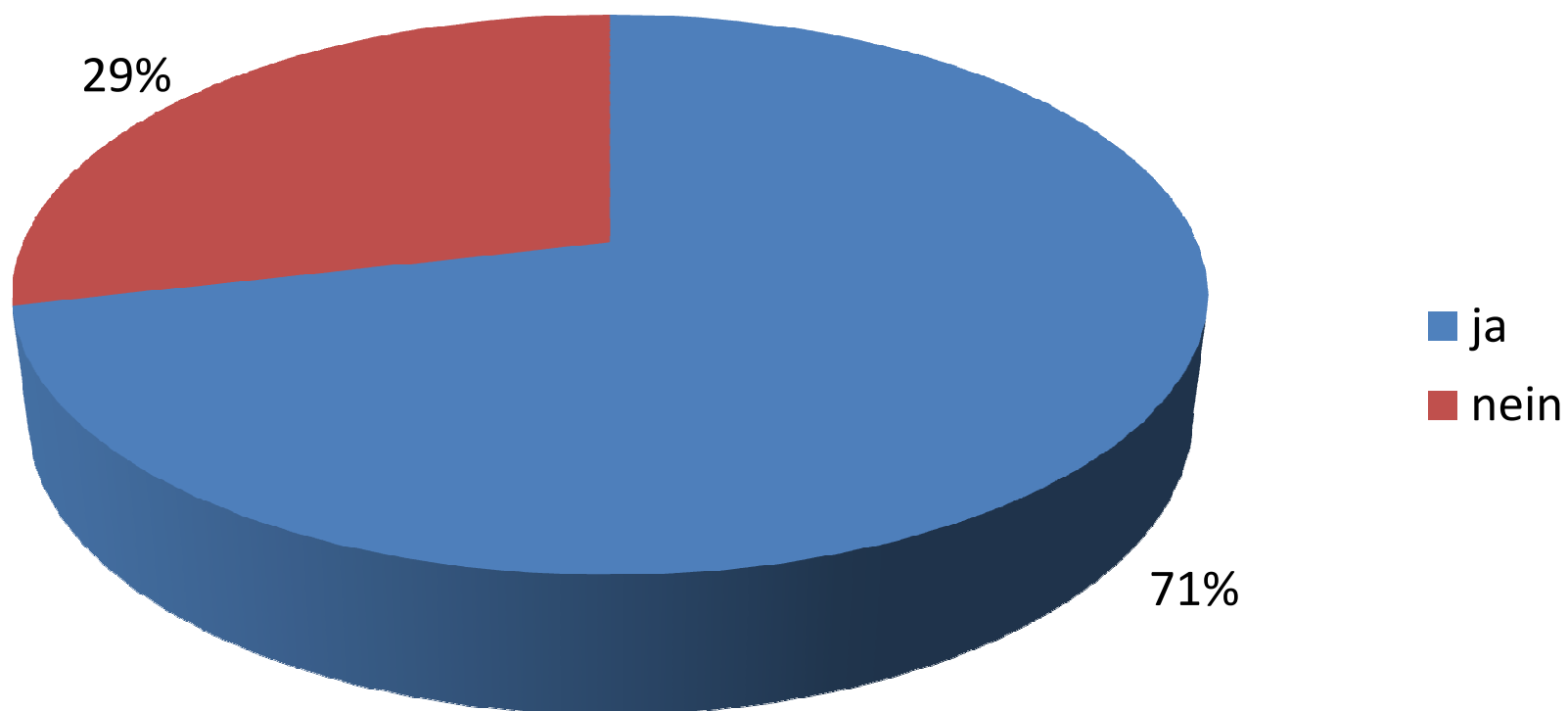
Themenbereiche (offene Frage)

Übergang Schule-Beruf Gewaltprävention **Ausland** Gesundheit
Bewerbung Beratungsstellen Stellensuche Ferienangebote Musik
FSJ Jugendarbeit Förderung für Jugendprojekte Zivildienst
Wohnen **Ausbildung und Arbeit** aktuelles Reisen
Finanzielle Hilfen Online-Abzocke Wehrdienst Probleme Bildung
Bildergalerie Jugendkultur **Freizeit** Jobbörse Suchtmittel
Freiwilligendienste medienpäd. Themen rechtliche Fragen Diskussionsforum

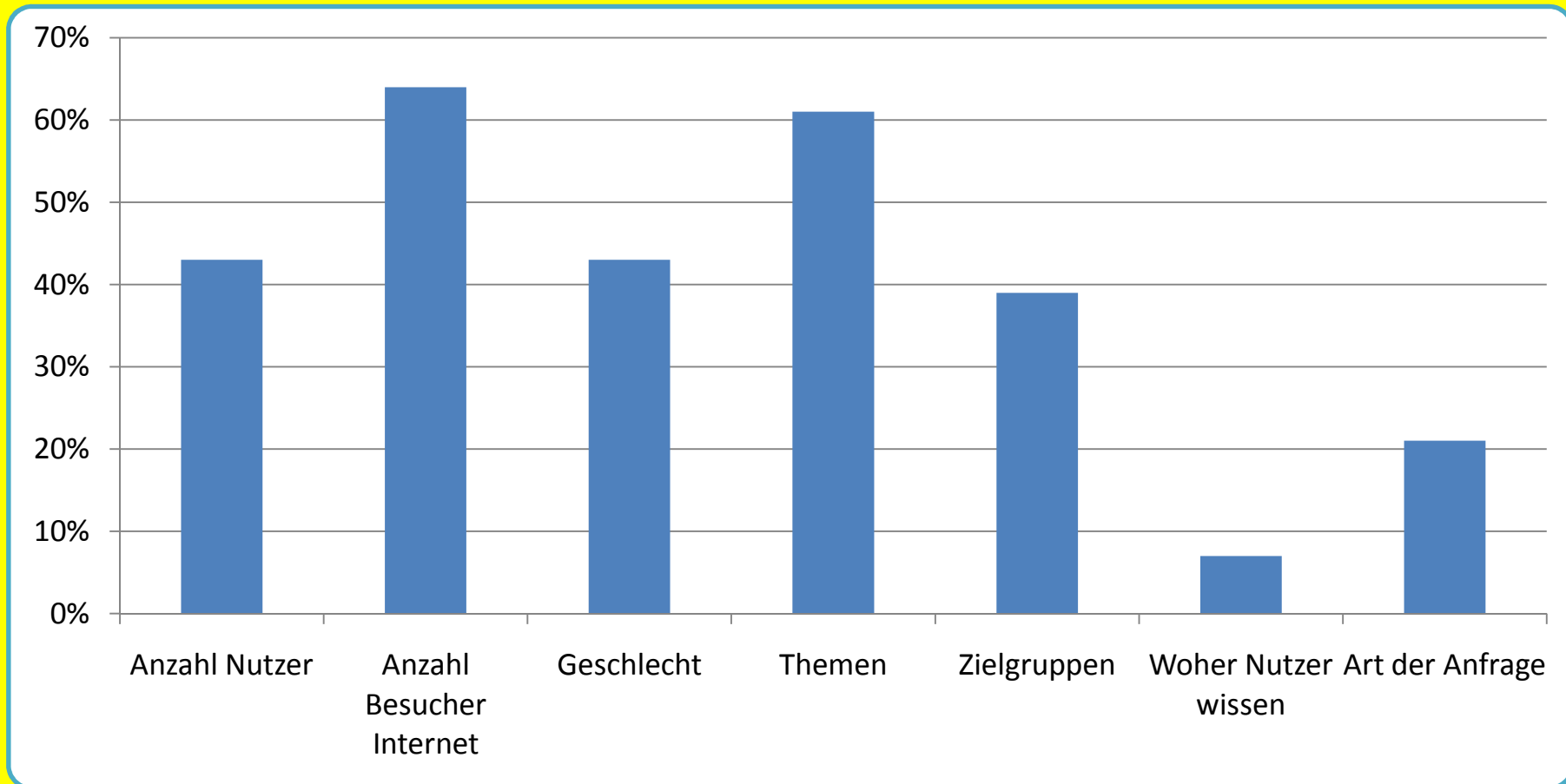
Methoden in JIDen



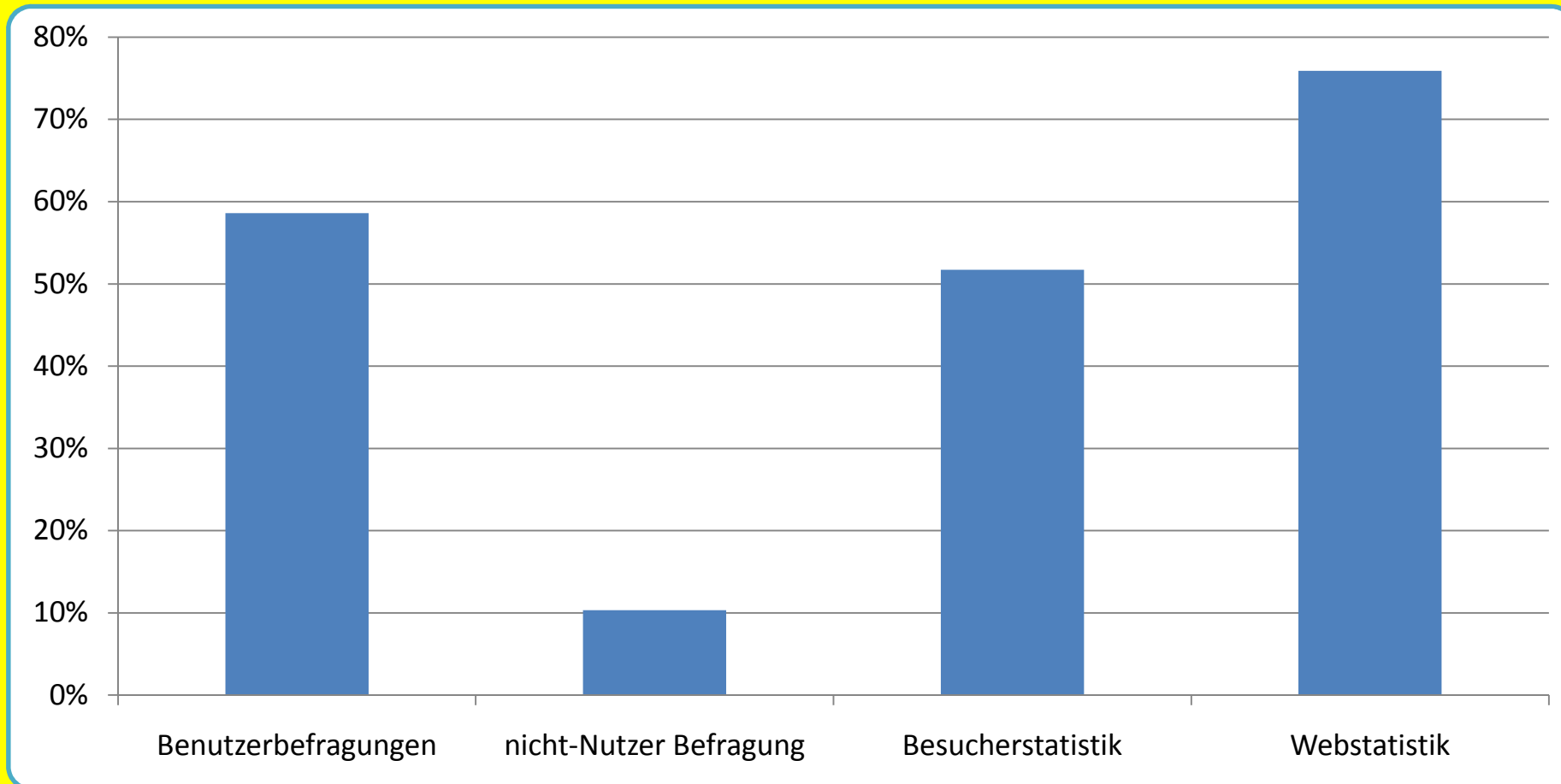
Werden Daten erfasst?



Methoden der Datenerfassung



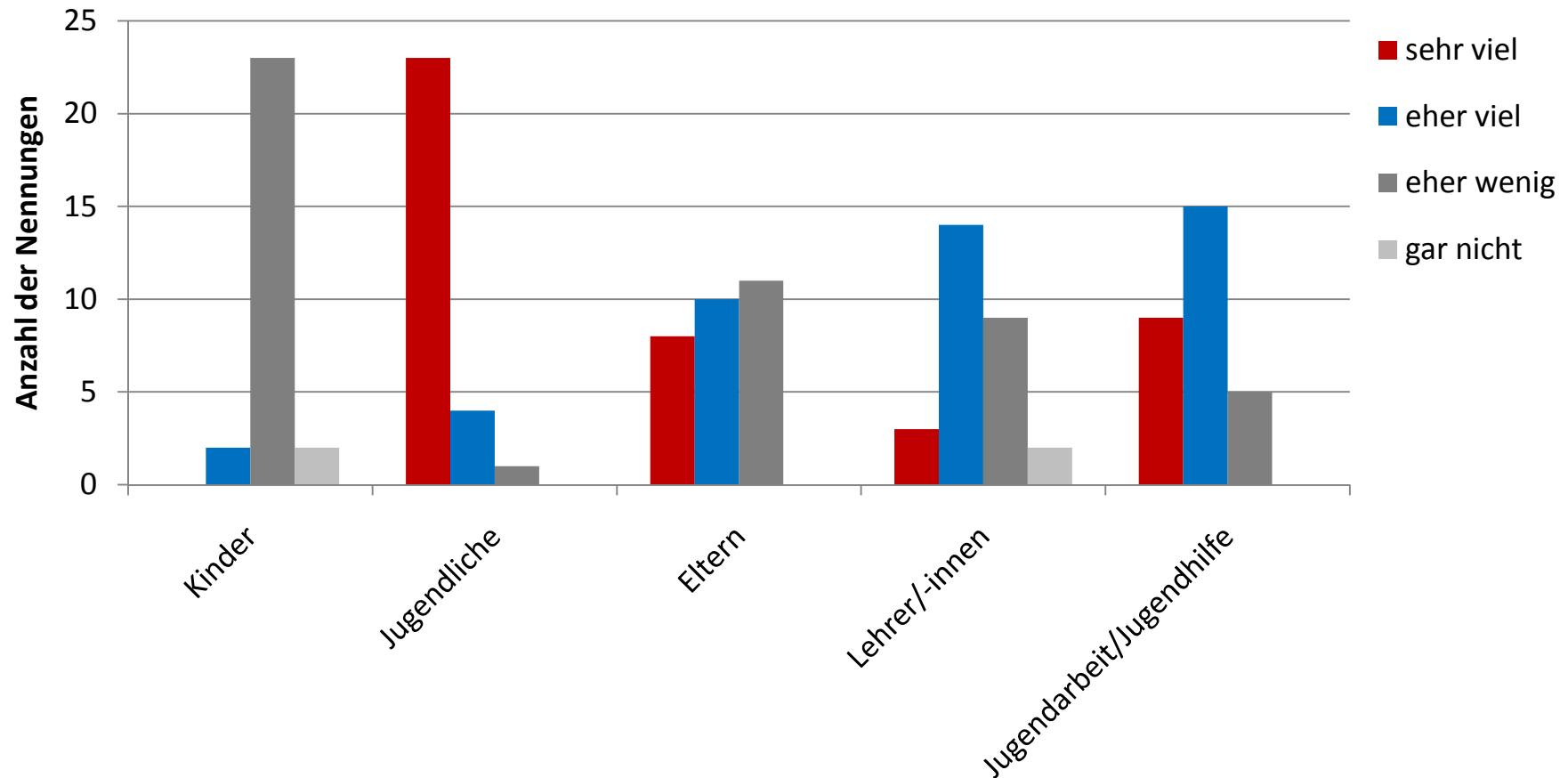
Werden Methoden der Evaluation genutzt?



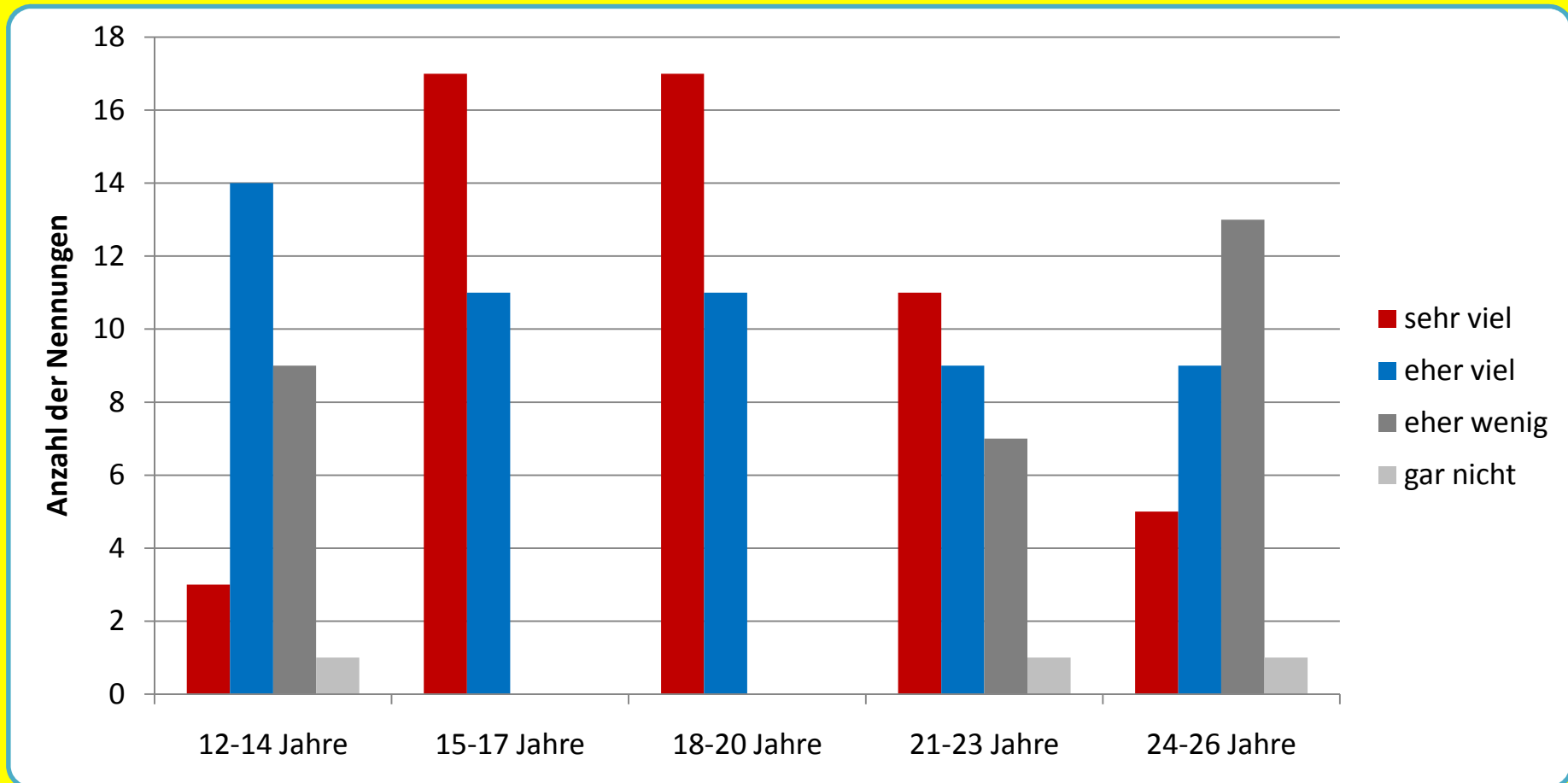
Zusammenfassung Themen und Methoden

- JIDe bieten zum Großteil eine breite Palette an unterschiedlichen Themen, am häufigsten zu den Bereichen zu Freizeit, Arbeit, Medien und adm. Hilfen
- Die häufigsten konkreten Themen sind: Freizeit, Ausland, Übergang Schule-Beruf, Ferienangebote, FSJ, Zivildienst, Ausbildung und Arbeit
- Die häufigsten Methoden sind: Veranstaltungen, Internet, Infos via E-Mail
- Folgende Daten werden meist erfasst: Internetbesucher und Themen

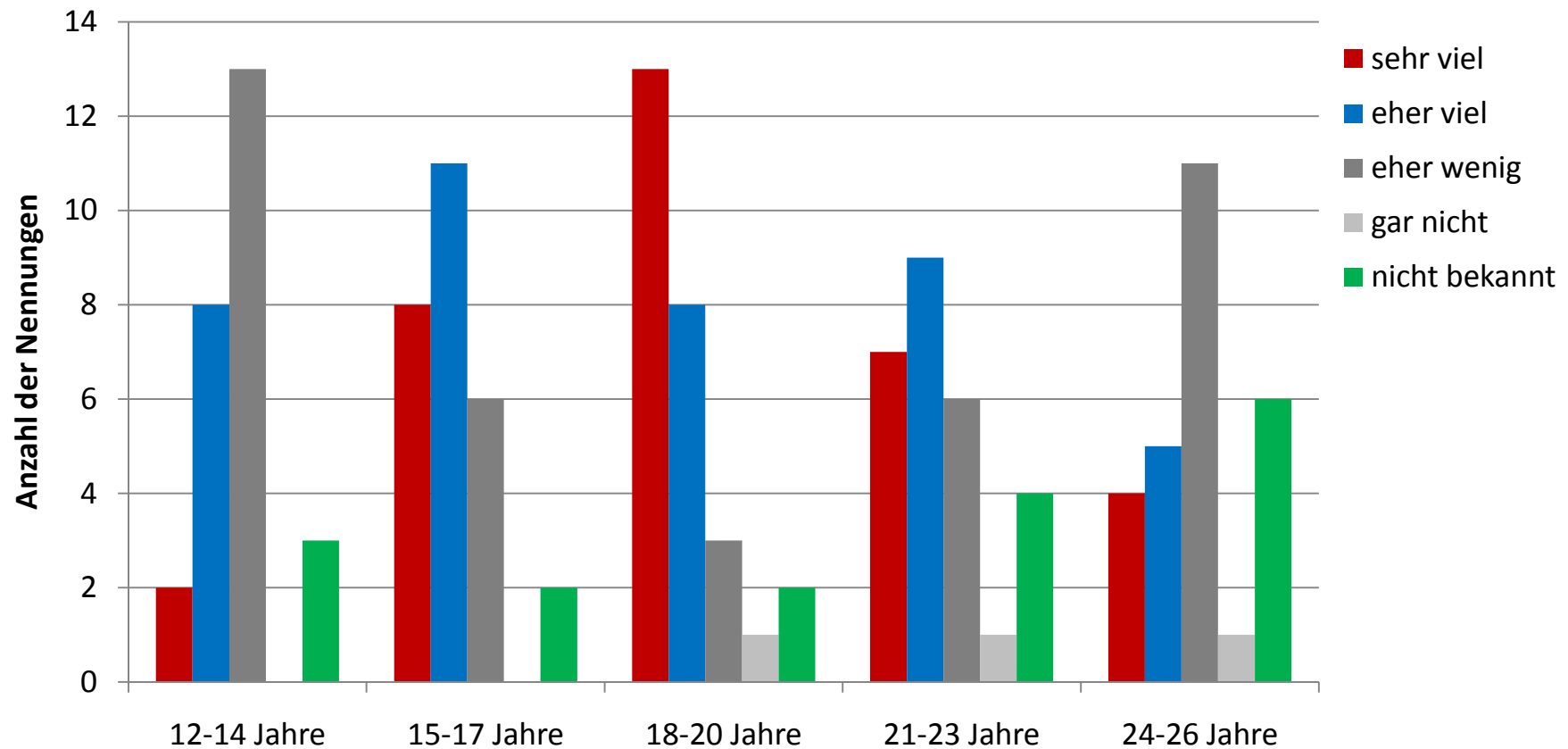
Allgemeine Zielgruppen von JIDen



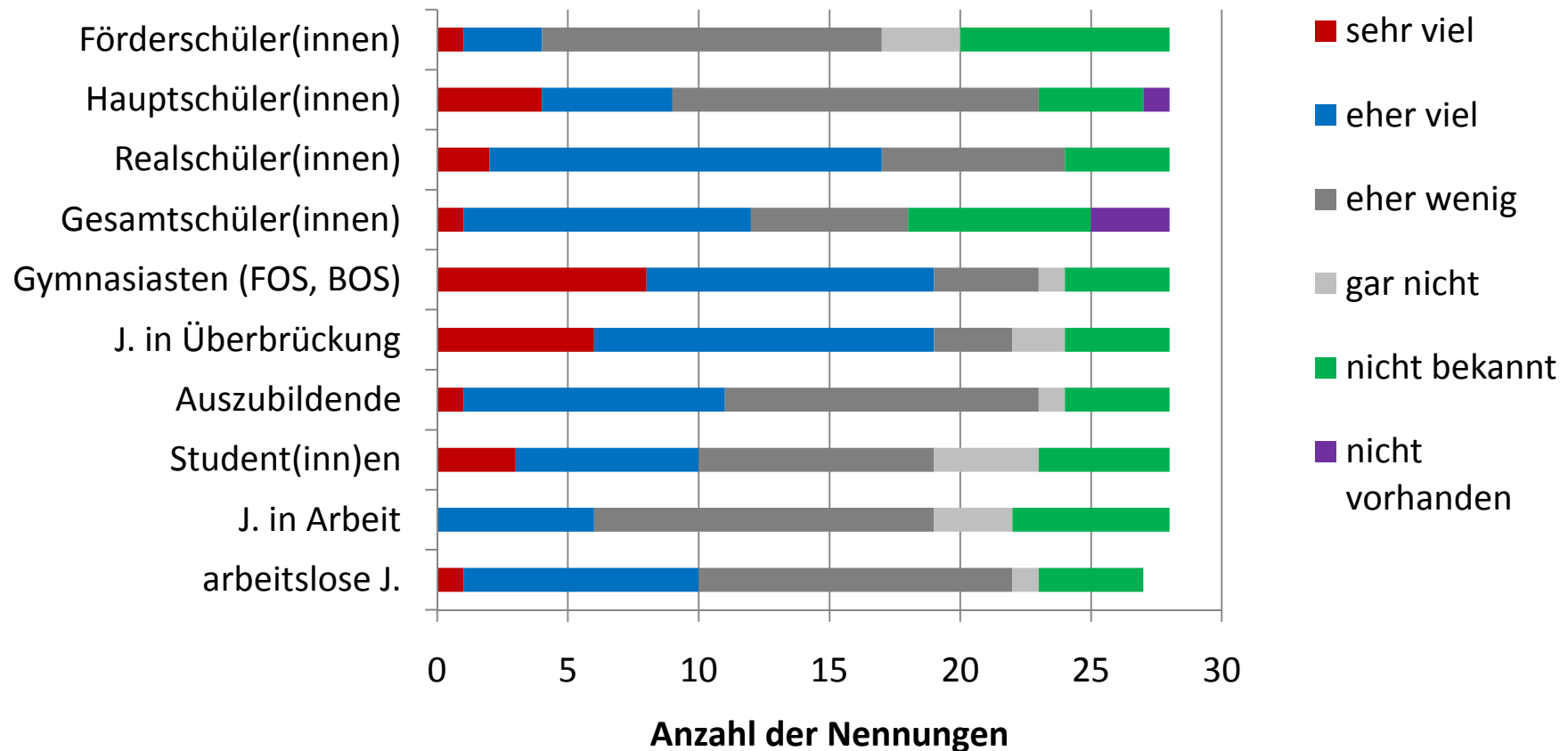
Jugendliche die angesprochen werden (nach Alter)



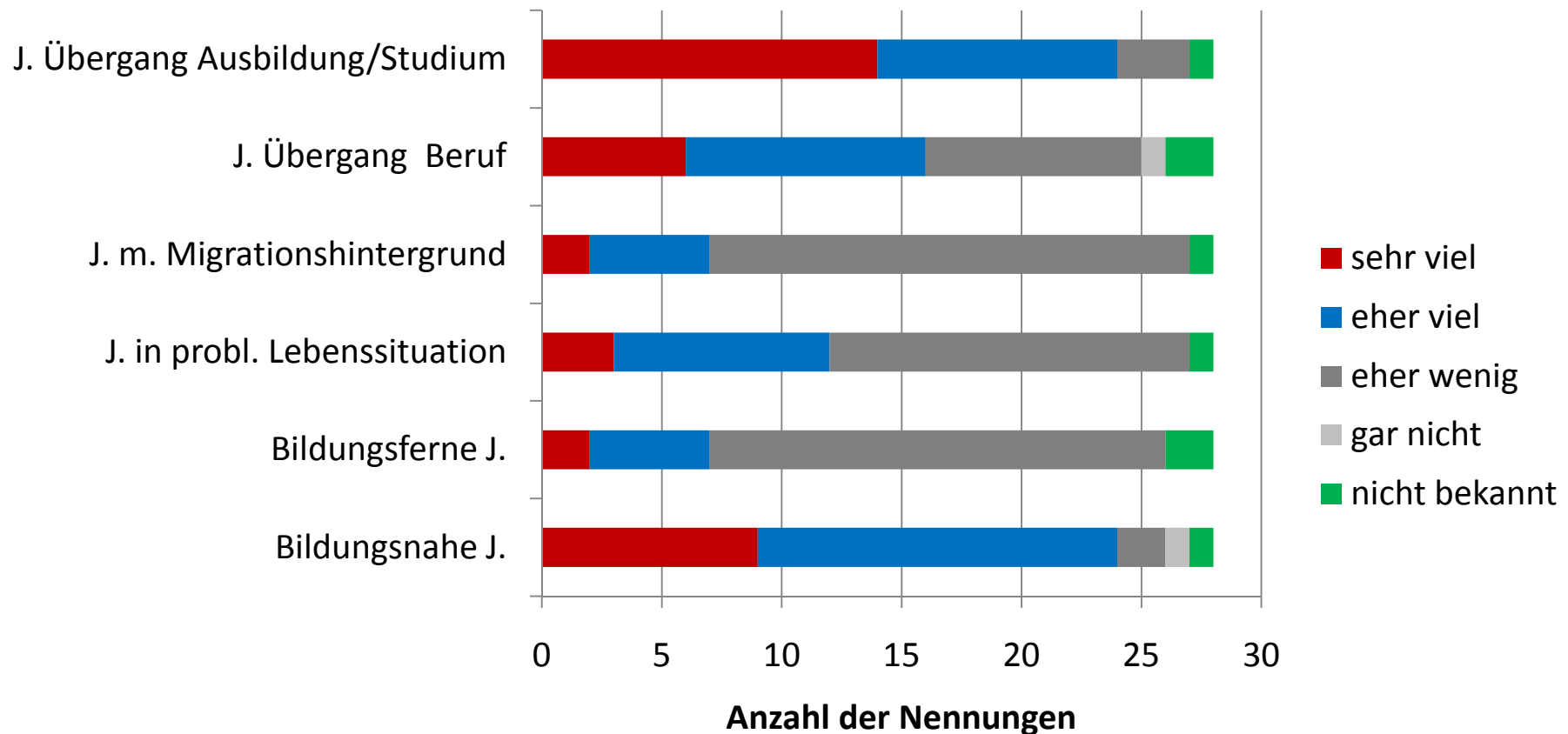
Jugendliche die erreicht werden (nach Alter)



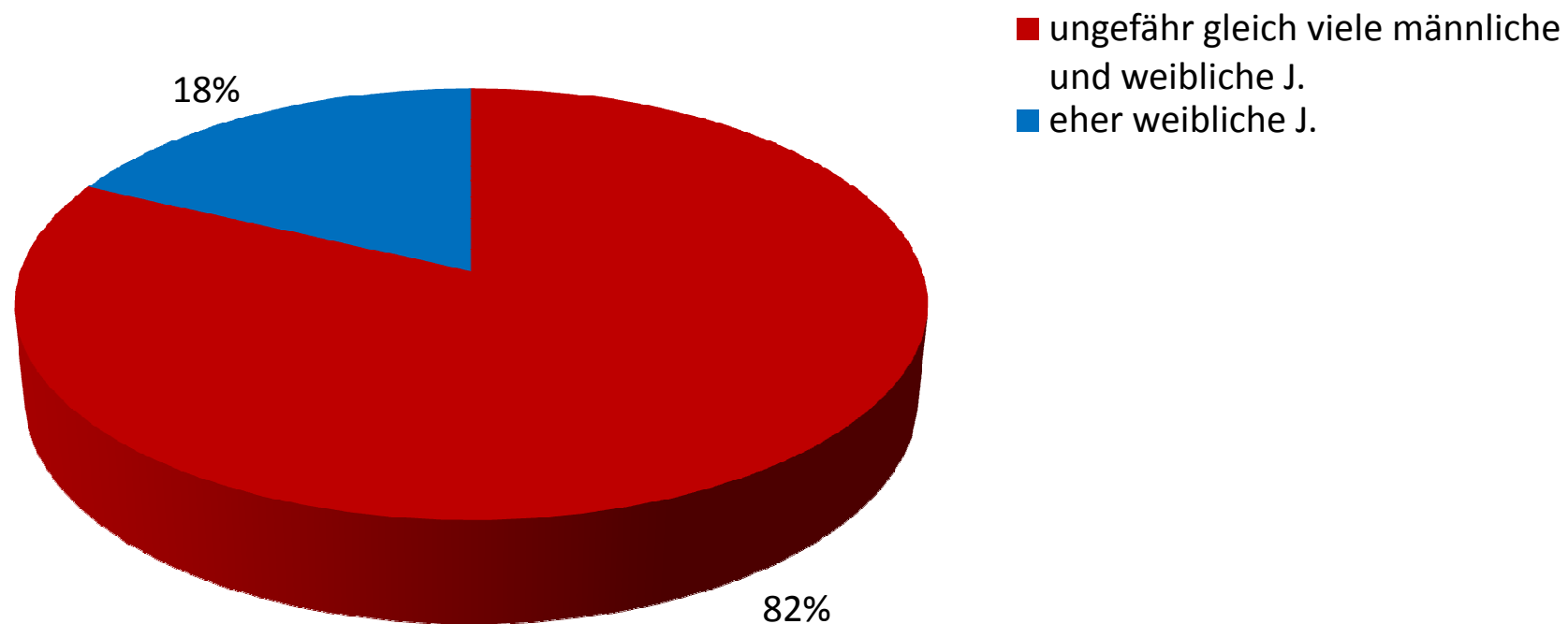
Erreichte Jugendliche nach (Aus-)Bildungsstand



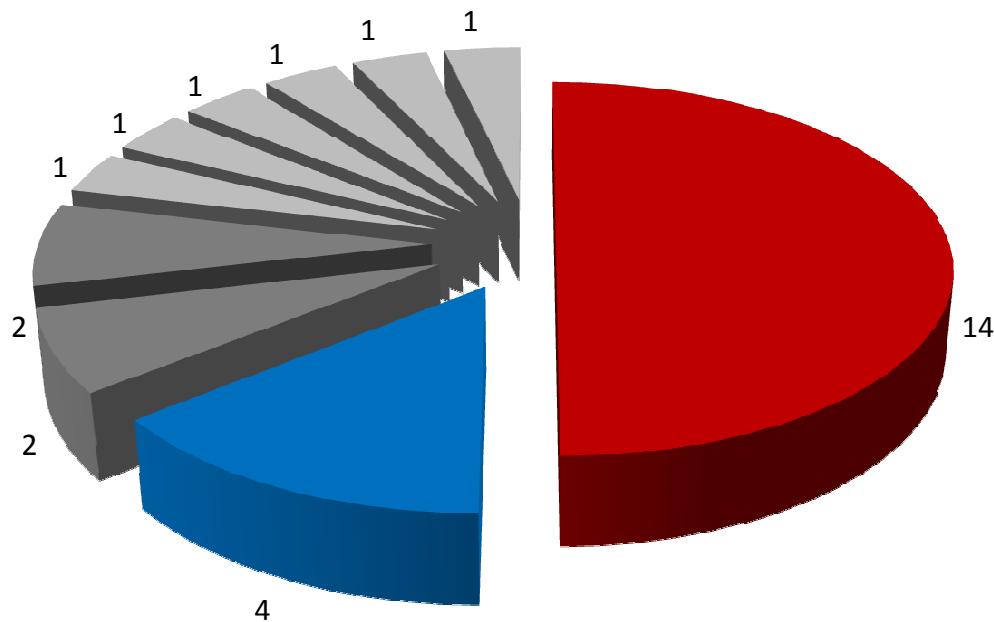
Erreichbarkeit spezieller Zielgruppen



Jugendliche nach Geschlecht



Offene Frage warum Angebot von Zielgruppen nicht genutzt wird



- Bekanntheitsgrad
- falscher Informationsschwerpunkt
- Infos werden selbst recherchiert
- Inhalt und Design
- aktuelle Infos fehlen
- mangelnde Medienkompetenz
- Hauptzielgruppe sind Multiplikatoren
- Informationsfülle
- Öffnungszeiten
- Standort

Besondere Methoden für bildungsferne Jugendliche?

1. unser nonverbales analoges Jugendinformationscenter
2. Angebote auf den Internetportalen, auf denen sie sich bewegen. Geplant: Sie dort aufsuchen, wo sie sich aufhalten (z. B. Ganztagsbetreuung, etc.)
3. Blu3@tt@cK, Bluetoothgestützte Nachrichtenübertragung auf das Handy der jugendlichen Besucher im Jugendtreff, kostenfrei!
4. Über mediale Projekte vor Ort zu speziellen Fragestellungen erste Kontakte wird auf die weiteren Angebote, die in den speziellen Lebenssituation hilfreich sind, hingewiesen.
5. Schulbesuche an Hauptschulen zu bestimmten Themen (z.B. FSJ), Teilnahme an Berufsfindungsmessen an Hauptschulen, Kontakt zu Schulsozialarbeitern/Streetworkern/... (persönlich, durch newsletter), eigene Broschüre mit Beratungsstellen auf dt+russisch (in Kooperation mit Migrantenselbstorg.)
6. Projekte, betreute Redaktionsgruppen
7. Infostände auf Familientagen bzw. Straßenfesten
8. Kurse in Haupt- und Realschulen

Zusammenfassung Zielgruppen

Meiste Nutzung:

- Jugendliche zwischen 18 und 20 Jahre nutzen einen JID am häufigsten
- Jugendliche in Überbrückungssituationen, bildungsnahe und Gymnasiasten nutzen ihn am meisten

Wenigste Nutzung:

- Am wenigsten wird er von 12-14-jährigen sowie von 24-26-jährigen in Anspruch genommen
- Jugendliche in Arbeit, Förder- und Hauptschüler, Studenten, bildungsferne sowie Jugendliche mit Migrationshintergrund und arbeitslose Jugendliche nutzen ihn am seltensten

Resümee

Jugendinformation – offen für alle?!:

- in vielen Städten, Regionen und Bundesländern nicht bzw. kaum vorhanden
- offen in Bezug auf Themen-/Methodenvielfalt: Großteils ja
- offen in Bezug auf unterschiedliche Jugendliche: Großteils ja

Resümee II:

- > JIDe können voneinander profitieren, da sie unterschiedliche Schwerpunkte und Hauptzielgruppen haben

- > Hauptdefizite:
 - Bekanntheitsgrad
 - wenige Verbreitung in Deutschland
 - Gap angesprochene/erreichte Jugendliche

Handlungsvorschläge Nationale Ebene:

- > weiterhin Vernetzung auf der Bundesebene
- > Bereitstellung von Fördermitteln
- > Gesetzliche Verankerung
- > Diskussion über JI und Ausweitung von JIDen fördern

Handlungsvorschläge Jugendinfonetz:

- > Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit für JI
- > Entwicklung einer klaren Definition JI in Deutschland
- > Entwicklung eines Labels JI
- > Fachwissen der einzelnen JI De vernetzen (z.B. Best-Practice Beispiele, Arbeitshilfen)
- > Fortbildungsveranstaltungen für erfahrene JI-Mitarbeiter
- > Organisation von Experten-Gruppendiskussionen

Handlungsvorschläge für einzelne JIDe:

- > Engagement im Jugendinfonetz
- > Austausch von Methoden und Themen untereinander
- > Diskussion der Ergebnisse der Studie in den einzelnen Einrichtungen zur Weiterentwicklung

Danke für Eure Aufmerksamkeit!