

Online-Streetwork – Arbeitsfeld und Methode in der Sozialen Arbeit

Mara Stieler & Stefan Kühne

Zusammenfassung

Der Artikel fasst den derzeitigen Stand der Entwicklungen von Online-Streetwork zusammen. Bestehende Definitionen werden mit Konzepten und Praxisbeispielen in Beziehung gesetzt und erste Forschungsergebnisse aus Praxisprojekten werden vorgestellt. Der Artikel bietet damit eine Standortbestimmung für die weitere fachliche Entwicklung.

Schlüsselwörter

Online-Streetwork; Digital Streetwork; Soziale Arbeit; Interventionen

Abstract

The article summarizes the current status of developments in online streetwork. Existing definitions are set in relation to concepts and practical examples and initial research results from the projects are presented. The article thus provides an assessment of the current situation for further professional development.

Keywords

Online-Streetwork; Digital Streetwork; Social Work; Interventions

Autor:in

- **Mara Stieler**
- Therapeutische Soziale Arbeit M.A.
- zertifizierte Onlineberaterin
- ist als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für E-Beratung der Technischen Hochschule Nürnberg tätig
- **Kontakt:** mara.stieler@th-nuernberg.de

- **Stefan Kühne MSc**
- diplomierter Erwachsenenbilder (wba)
- Lehrbeauftragter für Digitale Soziale Arbeit und Onlineberatung an Hochschulen in Deutschland und Österreich.
- Herausgeber e-beratungsjournal.net
- Obmann des Instituts Forschungsgreisslerei
- **Kontakt:** www.stefankuehne.net
office@stefankuehne.net

1. Einleitung

Digitale Räume dienen bereits seit längerem als Sozialräume für verschiedenste Zielgruppen und dies nicht erst seit der Corona-Pandemie, wobei gerade während der Pandemie Angebote der Sozialen Arbeit in digitalen Räumen noch einmal an Bedeutung gewonnen haben.

Mit der umfassenden Verfügbarkeit digitaler Medien im Lebensalltag, hat sich auch die Soziale Arbeit zunehmend diesen Medien zugewandt und dort etabliert: Bereits seit Mitte der 1990er Jahre gibt es Angebote der Onlineberatung, es folgten Projekte und Angebote digitaler Jugendarbeit (damals noch unter dem Namen „e-Youth Work“). Inzwischen hat sich auch das Arbeitsfeld Streetwork mit den Potenzialen digitaler Räume auseinandergesetzt, da diese eine neue Möglichkeit bieten, spezifische Zielgruppen gezielt zu erreichen. Dieser Artikel bietet eine aktuelle Standortbestimmung mit Definitionen, Methoden, Praxisprojekten und Hinweisen zu ersten Forschungsergebnissen. Im Ausblick werden Themen benannt, die für das Arbeitsfeld und die Methode Online-Streetwork für die Zukunft wichtig erscheinen.

2. Definitionen

Zur Beschreibung des Arbeitsfeldes werden verschiedene Begriffe verwendet. Die gebräuchlichsten sind „Digital Streetwork“ und „Online Streetwork“ (in diesem Artikel wird in weiterer Folge vor allem „Online-Streetwork“ verwendet, außer bei direkten Zitaten aus Quellen).

Eine erste Definition liefern Dinar und Heyken (2017), die betonen, dass Digital Streetwork insbesondere von anerkannten Trägern der freien Jugendhilfe praktiziert wird, die ihre Jugend(sozial)arbeit ins Netz verlagern. Sie heben dabei das Prinzip der Sozialraumorientierung im Rahmen der Jugend(sozial)arbeit hervor und beschreiben in diesem Sinne auch Social Media-Plattformen als „Sozialräume, in die pädagogisch gewirkt wird“ (ebd., S. 13).

An diese Definition knüpft auch Bieß (2023) an, die Digital Streetwork als ein lebensweltorientiertes Konzept beschreibt, dessen Ziel es ist, „mit Kindern und Jugendlichen in digitalen Lebenswelten zu interagieren. Ansätze der mobilen Jugendarbeit, der Einzelfallhilfe und der aufsuchenden Arbeit werden dabei im Internet umgesetzt“ (ebd., S. 5). Das Arbeitsfeld kann dabei einzelfallorientiert „als Prävention, als Beratung und als Intervention genutzt werden“ (ebd.).

Lutz, Erdmann und Degen (2024) differenzieren den Begriff weiter und unterscheiden zwischen einer weiteren und engeren Definition von Digital Streetwork. In einer weiter gefassten Definition bezeichnet Digital Streetwork jede Form des professionellen Aufsuchens auf Onlineplattformen, wenn dies den Kern der Tätigkeit bildet. Im engeren Sinne definieren die Autor:innen Digital Streetwork darüber hinaus als eine Tätigkeit, die „an fachlichen Standards orientierte Kontakt-, Beratungs- und Beziehungsarbeit“ (ebd., S. 9) anbietet. Ergänzend gehören hierzu auch „weitere Arbeitsbereiche mit kleineren Anteilen, wie etwa die Netzwerk- oder Öffentlichkeitsarbeit“ (ebd.).

Die in der Literatur zu findenden Definitionen sind sich insofern ähnlich, als dass sie sich zumeist auf Prinzipien der Sozialraum- oder Lebensweltorientierung berufen und das professionelle Aufsuchen in den Sozialen Medien als zentralen Aspekt der Tätigkeit hervorheben. Unterschiede werden insbesondere in der Differenziertheit der Aufgabenbeschreibung sowie der inhaltlichen Ausrichtung des Kontakts zu den Adressat:innen ersichtlich.

3. Methoden

Methodisch baut Online-Streetwork vielfach auf bewährten Praktiken der analogen Streetwork auf, die an die spezifischen Anforderungen des Online-Settings angepasst werden. Es lassen sich zudem Verbindungen zu Methoden der Onlineberatung ausmachen (z.B. in der schriftlichen Kontaktaufnahme und Online-Beziehungsgestaltung), wobei sich Unterschiede vorrangig im Hinblick auf die Niedrigschwelligkeit des Angebots zeigen. Auch mit den in der Offenen Jugendarbeit in den letzten Jahren entwickelten Konzepten der Digitalen Jugendarbeit zeigen sich viele Überschneidungen (bOJA, 2021).

3.1 Kontaktformen

Im Rahmen der Streetwork erfolgt grundsätzlich eine Differenzierung zwischen drei Kontaktformen: der defensiven, der indirekten sowie der offensiven Form der Kontaktaufnahme (Miltner, 1982). Teilweise wird auch von einer reaktiven, einer vermittelten und einer direkten Strategie gesprochen (Erdmann & Brüggem, 2023). Diese Kontaktformen lassen sich auch auf das Onlinesetting übertragen (Neuburg, Kühne & Reicher, 2020).

Die defensive Form zeichnet sich dadurch aus, dass Streetworker:innen unauffällig und als normale Teilnehmer:innen des (digitalen) Sozialraums agieren. Ziel ist es, das Vertrauen der Zielgruppe zu gewinnen und Bedingungen zu schaffen, um von den jungen Menschen angesprochen zu werden. Im digitalen Raum geschieht dies beispielsweise durch das Posten von thematisch einschlägigen Beiträgen auf Social Media-Plattformen, die auch von der Zielgruppe aufgesucht werden (ebd.).

Die indirekte Kontaktaufnahme involviert den Einsatz einer vermittelnden „dritten Person“, welche die Streetworker:innen bei der Zielgruppe einführt. Dies kann auf Social Media beispielsweise durch das Teilen oder Markieren von Beiträgen geschehen. Diese Form der Kontaktaufnahme wird beispielsweise gewählt, wenn die Streetworker:innen Kontakt mit den Administrator:innen einer Plattform aufnehmen, um sich in ihrer Funktion vorzustellen und Zutritt zu dieser zu erlangen. Durch eine Kooperation mit den Administrator:innen sowie deren Weiterempfehlungen kann die Reichweite sowie Reputation eines Online-Streetwork-Angebots potenziell erhöht werden (Lehmann, Stieler & Zauter, 2023).

Die offensive Form erfordert ein aktives Zugehen auf die Zielgruppe in den sozialen Medien. Streetworker:innen beteiligen sich hier in Chats oder Foren, die für ihre jeweiligen Zielsetzungen relevant erscheinen (ebd.).

Häufig werden diese Formen in der Praxis kombiniert oder lassen sich nicht trennscharf abgrenzen (Stieler & Zauter, 2022). Insbesondere zu Beginn erscheint es naheliegend, eher offensive und indirekte Formen zu wählen, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und die Zielgruppe direkt anzusprechen.

3.2 Content-based, non-content-based Online-Streetwork

Neben der Differenzierung in verschiedene Kontaktformen können auch content-basierte bzw. nicht content-basierte Formen von Online-Streetwork unterschieden werden (Neuburg et al., 2020).

Bei den nicht content-basierten Formen von Online-Streetwork steht die direkte Kontaktaufnahme mit der Zielgruppe im Vordergrund. Diese Form „findet in erster Linie in Gruppen, auf szenerelevanten Seiten, in szenespezifischen Kanälen und Gruppenchats statt“ (ebd., S. 174).

Die Kontaktaufnahme kann dabei in Kommentarspalten unterhalb bestehender Postings (one-to-many und many-to-many) stattfinden oder es wird durch eigene Postings versucht, ein Gespräch in Gang zu bringen. Wenn ein Gespräch in einem öffentlichen Bereich einer Social-Media-Plattform begonnen hat, kann versucht werden, das Gespräch aus dem öffentlichen Bereich hin zu einem nicht-öffentlichen Raum zu verlagern (z.B. mit direct messaging, eigener Beratungsseite, eigenem Discord-Server), um die Vertraulichkeit zu erhöhen und um dem Datenschutz Rechnung zu tragen. Zudem kann es für Zielgruppen unangenehm sein, wenn es für die Peer-Gruppe ersichtlich ist, dass Kontakt zu Online-Streetworker:innen in einem öffentlichen Raum stattfindet.

Content-basierte Ansätze haben das Ziel, durch content (z.B. Webvideos, Fotos, Storys, Postings etc.) eine Zielgruppenansprache zu erreichen. Dabei ist es wichtig, dass der produzierte content einerseits attraktiv für die zu erreichende Zielgruppe ist und andererseits so aufbereitet ist, dass er die Algorithmen der jeweiligen Plattformen bedient. Es macht einen Unterschied, ob der content über die Plattformen YouTube, Instagram, Snapchat oder TikTok ausgespielt werden soll. Dies bedeutet auch, dass Fachkräfte über diese Mechanismen der Plattformen Bescheid wissen müssen und zusätzliches Know-How im Bereich der Medienproduktion benötigen (siehe Kap. 3.3).

In beiden Formen kann es wichtig sein, die unbekannte und unsichtbare Zahl an mitlesenden bzw. mitschauenden User:innen mitzudenken (Stichwort: Lurker). Eine öffentliche Diskussion zwischen Online-Streetworker:innen und der Zielgruppe wird von einer größeren Anzahl an User:innen gesehen und auch wenn sich diese stillen User:innen nicht an der Diskussion beteiligen, können sie doch als Zielgruppe von Online-Streetwork beschrieben werden.

Die Unterscheidung in content-basiert und nicht content-basiert ist in der Praxis jedoch nicht immer genau zu treffen, da auch das Kommentieren eines Postings in einem öffentlichen digitalen Raum im engeren Sinne „content“ ist. So erscheint eine genauere Definition dahingehend sinnvoll, bei den content-basierten Formen stärker darauf hinzuweisen, dass es sich in der Praxis konkret um audio-visuellen und damit produzierten Content (also Videos, Memes, Bilder etc.) handelt.

3.3 Plattformen und Algorithmen

Die Ansprache der Zielgruppe erfolgt stark plattformabhängig. Fachkräfte müssen sich daher mit den Besonderheiten der jeweiligen Plattformen vertraut machen und zudem die hohe Dynamik im Netz berücksichtigen: „Denn was gestern Facebook war und heute TikTok und Snapchat sind, können morgen Plattformen sein, deren Bedeutung für die Lebenswelten von Jugendlichen erst erkennbar ist, wenn die Etablierung in selbigen Lebenswelten bereits in vollem Gange ist“ (Weber & Roeske, 2020, S. 5). Erdmann und Brüggem (2023) zufolge eignen sich die Plattformen dabei jeweils für spezifische Zwecke. Sie unterscheiden unter anderem zwischen Plattformen, die für themenzentriertes Aufsuchen von Gruppen geeignet sind, und solchen, die den gezielten Kontakt mit lokalen Einzelpersonen ermöglichen sowie Plattformen, die sich für die Öffentlichkeitsarbeit über verschiedene Zielgruppen hinweg eignen.

Diese unterschiedlichen Zwecke stehen auch in Zusammenhang mit den unterschiedlichen Gestaltungs- und Aneignungsprozessen des digitalen Raums durch dessen Nutzer:innen: Witzel (2021) zufolge sind auch digitale Räume soziale Räume, die durch Kommunikationsakte konstituiert werden und durch Sozialarbeiter:innen mitgestaltet werden können. Für Sozialarbeitende stellt sich dabei die Herausforderung, diesen Raum so zu gestalten und kontinuierlich anzupassen, dass er schrittweise Aneignungsprozesse ermöglicht, ohne die Adressat:innen zu überfordern (ebd.).

Auf das Feld der Online-Streetwork übertragen ist es daher von besonderer Relevanz, dass Online-Streetworker:innen einen „Gaststatus“ in bereits bestehenden Gruppen auf Social Media einnehmen. In einem von Nutzer:innen eigens konstituierten Raum einer Discord-Gruppe können Streetworker:innen zwar gestaltend agieren, wobei die explizit und implizit festgelegten Regeln und Kommunikationsformen der jungen Menschen jeweils zu berücksichtigen sind, um Grenzüberschreitungen zu vermeiden.

Nicht zuletzt stellt die Algorithmisierung in den Sozialen Medien einen Einflussfaktor dar, der die Sichtbarkeit eines Angebots begrenzen oder erhöhen kann. Die Auswahl der Inhalte, welche Nutzer:innen auf den jeweiligen Plattformen angezeigt werden, wird in hohem Maße durch Algorithmen gesteuert, was insbesondere Auswirkungen auf die content-basierte Online-Streetwork hat. Obgleich kostenintensive Werbe- und Marketingstrategien die Sichtbarkeit eines Accounts potenziell verbessern können, erweisen sich diese angesichts begrenzter Mittel häufig als keine sinnvolle Alternative. Streetworker:innen können diesem Phänomen beispielsweise durch den gezielten Einsatz kontextspezifischer Hashtags entgegenwirken (Lehmann et al., 2023).

4. Praxisbeispiele

Die hier aufgeführten Praxisbeispiele sind eine Auswahl und stellen daher keine Gesamtübersicht der Projekte im deutschsprachigen Raum dar. Es fällt auf, dass viele Projekte im Bereich Online-Streetwork über einen Projektstatus nicht hinauskommen, d.h. dass eine Verstetigung der Projekte nach einer Pilotphase nicht immer gelingt. Ausnahme ist hier z.B. das Projekt des Bayerischen Jugendrings.

4.1 Historische Einordnung

Online-Streetwork hat sich in den vergangenen Jahren im Kontext technologischer (Neu-)Entwicklungen, der Ausdifferenzierung medialer Nutzungsgewohnheiten junger Menschen sowie des Bedeutungszuwachses von Social-Media-Plattformen stetig weiterentwickelt und ausdifferenziert.

„Early Adopters“ der Online-Streetwork lassen sich bereits um das Jahr 2010 beobachten, beispielsweise auf Plattformen wie SchülerVZ (Neurohr, 2011). Bereits vor diesen Entwicklungen lassen sich im Bereich der Offenen Jugendarbeit sowie im Bereich der Jugendinformationsarbeit Bestrebungen nachverfolgen, die Themen „Digitale Jugendarbeit“ und „Online-Jugendinformation“ konzeptionell und durch Qualitätskriterien zu fassen, wie die Fachdiskussion auf nationaler und europäischer Ebene gezeigt hat. Zwischen diesen Qualitätskriterien der Digitalen Jugendarbeit, ~~und~~ der Online-Jugendinformationsarbeit und der Entwicklung von Konzepten zu Online-Streetwork gibt es teilweise inhaltlich große Schnittmengen.

Der Begriff „Digital Streetwork“ wurde erstmals im Jahr 2017 von der Amadeu Antonio Stiftung eingeführt. Im Rahmen des pädagogischen Projekts *debate//* wurde das Ziel verfolgt, Hass, Extremismus und Desinformation in digitalen Räumen zu bekämpfen. Die Identifikation von Jugendlichen mit rechtsaffinem Verhalten auf Facebook sowie die direkte Ansprache mittels privater Nachrichten in einer „one-to-one“-Interaktion stellen dabei wesentliche Elemente des Vorgehens dar. Zudem waren die Streetworker:innen auf öffentlichen Seiten aktiv und begegneten abwertenden Kommentaren mit Gegenargumentationen in einer „one-to-many“-Interaktion. Im Rahmen des Projekts wurden bereits diverse methodische Herangehensweisen für die digital aufsuchende Arbeit entwickelt und evaluiert, beispielsweise für die Erstansprache von User:innen. Dabei orientierten sich die Projektmitarbeiter:innen u.a. an Standards der Onlineberatung (Dinar & Heyken, 2017)

In den vergangenen Jahren konnte eine Zunahme an Projekten verzeichnet werden, die den Fachdiskurs zu Qualitätsstandards vorangebracht haben und teilweise in der Veröffentlichung von Leitfäden und Arbeitshilfen mündeten (Ballaschk & Schmidt, 2022; Stieler, 2022; Lutz, Degen & Erdmann, 2024). Auch die Corona-Pandemie kann als Innovationstreiberin bezeichnet werden. In der Konsequenz wurde digitale Kommunikation vermehrt eingesetzt, um die jeweilige Zielgruppe in den unterschiedlichen Feldern Sozialer Arbeit zu erreichen (Buschle & Meyer, 2020).

4.2 Jamal al-Khatib - <https://www.turnprevention.com/jamal>

Der Verein „turn - Verein für Gewalt- und Extremismusprävention“ wurde 2017 in Wien gegründet, um das Online-Streetwork-Projekt „Jamal al-Khatib - Mein Weg!“ durchzuführen. Hierzu wurden mit jugendlichen Aussteigern aus der jihadistischen Szene alternative Narrative zu neo-salafistischen und/oder jihadistischen Narrativen in Form von kurzen Videos erarbeitet.

Diese Videos wurden professionell produziert und in Form einer Online-Kampagne auf verschiedenen Social Media-Sites ausgespielt, um die Zielgruppen mit diesem content-basierten Ansatz mit der Methode Online-Streetwork zu erreichen (Reicher & Lippe, 2019).

Die eigenen Kanäle auf den Social Media-Seiten dienen dabei als Kommunikationstreffpunkt, „die aufsuchende Arbeit erfolgt[e] über Beiträge, die durch ein gezieltes Targeting, mit bezahlter Werbung und/oder einer Strategie für organische Reichweite in die Echoräume und Online-Blasen, die online Lebenswelten und digitalen Räume der Zielgruppen hineingetragen“ wurden (Neuburg et al., 2020, S. 175).

Reicher & Lippe (2019) haben gezeigt, dass es durch diese Methode möglich war, in verschiedene Echokammern zu Zielgruppen vorzudringen, die von bestehenden Angeboten der Sozialen Arbeit nicht oder nur schwer erreicht werden.

Die verschiedenen Staffeln des Projekts sind online auf YouTube verfügbar, ergänzend gibt es pädagogische Begleitmaterialien, mit deren Hilfe die Videos in der eigenen Arbeit eingesetzt werden können [1].

4.3 streetwork@online - <https://streetwork.online>

Bei diesem Projekt in Trägerschaft des Vereins „AVP – Akzeptanz, Vertrauen, Perspektive“ handelt es sich um ein deutschlandweites Angebot zur Prävention des religiös begründeten Extremismus in Online-Netzwerken und Messenger-Diensten.

Die Online-Streetworker:innen sind dafür auf verschiedenen Plattformen wie z.B. Instagram, TikTok, Telegram, Facebook und Discord aktiv, um den Dialog mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu fördern, die mit extremistischen Inhalten konfrontiert sind.

streetwork@online arbeitet sowohl nach dem non-content-basierten als auch dem content-basierten Ansatz und versteht sich als aufsuchende digitale Sozialarbeit im sekundär- und tertiärpräventiven Bereich.

4.4 Streetwork im Netz - <https://www.condrobs.de/hilfe/digitale-streetwork/>

Die Jugend-Streetwork-Einrichtung ConAction des Trägers Condrobs richtet sich seit dem Jahr 2018 mit dem Projekt „Streetwork im Netz“ an Jugendliche und junge Erwachsene bis 27 Jahre. Die Streetworker:innen suchen aktiv unterschiedliche Chaträume und Foren auf und besprechen mit den jungen

Menschen unter anderem Themen wie Sucht und Konsum, Wohnen, Schule und Ausbildung, Finanzen, Familie, Gewalt, Sexualität und Krankheit. Im Rahmen des Projektes wurde darüber hinaus die Möglichkeit einer Online-Beratung im gesicherten Chat-Bereich implementiert, auf die bei Bedarf übergeleitet werden kann. Im Zeitraum von 2021 bis 2023 wurde Streetwork im Netz in Form einer Begleitforschung durch die Technische Hochschule Nürnberg evaluiert, die durch das Bundesministerium für Gesundheit gefördert wurde (siehe Kapitel 5.1).

Seit Oktober 2023 erfolgt die digital aufsuchende Arbeit von ConAction in Form des Kooperationsprojekts „Digital Streetwork im Bereich Sucht“ gemeinsam mit dem ANAD Versorgungszentrum Essstörungen des AWO Bezirksverbands Oberbayern e.V., der Drogenhilfe Schwaben gGmbH, mudra e.V., mindzone und der Landesstelle für Glücksspielsucht. Das Projekt adressiert sowohl präventiv junge Menschen, die noch keine explizite Suchtproblematik aufweisen, als auch Personen mit bereits riskantem oder problematischem Konsumverhalten.

4.5 Digital Streetwork Bayern - <https://www.digital-streetwork-bayern.de>

„Digital Streetwork Bayern“ wird als Projekt durch den Bayerischen Jugendring seit dem Jahr 2021 umgesetzt. Stand 2024 arbeiten bis zu 14 Online-Streetworker:innen aktiv mit, wobei jeweils pro Bezirk in Bayern zwei Stellen vorgesehen sind.

Den Kern der Tätigkeit bildet die tägliche Kontakt-, Beratungs- und Beziehungsarbeit auf verschiedenen Online-Plattformen, ergänzt durch Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit.

Das Projekt „Digital Streetwork Bayern“ wurde durch das JFF begleitend beforscht und die Ergebnisse sind online verfügbar, ebenso wie erste Qualitätsstandards (vgl. Kap. 5.1 und das Padlet „Online-Streetwork“, Anmerkung 2).

4.6 Onjuvi - <https://www.onjuvi.at>

Das Projekt „Onjuvi – Jugendsozialarbeit online“ ist im Januar 2024 in Trägerschaft des Vereins „I.S.I. – Initiativen für soziale Integration“ in Oberösterreich gestartet. Es hat sich zum Ziel gesetzt, Streetwork-Angebote ins Internet zu übersetzen.

Das Projekt verknüpft analoge und digitale Tätigkeiten von Streetwork und bietet damit konzeptionell die Entwicklung eines Blended-Streetwork-Ansatzes, der beide Angebotsformen miteinander verschränkt und nicht mehr als getrennte Tätigkeiten wahrnimmt.

Im Rahmen des Projekts werden u.a. die Plattformen TikTok, Instagram und Discord bespielt.

5. Forschung

Der Forschungsstand zu Online-Streetwork stützt sich derzeit vor allem auf Begleitstudien zu einzelnen Projekten. Zentrale Ergebnisse einzelner Projekte werden im Folgenden exemplarisch dargestellt, ein Gesamtüberblick kann auf dieser Basis nicht gegeben werden. Zunächst lässt sich feststellen, dass sich Forschungsprojekte zu Online-Streetwork bislang auf den deutschsprachigen Raum beschränken. Der überwiegende Teil lässt sich der qualitativen Forschung zuordnen, was vermutlich auch auf die Explorationsbedürftigkeit des Feldes zurückzuführen ist. Diese Tendenz lässt sich auch in anderen Forschungsprojekten zur Digitalisierung in der Sozialen Arbeit beobachten (Kutscher, 2024).

Im Bereich der Medienpädagogik sei auf die umfassende Arbeit von Fabian Wiedel (2022) verwiesen, der Digital Streetwork im Rahmen einer aufsuchenden, psychosozialen Medienpädagogik bei exzessiver Internetnutzung am Beispiel Gaming beschreibt.

5.1 Begleitforschung Digital Streetwork Bayern

Im Zeitraum von 2021 bis 2023 wurde die Digital Streetwork des Bayerischen Jugendrings durch das JFF wissenschaftlich begleitet. Die Evaluierung erfolgte auf Basis einer Kombination verschiedener Methoden, darunter Dokumentenanalysen, qualitative Interviews mit Fachkräften und Klient:innen, Beobachtungen der Streetwork-Einsätze sowie Online-Befragungen der Klient:innen. Die erste Publikation der Begleitforschung konzentriert sich auf die gegenwärtige digitale Praxis, wobei unter anderem die Kontakt- und Beratungsarbeit, genutzte Plattformen und Games sowie Herausforderungen im Kontext der Digital Streetwork thematisiert werden- (Erdmann & Brüggem, 2023). Die zweite Publikation fokussiert die Perspektive der Klient:innen (Erdmann et al., 2024).

Die Gespräche mit den Fachkräften wurden von den Klient:innen überwiegend als sehr positiv, niedrighschwellig und zugänglich wahrgenommen. Einzelne Kritikpunkte beziehen sich vorrangig auf die eingeschränkte Erreichbarkeit, was darauf hinweist, dass ein Bedarf an personeller Erweiterung des Angebots besteht (ebd.). Im Verlauf des Projekts wurde ersichtlich, dass sich die Formen der Kontaktaufnahme gewandelt haben. Der Kontakt wird mit steigender Reichweite des Projekts nun auch gezielt von Klient:innen gesucht, wobei viele Verweise innerhalb der Online-Communities erfolgen (Erdmann & Brüggem, 2023).

Als Herausforderung für Fachkräfte wird zum einen die permanente Verfügbarkeit beschrieben, die durch die Nutzung Sozialer Medien teils suggeriert wird. Zudem wird das Spannungsverhältnis zwischen privaten und beruflichen Online-Welten sowie zwischen der Lebensweltorientierung und institutionellen sowie gesetzlichen Vorgaben thematisiert (ebd.).

Die Begleitforschung empfiehlt, User:innen die Informationen über alternative Plattformen und Datenschutz noch gezielter zu vermitteln sowie die Präsenz und Öffentlichkeitsarbeit auf Onlineplattformen weiter zu verstärken. Zudem wird von den Autor:innen ein Desiderat hinsichtlich weiterer Forschung zu den Zielgruppen digitaler Streetwork identifiziert.

5.2 Begleitforschung zu Streetwork im Netz

Die Begleitforschung zu Streetwork im Netz kombinierte qualitative und quantitative Methoden in einem triangulativen Forschungsdesign. Im Rahmen der Untersuchung wurden verschiedene Erhebungsinstrumente eingesetzt, darunter Interviews mit Fachkräften und Ratsuchenden, Beobachtungen von Streetwork-Einsätzen, Foren- und Chatanalysen sowie eine ikonografische Zufriedenheitsbefragung nach Chats (Lehmann et al., 2023).

Die angestrebte Zielgruppe des Projekts konnte erfolgreich erreicht werden. Die befragten Ratsuchenden betonten in den Interviews insbesondere die als hilfreich erachteten Informationen, die empathische Kommunikation sowie die akzeptierende Haltung der Fachkräfte. Die Analyse der Chatnachrichten sowie die Befragung der Fachkräfte ergaben, dass dabei zumeist Techniken des Motivational Interviewings (MI) zum Einsatz kommen. Die Chatkommunikation hatte einen Einfluss auf die Motivation der Ratsuchenden, Verhaltensänderungen wie sicheren Substanzkonsum (Safer Use) und Konsumreduktion in Betracht zu ziehen. Zudem führten die Interaktionen bei den befragten Ratsuchenden zu einer psychischen Entlastung.

Im Zuge der Beobachtungen der Streetwork-Einsätze fand eine erste Systematisierung der Praktiken im digitalen Arbeitsalltag statt. Die Auswahl digitaler Einsatzorte erfolgte auf der Grundlage einer zielgerichteten Entscheidungsfindung, bei der unterschiedliche Kriterien herangezogen wurden. Dazu gehörten unter anderem die Aktivität der Zielgruppe, die thematische Ausrichtung der Plattformen sowie deren Zugänglichkeit. Zudem erfolgte eine fortlaufende Evaluierung der Plattformen hinsichtlich ihrer Relevanz für die Zielgruppe, was häufig zu Anpassungen bezüglich der aufgesuchten digitalen Orte führte. Ferner zeigte sich, dass die Durchführung von Online-Streetwork mit einem erheblichen Ressourcenaufwand verbunden ist. Die Fachkräfte stehen einer Vielzahl kleinteiliger Aufgaben gegenüber und müssen ihre Fähigkeiten stetig weiterentwickeln, was häufig nach dem Prinzip des „Learning by Doing“ erfolgt. Aus den Erkenntnissen des Projekts wurde ein Kompetenzraster für Online-Streetwork entwickelt, das sich in vier Bereiche gliedern lässt. Erstens bedarf es methodischer Kenntnisse im Bereich digital aufsuchender Beratung und Information. Hierzu zählt insbesondere die Fähigkeit, Einzel- und Gruppengespräche zielgruppengerecht zu gestalten sowie die Kommunikation flexibel an synchrone und asynchrone Formate anzupassen. Eine weitere wesentliche Kompetenz stellt die professionelle Selbstdarstellung im digitalen Raum dar. Dies umfasst sowohl den versierten Umgang mit technischer Infrastruktur als auch die Pflege eines professionellen Profils und die Erstellung zielgruppengerechter Inhalte. Drittens erfordert die digitale Feldkompetenz Kenntnisse der digitalen Sozialraumanalyse, den adäquaten Umgang mit herausfordernden Situationen sowie die Reflexion der persönlichen Mediennutzung. Zudem sind Kenntnisse und Reflexion grundlegender Rahmenbedingungen notwendig, beispielsweise im Hinblick auf datenschutzrechtliche und datennutzungsbezogene Fragestellungen.

5.3 Evaluation der digitalen Sozialarbeit im Rahmen der stjg-Einrichtung Zukunftswelten

Die Digital Streetwork der stjg-Einrichtung Zukunftswelten wurde im Jahr 2023 einer begleitenden Evaluierung unterzogen, welche auf Basis eines methodischen Mixes aus Experteninterviews, Chatanalysen, Beobachtungen sowie Dokumentenanalysen erfolgte (Dinar & Wiedel, 2024).

Die Interviewergebnisse legen dar, dass eine direkte, aufsuchende Kontaktaufnahme mit den Zielgruppen zu Beginn einer Projektstätigkeit als unerlässlich erachtet wird. Ebenso wird eine gute Zusammenarbeit mit den Plattformen als wesentlich beschrieben, um die Möglichkeit der Verifizierung zu erhalten. Für die Ausübung der Tätigkeit werden digital-soziale Kompetenz und Flexibilität als grundlegende Voraussetzungen identifiziert (ebd.).

Die Chatanalyse ergab unter anderem, dass es in 32% der Gesprächsangebote auf der Plattform Jodel zu 1:1-Interaktionen kam. Die Antworten der Streetworker:innen zeichneten sich durch eine gut verständliche Umgangssprache und die häufige Nutzung von Emojis aus. In der bivariaten Analyse wurde deutlich, dass der explizite Beziehungsaufbau durch die Fachkräfte signifikant die Selbstoffenbarung der Nutzenden während des Gesprächs fördert. Zudem konnten als Erfolgsindikatoren die Informationsvermittlung durch die Streetworker:innen sowie die emotionale Aufarbeitung des Anliegens der Klient:innen festgestellt werden.

Die Autoren resümieren, dass der Einsatz digitaler Streetwork völlig neue Zielgruppen erschließen kann, da „der niedrighschwellige und (teil)anonyme Zugang für viele auch die einzige Möglichkeit darstellt, sich zu öffnen und sich auf ein Gespräch einzulassen“ (ebd., S. 45).

5.4 Forschungsdesiderate

In den bisherigen Forschungsprojekten stehen Fragen der Zielgruppenerreichung sowie subjektive Bewertungs- und Deutungsprozesse der Adressat:innen und Fachkräfte im Fokus. Die Ergebnisse weisen auf eine positive Resonanz der Zielgruppe hin, wobei komplexer angelegte Outcome-Forschung noch aussteht. Von Dinar & Weidel (2024) wird zudem die wissenschaftlich begleitete Testung unterschiedlicher „Formen der Zielgruppenansprache, des Beziehungsaufbaus, der Arbeitszeiten und der Erfolgskontrolle“ (ebd., S. 47) empfohlen. Die Erfassung aussagekräftiger und unverzerrter Ergebnisse hinsichtlich der Zielgruppenperspektive erweist sich in anonymen, virtuellen Settings jedoch teils als methodische Herausforderung (Kanitz, Imhof & Konradi, 2021; Lehmann et al., 2023).

Ein vermehrt praxeologischer methodologischer Zugang in Forschungsprojekten, beispielsweise im Zuge ethnographischer Studien, könnte weitere Erkenntnisse zu Praktiken und Routinen generieren, die eine Systematisierung und Institutionalisierung des Feldes befördern und längerfristig auch die Theoriebildung voranbringen. Aus den bisherigen Forschungsprojekten lassen sich bereits interessante Erkenntnisse zu den Bereichen Schreibstil, Ansprachen der Zielgruppe

und der weiteren methodischen Gestaltung niedrigschwelliger Beratungs- und Informationsgespräche ableiten. Die Bündelung dieser Erkenntnisse sowie die Überführung in methodische Modelle und Prozesse könnten einen wesentlichen Beitrag zum Wissenstransfer darstellen.

6. Strukturelle Herausforderungen

6.1 Projektstatus / Laufzeiten

Eine zentrale Herausforderung vieler der beschriebenen Projekte ist die fehlende Regelfinanzierung. Um Angebote langfristig aufrechtzuerhalten, ist die Entwicklung und Umsetzung tragfähiger Finanzierungskonzepte erforderlich. Hier können unter anderem positive Wirknachweise eine wertvolle Legitimationsgrundlage darstellen.

Im Rahmen einer langfristigen Etablierung des Arbeitsfeldes erscheint auch eine übergeordnete Koordinierungsstelle zur Vernetzung verschiedener Akteur:innen und zur Vermeidung von Doppelstrukturen als sinnvoll (Bieß, 2023; Lehmann et al., 2023). Darüber hinaus empfiehlt Bieß (2023) die Einführung von Zertifizierungssystemen, welche an Verhaltenskodizes und Qualitätsstandards gebunden sind.

6.2 Datenschutz / Abwägung

Die Nutzung kommerzieller Plattformen in der digital aufsuchenden Arbeit birgt diverse Risiken, insbesondere im Hinblick auf Datensicherheit und den Schutz persönlicher Informationen. Dennoch bilden diese Plattformen einen integralen Bestandteil der Lebenswelt junger Menschen und stellen digitale Orte der alltäglichen Kommunikation und Sozialisation dar. Trotz der Bemühungen von Fachkräften, nach der Kontaktaufnahme über die datenschutzrechtlichen Defizite dieser Plattformen aufzuklären und sichere Alternativen vorzuschlagen, zeigt sich in der Praxis, dass dieses Angebot von den meisten Klient:innen nicht angenommen wird und teilweise als störend empfunden wird (Erdmann & Brüggem, 2023; Erdmann et al, 2024). Fachkräfte sehen sich folglich einem komplexen Spannungsfeld gegenüber, welches durch die „Herstellung der Vereinbarkeit zwischen fachlichen Standards, rechtlichen Grundlagen und den auf Algorithmen basierenden Programmen und Angeboten kommerzieller Anbieter“ (Bollig, 2019, S. 52) geprägt ist.

7. Fazit

Online-Streetwork entwickelt sich von einem „learning-by-doing“ hin zu einem zunehmend fachlich reflektierten und beforschten Arbeitsfeld, für das bereits erste Qualitätsstandards und Forschungsergebnisse vorliegen.

Es ist dabei zugleich Arbeitsfeld und Methode, abhängig davon, mit welchem Auftrag und mit welchem Konzept die Umsetzung erfolgt. In der Praxis können Projekte der Sozialen Arbeit beobachtet werden, die sich als eigenständige Angebote der Sozialen Arbeit verstehen und es gibt Projekte, die Online-Streetwork als Methode innerhalb ihres Arbeitsfeldes einsetzen, wie dies z.B. in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit zu beobachten ist.

Es ist zu erwarten, dass sich Online-Streetwork auch in den kommenden Jahren mit Projekten und Forschungsvorhaben weiter entwickeln wird. In den Jahren 2023/2024 wurde z.B. im Rahmen des EU-Projekts „MOJA+“ auch der Bereich „Online-Streetwork“ als Möglichkeit der aufsuchenden Arbeit in digitalen Räumen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit untersucht [2].

Neuburg et al. (2020) haben auf spezifische Herausforderungen hingewiesen, die für die weitere Entwicklung von Online-Streetwork wichtig sein werden, darunter der Auftrag an Soziale Arbeit, sich auch für die digitalen Lebenswelten der Klient:innen zu interessieren und dort Angebote zu setzen. Träger sind daher aufgefordert, konzeptionell digitale Angebote zu verankern und Ausbildungscurricula dahingehend zu erweitern, dass Studierende Methoden der Sozialen Arbeit in digitalen Räumen kennenlernen und anwenden können.

Anmerkungen

[1] Die Begleitforschung und die pädagogischen Begleitmaterialien zum Projekt „Jamal al-Khatib“ finden sich z.B. auf den Seiten der Bundeszentrale für politische Bildung unter <https://www.bpb.de/lernen/bewegtbild-und-politische-bildung/webvideo/jamal/>

[2] Im Rahmen des Erasmus+-Projektes „MOJA+ - Offene Jugendarbeit in den Räumen junger Menschen“ fand im Mai 2024 eine Tagung zum Thema „Online-Streetwork“ in Wien statt. Bei dieser Tagung wurden die Rechercheergebnisse zu Theorie und Praxis von Online-Streetwork der Fachöffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

Padlet „Online-Streetwork“: <http://streetwork.digital>

Literatur

Ballaschk, L. & Schmidt, M. (2022). TikTok – Was ist das eigentlich? Arbeitshilfe für Fachkräfte der (aufsuchenden) Jugendsozialarbeit. Berlin: Minor Projektkontor für Bildung und Forschung.
<https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2022/12/Arbeitshilfe-TikTok-Grundlagen.pdf>

bOJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit (2021). Leitfaden Digitale Jugendarbeit.
https://boja.at/sites/default/files/wissen/2021-02/bOJA-Leitfaden_Digitale_Jugendarbeit_final.pdf

Bollig, C. (2019). Digital.Total?! Handreichung. Zum Umgang mit Social Media in der Mobilen Jugendarbeit. Hrsg.: Landesarbeitsgemeinschaft Mobile Jugendarbeit/Streetwork Baden-Württemberg e. V.

Bieß, C. (2023). Befähigung durch Digital Streetwork. Stärkung von Kinder(rechte)n auf Social Media. Tübingen: IZEW, Materialien zur Ethik in den Wissenschaften, Band 22.

Dinar, C. & Heyken, C. (2017). Digital Streetwork: pädagogische Interventionen im Web 2.0. Amadeu Antonio Stiftung.

- Dinar, C. & Wiedel, F. (2024). Evaluation der digitalen Sozialarbeit im Rahmen der stjg-Einrichtung Zukunftswelten. Stuttgarter Jugendhaus gGmbH (Hrsg.).
- Erdmann, J. & Brüggem, N. (2023). Digital Streetwork. Bericht der wissenschaftlichen Begleitung des Modellprojektes in Bayern im Jahr 2022. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.
- Erdmann, J. Degen, K. & Brüggem, N. (2024). Bericht der wissenschaftlichen Begleitung des Projekts Digital Streetwork für das Jahr 2023. München/Berlin: JFF – Institut für Medienpädagogik.
- Hagemaiyer, A.; Stuiber, A. (2020): Online-Streetwork. Ein erweiterter Ansatz der aufsuchenden Jugendarbeit & Radikalisierungsprävention. Berlin: streetwork@online.
- Kanitz, J., Imhof, W. & Konradi, M. (2021). Evaluation streetwork@online – Abschlussbericht. Berlin: Camino.
- Ketter, V. (2015). Jugendarbeit im Kontext von Web 2.0 - eine medienpädagogische Praxisforschungsstudie. Dissertation zur Erlangung des Grades einer Doktorin der Philosophie (Dr. phil.) der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg.
- Kutscher, N. (2024). Digitalität und Digitalisierung als Gegenstand der Sozialen Arbeit. In T. Kurtz, D. M. Meister, & U. Sander (Hrsg.), Digitale Medien und die Produktion von Wissenschaft: Wissenschaftliches Forschen, Schreiben und Publizieren in den Geistes- und Sozialwissenschaften unter den Bedingungen des digitalen Wandels (S. 121–144). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-42542-5_8
- Lehmann, R., Stieler, M. & Zauter, S. (2023). Begleitforschung zu Streetwork im Netz – Modellprojekt zur Qualitätssicherung und möglichem Transfer der webbasierten aufsuchenden Sozialarbeit (BeSiN). Abschlussbericht an das Bundesministerium für Gesundheit.
- Lutz, J., Erdmann, Julian & Degen, K. (2024). Qualitätsstandards für Digital Streetwork. Empfehlungen des Bayerischen Jugendrings für Träger von Jugendhilfe zur Umsetzung von Digital Streetwork nach § 85 Abs. 2 Nr. 1 SGB VIII. München: Bayerischer Jugendring.
<https://www.bjr.de/bestellservice/qualitaetsstandards-fuer-digital-streetwork-nur-download>
- Miltner, W. (1982): Street Work im Arbeiterviertel. Eine Praxisstudie zur Jugendberatung. Luchterhand Verlag: Neuwied und Darmstadt.

- Neuburg, F., Kühne, S. & Reicher, F. (2020). Soziale Netzwerke und Virtuelle Räume: Aufsuchendes Arbeiten zwischen analogen und digitalen Welten. In Diebäcker, M. & Wild, G. (Hrsg.), *Streetwork und Aufsuchende Soziale Arbeit im öffentlichen Raum* (S. 167–181). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Neurohr, S. (2011). Halt in Krisen geben - Online Streetwork im schülerVZ. *SuchtMagazin*, 6, 32- 35.
- Stieler, M. (2022). Aufsuchende digitale Beratungsmethoden. In S. Zauter & R. Lehmann (Hrsg.), *Virtuelle Beratungsstrukturen – Wissenschaftliche Begleitung der Jugendmigrationsdienste (JMD) im Rahmen des Projekts: JMD digital – virtuelle Beratungsstrukturen für ländliche Räume* (S. 37-38). Nürnberg: Institut für E-Beratung.
<https://doi.org/10.34646/thn/ohmdok-917>
- Weber, J. & Roeske, A. (2020). Erreichbarkeit von Jugendlichen im Digitalen: Zugänge für Soziale Arbeit. *Jugend heute*, 46, 5 –13.
- Wiedel, F. (2022). *Digital Streetwork: Zur Notwendigkeit einer aufsuchenden, psychosozialen Medienpädagogik bei exzessiver Internetnutzung am Beispiel des Gaming*. München: kopaed.
- Witzel, M. (2021). Sozialpädagogische Orte im digitalen Raum. In M. Wunder (Hrsg.): *Digitalisierung und Soziale Arbeit. Transformationen und Herausforderungen* (S. 68-79). Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.