



diskutiere

Gesellschaftliche Verantwortung

Erwachsen werden 2.0: Wie verändert die vernetzte Welt die Lebens- und Berufsperspektiven junger Menschen?

Kurzzusammenfassung der Ergebnisse der Online-Diskussion vom 11. Oktober bis zum 12. Dezember 2010 auf www.diskutiere.de

Initiiert von
Telefónica O₂ Germany



Engagiert für morgen

O₂

UPJ e.V.
Brunnenstr. 181, 10119 Berlin
Fon: +49 (0)30 2787406-0
Fax: +49 (0)30 2787406-19
info@upj.de
www.upj.de

UPJ

unternehmen. verbinden. gestalten

1. Experten und weiterführendes Material

Die Diskussion wurde unterstützt durch **Expertenbeiträge** von

- **Dr. Sabine Schweder**, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung
- **Dr. Thomas Osburg**, Intel Corp.
- **Johannes Raffel**, Youth Bank Deutschland
- **Martin Wißkirchen**, Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband - Gesamtverband
- **Dr. Ulrike Wagner**, JFF – Institut für Medienpädagogik

Die Expertenbeiträge wurden bei der vorliegenden Auswertung der Diskussion nicht berücksichtigt, da sie einen eigenständigen Bereich darstellen und als „Food for thought“ für die Diskussion dienen sollten.

Als weiterführendes Material stand zum **Download** bereit

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2009: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, 2009
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2008: Kinder und Medien Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland, 2008
- Bundesministerium für Bildung und Forschung: Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur, 2010
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche in benachteiligten Lebenslagen, 2009
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien und JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis: Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen, 2009
- Bertelsmann Stiftung: Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher, Corporate Citizenship Strategien zur Förderung von Beschäftigungsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt

Folgende **Links** standen zur Verfügung

- Initiative Medienkompetenz NRW: <http://www.media.nrw.de/media2/site/index.php?id=105>
- Medienkompetenzquiz: http://www.media.nrw.de/media2/site/index.php?id=302&no_cache=1
- Dialog Internet – Aufwachsen mit dem Netz: <http://www.dialog-internet.de/>
- EU-Programm JUGEND IN AKTION: <http://www.jugend-in-aktion.de/>
- O2 Corporate Responsibility Report zu Medienkompetenz: http://www.de.o2.com/ext/portal_cr_09/online/16127/index
- Think Big!: <http://www.o2thinkbig.de/>

2. Teilnehmer der Online-Diskussion

Beiträge

17 Beiträge (einschließlich eines Beitrags der O₂ CR Managerin), d.h. insgesamt besteht Interesse am Thema und an der Teilnahme.

Teilnehmer

Teilgenommen haben Eltern, Pädagogen und andere in der Berufsvorbereitung tätige Menschen, die CSR-Verantwortliche eines Unternehmens, junge Erwachsene, Schüler und andere Teilnehmer.

Folgende Institutionen waren vertreten:

- Aktion Christopherus
- Youth Bank
- Veolia Wasser, CSR-Beauftragte
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Methodik

Die Diskussion ist ebenso wenig wie deren Auswertung repräsentativ.

Die Auswertung erfolgte qualitativ, d.h. es wurden wiederkehrende Themen und Argumente identifiziert und entsprechend dargestellt – ggf. werden in der Auswertung jedoch auch Einzelmeinungen dargestellt, sofern diese relevant erscheinen.

Hinweis: Die Zitate in Kapitel 3 ff. wurden im original Wortlaut aus den Online-Diskussionsbeiträgen übernommen, evtl. Fehler wurden nicht korrigiert. Auslassungen wurden mit „(...)“ und redaktionelle Ergänzungen, bspw. zur Erläuterung wurden mit „⟨⟩“ gekennzeichnet.

3. Umfragen

a. Diskutiere Umfrage

Methode

Jeder Besucher der Diskussion auf www.diskutiere.de hatte die Möglichkeit, anstatt oder zusätzlich zu einem ausführlichen Wortbeitrag im Rahmen der Diskussion an einer kurzen Abstimmung teilzunehmen. Dabei konnte jeder Teilnehmer nur einmal abstimmen.

Teilnehmer

Insgesamt haben 40 Teilnehmer am Voting teilgenommen.

Frage und Ergebnisse

Frage: „Wer trägt die größte Verantwortung für die Förderung einer bewussten Nutzung Neuer Medien von Jugendlichen?“

Ergebnisse:

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| ▪ Familie | 33% (13 Stimmen) |
| ▪ Politik/ Öffentliche Träger | 20% (8 Stimmen) |
| ▪ Schule | 20% (8 Stimmen) |
| ▪ Jugendliche selbst | 15% (6 Stimmen) |
| ▪ Unternehmen | 13% (5 Stimmen) |

b. O₂ Umfrage

Methode

Aus der Corporate Responsibility Website von O₂ konnten die Besucher über die gleiche Frage abstimmen. Sowohl auf der deutsch- als auch auf der englischsprachigen Seite.

Teilnehmer

Insgesamt haben auf der deutschsprachigen Seite 526 Teilnehmer am Voting teilgenommen. Auf der englischsprachigen Seite waren es 106 Teilnehmer.

Fragen und Ergebnisse

„Wer trägt die größte Verantwortung für die Förderung einer bewussten Nutzung Neuer Medien von Jugendlichen?“

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| ▪ Familie | 34%
(180 Stimmen) |
| ▪ Politik/ Öffentliche Träger | 12%
(62 Stimmen) |
| ▪ Schule | 15%
(80 Stimmen) |
| ▪ Jugendliche selbst | 13%
(68 Stimmen) |
| ▪ Unternehmen | 26%
(136 Stimmen) |

„Who is most responsible for the support of a (self-) conscious use of new media by young people?“

- | | |
|---------------------------|---------------------|
| ▪ Family | 7%
(7 Stimmen) |
| ▪ Politik/ NGOs | 1%
(1 Stimme) |
| ▪ School | 6%
(6 Stimmen) |
| ▪ Young people themselves | 6%
(6 Stimmen) |
| ▪ Corporations | 81%
(86 Stimmen) |

4. Fragestellung

Erwachsen werden 2.0: Wie verändert die vernetzte Welt die Lebens- und Berufsperspektiven junger Menschen?

Ein kompetenter und selbstbewusster Umgang mit neuen Medien ist heute von entscheidender Bedeutung im Hinblick auf Ausbildung, Beruf und gesellschaftliche Teilhabe. Auch das soziale Leben junger Menschen findet oft online statt.

So nutzen beispielsweise 70% der 12 bis 24-Jährigen mehrmals wöchentlich Social Networks wie Facebook oder SchülerVZ. Sie bieten jungen Menschen einen Raum, in dem sie sich erproben, neue jugendkulturelle Erfahrungen sammeln, lernen, und sich Schlüsselkompetenzen für die Zukunft aneignen.

Dennoch ist die (selbst-)bewusste Nutzung neuer Medien für viele Jugendlichen - häufig in Abhängigkeit vom Bildungsniveau oder sozialem Umfeld - keine Selbstverständlichkeit. Oft werden Inhalte nur konsumiert und die Möglichkeit sich zu artikulieren oder aktiv an Diskussionen zu beteiligen selten genutzt. Einen kritischen Umgang mit Informationen im Netz, das Bilden von Regeln und Werten in einem digitalen Raum („darf ich im Netz alles sagen?“), die Balance zwischen Mediennutzung, Schule und der Teilnahme am gesellschaftlichen Geschehen im „echten“ Leben sind weitere Aspekte, die in der Diskussion um Chancen und Herausforderungen Neuer Medien eine Rolle spielen.

Im Rahmen der Online-Diskussion stellte O₂ folgende Fragen:

- Was sind die **Herausforderungen** und Schwierigkeiten beim Übergang ins Erwachsenenleben - speziell im Hinblick auf die Chancen und Risiken neuer Medien? Wie beeinflussen neue Medien das Sozialverhalten, die Wissensbildung und die Berufschancen?
- Was ist die **Rolle von Unternehmen** bei der Bewältigung dieser Herausforderungen? Haben Unternehmen eine Verantwortung für die Job- und Lebensperspektiven von Jugendlichen über die Bereitstellung von Ausbildungsplätzen hinaus? Wie können sie dieser gerecht werden? Und wie müssen Politik, Zivilgesellschaft und Unternehmen zusammenarbeiten?
- Mit dem Programm **Think Big** möchte O₂ die Stärken von Jugendlichen systematisch fördern und sie ermutigen, sich durch die kreative Nutzung neuer Medien Lebens- und Jobperspektiven zu eröffnen. Ist Think Big der richtige Weg, um der Verantwortung als Telekommunikationsunternehmen gerecht zu werden (Kurzzusammenfassung Think Big).

4. Die Neuen Medien werden von Jugendlichen gerade nicht als „neu“ wahrgenommen sondern gehören zu ihrem Lebensalltag

In der Diskussion tauchte immer wieder der Begriff der „Neuen Medien“ auf, da diese in der vernetzten Welt eine entscheidende Rolle spielen.

Dabei wurde u.a. hervorgehoben, dass es im Laufe der Geschichte immer wieder von Neuem sogenannte „Neue Medien“ gab, die sich schließlich etablierten und bald nicht mehr als „Neue Medien“ sondern nur noch als „Medien“ wahrgenommen wurden. Dies spiegelt sich in einer unterschiedlichen Wahrnehmung dieser Medien durch die verschiedenen Generationen wieder:

Die Diskutanten waren sich einig, dass die sogenannten Neuen Medien zwar von vielen Erwachsenen als neu wahrgenommen würden. Für die Kinder und Jugendlichen seien sie jedoch keineswegs neu, sondern integraler Bestandteil ihres Lebens. Sie seien mit diesen Medien und ihren Möglichkeiten aufgewachsen. Im Gegensatz zu den Erwachsenen sind sie also „Digital Natives“.

Dabei wird jedoch auch von Erwachsenen-Seite angemerkt, dass die Neuen Medien inzwischen integraler Bestandteil ihres Alltags seien.

5. Erwachsene: Zwischen kritischer Distanz und mangelnder Kompetenz

Die Diskutanten erachten es als wichtig, nicht nur die Lebenswirklichkeit der Kinder und Jugendlichen zu betrachten, sondern auch die Erwachsenen (d.h. der Eltern, Lehrer etc.) in den Fokus zu nehmen.

Sie weisen dem Umgang der Erwachsenen mit den Neuen Medien v.a. zwei Merkmale zu:

- kritische Distanz,
- mangelnde Kompetenz.

Dabei wird die kritische Distanz zum Teil auch auf mangelnde Erfahrung und Kompetenz zurückgeführt.

V.a. das Kompetenzproblem der Eltern wird diskutiert. Es geht dabei sowohl um

- deren eigenen Umgang mit den Neuen Medien und der vernetzten Welt als auch um
- die Begleitung und Unterstützung der Jugendlichen durch die Erwachsenen.

Die unterschiedliche Wahrnehmung und der unterschiedliche Umgang mit den Neuen Medien durch Erwachsene und Jugendliche spiegeln sich auch in der Diskussion wider. So beklagten die erwachsenen Teilnehmer vielfach, dass die Jugendlichen die Neuen Medien ja nicht „sinnvoll“ (d.h. zum Lernen und Arbeiten) sondern v.a. als Freizeitmedium nutzen.

6. Wo liegen die Herausforderungen?

Die Diskutanten formulieren eine Reihe von Herausforderungen, die sich aus den Neuen Medien bzw. der vernetzten Welt auf die Lebens- und Berufsperspektiven junger Menschen ergeben.

Zu diesen Herausforderungen gehören:

- Kinder- und Jugendschutz.
- Notwendigkeit, Daten und Informationen aus dem Internet bewerten und im Hinblick auf ihre Zuverlässigkeit einschätzen zu können.
- Notwendigkeit, persönliche Strategien im Umgang mit Informations- und Unterhaltungsüberflutung und einer Onmikkommunikation zu entwickeln.
- Notwendigkeit, die Konsequenzen des Umgangs mit den eigenen Daten beurteilen zu können und eigene Datenschutzstrategien zu entwickeln.
- Hohe Kompetenzbarrieren im Hinblick auf die berufliche Integration, welche bereits vorhandene soziale, sprachliche und andere Barrieren noch verschärfen.
- Soziale und gesellschaftliche Herausforderungen, die sich aus verändertem Sozialverhalten oder Suchtgefahren ergeben.

Die Diskutanten weisen außerdem darauf hin, dass der kompetente Umgang mit den Neuen Medien und der vernetzten Welt bald zu den Kulturleistungen gehören und damit einen Stellenwert wie das Lesen und Schreiben einnehmen werde.

Auch die Konsequenzen, die sich daraus ergeben werden ebenfalls aufgezeigt: Medienkompetenz wird zur Voraussetzung für

- berufliche Chancen,
- gesellschaftliche Teilhabe und
- politische Teilhabe.

Angesichts dieser Fülle der Herausforderungen sehen einige Diskutanten das Risiko einer digitalen Spaltung der Gesellschaft.

7. Klare Zielformulierung der Diskutanten

Angesichts der umfangreichen Herausforderungen formuliert ein Diskutant deutlich, welches gesellschaftliche Ziel sich aus der Diskussion heraus ableiten lässt:

„Wichtig erscheint mir - nicht zuletzt für die Ausbildung einer (selbst-)kritischen Medienkompetenz - das Erlernen (und Vermitteln!) eines kreativen Umgangs mit den neuen Medien.“

Der Auftrag an die Politik und die Unternehmen ist dabei sehr deutlich:

“In einer schrumpfenden Gesellschaft dürfen wir jedoch in so einer zentralen Frage kein Talent zurücklassen.“

8. Lösungsvorschläge

Entsprechend des oben formulierten Ziels ist für die Diskutanten die Förderung der Medienkompetenz innerhalb des Schulunterrichts – über alle Schulformen – ein wichtiges Ziel. Medienkompetenz wird dabei als Grundfertigkeit, so wie Lesen, Schreiben und Rechnen, verstanden. Entsprechend müsse sie ebenso wie die anderen Grundfertigkeiten fächerübergreifend geübt werden.

Eine von anderen Unterrichtsinhalten losgelöste Vermittlung wird als zu zeitaufwendig und ineffizient betrachtet. Auf diese Art und Weise würde die Vermittlung dieser neuen, vierten Grundfertigkeit auch nicht zu Lasten der übrigen Lehrstoffs gehen, sondern im Gegenteil den eigentlichen Unterricht unterstützen. Als Beispiel wird von einzelnen Diskutanten aufgeführt:

- die Nutzung des Internets für Referate
- das Erstellen und die Nutzung eines Wikis durch Grundschüler,
- die Nutzung von postcasts.

Dabei gelte das Prinzip je früher desto besser, denn wenn Kinder schon früh die notwendigen Grundfertigkeiten erwürben, könnten diese dann aktiv im Unterricht genutzt und dadurch weiter vertieft werden.

Dabei wird aber auch im Rahmen einer Art Bestandsaufnahme, die teilweise auf die JIM Studie Bezug nimmt, darauf hingewiesen, dass

- vielen Lehrern die entsprechenden Grundlagen fehlten.
- die aktuelle Situation von den genannten Lösungsansätzen zum großen Teil noch weit entfernt sei.

Einer der Diskutanten geht über Bestandsaufnahme und Lösungsvorschlag hinaus: Er formuliert anhand seines Projektbeispiels konkrete Erfolgsfaktoren, die aus seiner Sicht erfüllt sein müssen, damit die Vermittlung von Medienkompetenz im Unterricht optimal gelingen kann.

9. Handlungsempfehlungen an Unternehmen und Politik

Die Diskutanten sind sich darin einig, dass die Politik aber auch die Unternehmen eine zentrale Verantwortung dafür tragen, dass die oben genannten Ziele erreicht werden.

Dabei geht es insbesondere auch darum, gerade dort anzusetzen, wo Eltern ihren Aufgaben im Hinblick auf die Unterstützung ihrer Kinder überfordert sind.

Dabei geht es für die Unternehmen nicht um altruistisches Handeln. Die Diskutanten sehen, dass Unternehmen gemein- und zugleich eigennützig handeln, wenn sie entsprechend aktiv werden. Dabei geht es nicht nur darum der eigenen Verantwortung als Anbieter entsprechender Produkte oder Dienstleistung gerecht zu werden. Die Diskutanten sehen weitere Nutzenfelder in einer Differenzierung von Wettbewerb und der Sicherung des eigenen Nachwuchses.

Die Diskutanten weisen dabei teilweise über einzelne Projektinitiativen hinaus. Sie denken an

- den sektorenübergreifenden Aufbau von geeigneten Infrastrukturen zur Vermittlung der Medienkompetenzen an Multiplikatoren,
- innerbetriebliche Strategien, in deren Rahmen junge Menschen notwendige Kompetenzen auch noch innerbetrieblich erwerben können.

10. Haltung zu Think Big

Soweit sich die Diskutanten auf Think Big beziehen wird diese Initiative von O₂ grundsätzlich befürwortet.

Insbesondere wird als positiv erachtet, dass Think Big

- sich an eine jugendliche Zielgruppe wendet, die mit konventionellen Bildungsangeboten schwer erreicht werde,
- ein zielgruppenadäquater Rahmen geschaffen werde und die Jugendlichen in ihrer Lebenswelt abgeholt würden (Hip Hop),
- zeige, dass o2 die Initiative ergreift und in einem wichtigen Themenfeld aktiv werde,
- das Themenfeld zu o2 passe,
- durch die Online-Diskussion bekannter gemacht und die Öffentlichkeit für das Thema sensibilisiert werde.

Positiv wird auch gesehen, dass auch aus eigenem Interesse handele und dies auch nicht verberge.

In den Beiträgen werden aber auch kritische Ansichten vertreten und kritische Fragen gestellt. Diese betreffen

- Unklarheiten bzgl. der Zielgruppe der Initiative,
- Unklarheiten bzgl. des (aktuellen und potenziell möglichen) Umfangs,
- den Hinweis, dass angesichts des hohen Bedarfs das Projekt nur ein Tropfen auf den heißen Stein sei,
- Unsicherheit, ob das Projekt zu einem tatsächlichen Medienkompetenzerwerb führen könne.

Darüber hinaus wird die Frage gestellt, ob eine gezielte Förderung bestehender lokaler Projekte nicht effektiver wäre, als der Aufbau eines neuen und als teuer wahrgenommenen Projektes.

Damit formulieren die Diskutanten klare Anforderungen an die Projektkommunikation und -evaluation.

Die Diskutanten geben auch klare Hinweise darauf, wo sie weiteres Engagement von Unternehmen im Allgemeinen und O₂ im Besonderen befürworten würden:

- Aufbau von Strukturen zur Vermittlung einer verbesserten Medienkompetenz für Jugendliche und erwachsene MultiplikatorInnen.
- großflächig angelegte Kooperationsprojekte von staatlichen Stellen und Unternehmen zur Erzielung einer hohen Reichweite.

11. Hinweise auf weitere Ressourcen durch die Diskussionsteilnehmer

Die Diskussionsteilnehmer haben in Ihren Beiträgen auf verschiedene Ressourcen verwiesen, die hilfreich sind, wenn man sich mit dem Thema Erwachsen werden 2.0 beschäftigt. Diese sind im Folgenden aufgeführt:

Ergebnisse einer Diskussion von zwanzig Jugendlichen im Alter von 16 bis 21 über die Frage “Was bedeutet Respekt im Netz?” - insbesondere im Hinblick auf Datenschutz, Cybermobbing und illegale Downloads: <http://www.diskutiere.de/2010/was-bedeutet-respekt-im-netz/>

Probleme der Erwachsenen mit den Neuen Medien: <http://www.zeit.de/2006/46/Unterbrechungen>

Informationsquellen für Erwachsene/ Eltern: www.klicksafe.de, <http://www.dialog-internet.de>, <http://www.bundestag.de/internetenquete>

Informationen über das ZUM Grundschul-Wiki: <http://www.lehrer-online.de/url/zum-grundschulwiki>