

Dinar, Christina

Zur Notwendigkeit digitaler Kompetenzen im Studium Sozialen Arbeit am Beispiel Digital Streetwork

Wunder, Maik [Hrsg.]; Giercke-Ungermann, Annett [Hrsg.]: Digitalisierung in der Hochschulbildung für Soziale Arbeit. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2025, S. 76-89



Quellenangabe/ Reference:

Dinar, Christina: Zur Notwendigkeit digitaler Kompetenzen im Studium Sozialen Arbeit am Beispiel Digital Streetwork - In: Wunder, Maik [Hrsg.]; Giercke-Ungermann, Annett [Hrsg.]: Digitalisierung in der Hochschulbildung für Soziale Arbeit. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2025, S. 76-89 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-331228 - DOI: 10.25656/01:33122; 10.35468/6166-05

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-331228>

<https://doi.org/10.25656/01:33122>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<http://www.klinkhardt.de>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen, solange Sie den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-License: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and render this document accessible, make adaptations of this work or its contents accessible to the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Christina Dinar

Zur Notwendigkeit digitaler Kompetenzen im Studium Sozialen Arbeit am Beispiel Digital Streetwork

Die Bestandsaufnahme von Digital Streetwork-Projekten im deutschsprachigen Raum zeigt eine vielfältige Landschaft. Diese Projekte richten sich hauptsächlich an junge Menschen und decken Themen wie Extremismus, Sucht, Glücksspiel und Wohnungslosigkeit ab. Viele Digital Streetwork Projekte nutzen Instagram, gefolgt von Facebook und YouTube, um ihre Zielgruppen anzusprechen, wobei auch Nischenforen und Content Creation zum Einsatz kommen. Die Digitalisierung aufsuchender Sozialarbeitsangebote teilt sich in die Überführung regulärer in digitale Angebote und die spezifische Anpassung an digitale Formate. Die digitale Kompetenzbildung und das professionelle Handeln in diesem neuen Arbeitsfeld, das stark durch die virtuelle Welt geprägt ist, stehen im Mittelpunkt der Diskussion.

1 Einleitung

Die Digitalisierung hat nicht nur die Art und Weise verändert, wie wir kommunizieren und Informationen austauschen, sondern auch neue Möglichkeiten für die Soziale Arbeit eröffnet. Insbesondere im Bereich des Streetworks hat die Nutzung von digitalen Medien und Social Media Plattformen zu einer neuen Form von Angeboten geführt – dem Digital Streetwork oder auch des Online Streetwork, beide Begriffe werden in der Praxis synonym für die aufsuchende Soziale Arbeit in Sozialen Medien genutzt. Diese innovative Herangehensweise ermöglicht es Sozialarbeiter:innen, Jugendliche und Erwachsene, dort zu erreichen, wo sie sich im Internet aufhalten und ihnen Unterstützung und Beratung anzubieten. Weil die Nutzung Sozialer Medien für aufsuchende Arbeit im Netz spezifische Kenntnisse und Voraussetzungen mit sich bringt, ist die Integration digitaler Kompetenzen in die Arbeit des Digital Streetworks bzw. eine Weiterbildung dazu unerlässlich. Die Implementierung solcher digitalen Kompetenzen im Rahmen des Studiums der Sozialen Arbeit ist darüber hinaus von großer Bedeutung, besonders um zukünftige Sozialarbeiter:innen auf die Anforderungen der digitalen Gesellschaft vorzubereiten und ebenso auf die Selbstverständlichkeit von digitalen Mediennutzungen in der

Praxis reagieren zu können. Digital Streetwork ist ein Feld, das bereits eine Entwicklung vollzogen hat und somit exemplarisch für die digitale Kompetenzbildung Sozialer Arbeit betrachtet werden kann, die letztendlich auch Einzug in die Ausbildung von Sozialer Arbeit finden sollte. Der Beitrag führt in das Feld und die Begrifflichkeiten und Lehrstandards ein (2.), gibt Überblick über die Bestandserhebung des Feldes Digital Streetwork und die verwendete Methode (3.) mit anschließenden Ergebnissen (4.), fasst diese zusammen (5.) und bringt diese anschließend in die Diskussion (6.).

2 Digital Streetwork/Online Streetwork

Der Begriff Digital Streetwork hat sich langsam entwickelt und diente zunächst als eine Beschreibung in der Praxis. „Digital Streetwork bedeutet für uns: [...] wir praktizieren Jugend(sozial)arbeit und diese im Netz“ (Dinar & Heyken 2017, 13) oder auch als „aufsuchende Infoarbeit und Verweisberatung in den sozialen Medien („Digital Streetwork“)“ (Steinmaier u. a. 2018, 33) im Rahmen der Asyl- oder Migrationsberatung beschrieben. In den folgenden Jahren wurde daran angeknüpft und der Begriff des Online Streetwork ergänzend und ausdifferenziert genutzt, um sehr ähnliche Praxen zu beschreiben: „Online-Streetwork ist aufsuchende mobile Jugendarbeit mit dem Ziel, Menschen in prekären Lebenslagen in deren Lebens- und Sozialraum anzutreffen, proaktiv anzusprechen und niedrigschwellige Hilfestellung anzubieten. Online-Streetworker:innen suchen – analog zu ihren Kolleg:innen offline – den Kontakt mit der Zielgruppe auf den digitalen Straßen ihrer Online-Lebenswelt“ (Hagemeier & Stuiber 2020, 7). In dieser Definition werden spezifische Bezüge zur mobilen Jugendarbeit, Sozialraumorientierung und zur Zielgruppe deutlich gemacht. Bis heute finden sich beide Begriffe in den Beschreibungen von aufsuchender Arbeit, die sich meist in ihrem Hauptanliegen auf die Tätigkeiten im Social Web konzentriert: „Von Digital Streetwork kann im weiteren Sinne gesprochen werden, wenn das Aufsuchen auf Onlineplattformen den Kern der Arbeit von professionell tätigen Fachkräften bildet“ (Erdmann u. a. 2023, 9). Digital Streetwork als auch Online Streetwork beschreiben das Feld der aufsuchenden Arbeit online und werden daher hier gleichwertig zur Beschreibung und auch in der Erhebung genutzt, auch wenn Digital Streetwork häufiger Verwendung findet, auch wenn im Begriff Digital Streetwork eine Kollokation von einer nicht real, virtuell vom Computer aus oder durch das Internet hindurch simulierten „Streetwork“ gesprochen werden, während Online Streetwork einfach eine über eine aktive Internetverbindung gestaltete Streetwork beschreibt. Beide Begriffe haben teilweise auch Praxen, die hybrid arbeiten – also die virtuelle Streetwork mit realen Dimensionen verknüpft und verschmelzen lässt. Die Kriterien für Digital Streetwork/Online Streetwork sind das in dem Hauptanliegen

virtuell und durch das Internet, insbesondere durch Soziale Medien aufsuchende Angebote zur Unterstützung anzubieten, um die meist prekäre Lebenssituation der Adressat:innen zu stabilisieren bzw. zu verbessern. Das Angebot ist kostenlos und anonym möglich, es wird durch eine anerkannte Träger/gemeinnützige Organisation durchgeführt.

In diesem Artikel sollen der Stand, der Umfang, die Verortung und die Zielgruppenreichweite von Digital Streetwork-Projekten im deutschsprachigen monitorisiert werden.

3 Studie: Bestandserhebung des Feldes Digital Streetwork

Das Ziel der Studie ist die Erfassung und Beschreibung des Feldes Digital Streetwork/Online Streetwork im deutschsprachigen Raum. Ein Überblick über das gesamte Spektrum, die Verortung und die Ausrichtung der Streetwork Projekte gibt es bisher nicht. Der Beitrag möchte diese Grundlage systematisch erschließen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede beschreiben und thematische Spannungsfelder ausmachen sowie weitere Befunde und Desiderate für weitere Forschung und Praxis formulieren. Im Mittelpunkt steht die Identifikation von Digital Streetwork und/oder Online Streetwork Projekten innerhalb der DACH Region seit 2015 bis Ende 2023. Abschließend sollen auf der Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse weiterführende Überlegungen zu den erforderlichen digitalen Kompetenzen der Fachkräfte angestellt und Möglichkeiten ihrer Förderung im Rahmen des Studiums der Sozialen Arbeit diskutiert werden.

Methode

Der Recherche lag eine systematische Suche via Onlinesuchmaschine Google zu Grunde. Die Suche wurde über den Inkognitomodus Firefox durchgeführt, um entsprechende Vorkuratierung der angezeigten Suchergebnisse Standortzugriff, Sprache, Zeitraum durch die Suchmaschine selbst möglichst auszuschließen (vgl. Salehi u. a. 2018). Eine Suche mit einer alternativen Suchmaschine wie Duck Duck Go erfolgte in Überprüfung des Datensets und kam nicht zu signifikant anderen Trefferquoten. Dabei wurden unter den Anzeigen der Suchergebnisse so lange recherchiert, bis sich eine Sättigung erreicht war und nur bereits erfasste Ergebnisse sich repetierten. Die Durchsicht aller angezeigten Suchergebnisse bis zur Sättigung ist u. a. auch relevant, da die Recherchekriterien einer Suchmaschine immer von Parametern bestimmt ist, die auf Onlineaktivitäten und/oder zeitliche Existenz der Websites selbst basiert (vgl. Patil u. a. 2021). Die Suchbegriffe der systematischen Recherche waren: „Digital Streetwork“ AND/OR „Online Streetwork“. Der Suchstring erzeugte 270.000 Treffer – ergiebig waren 52 Seiten in der Auswertung. Der Recherchezeitraum betrug Oktober – Dezember 2023. In der Erfassung der Ergebnisse waren folgende Kriterien leitend: Das Angebot er-

folgt in dem Hauptanliegen virtuell und durch das Internet, insbesondere durch Soziale Medien. Es bietet Unterstützung kostenlos und z.T. auch anonym Beratung und Unterstützung an mit dem Ziel, die meist prekäre Lebenssituation der Adressat:innen zu stabilisieren bzw. zu verbessern. Das Angebot wird durch einen anerkannten Träger/gemeinnützige Organisation durchgeführt.

Das Ziel bestand darin, alle Projekte im Zeitraum von 2015 bis 2023 zu erfassen und zu beschreiben, um eine Art Mapping zu erstellen (vgl. James u. a. 2016). Die Datengrundlage bilden Texte auf Websites, Projekte oder Konzeptbeschreibungen (auch als PDF auf der Website verlinkt), Beschreibungen von Angeboten zu Digital Streetwork/Online Streetwork und FAQs zu den Projekten/Angeboten – alles, was im vorgegebenen Zeitraum öffentlich einsehbar war. Beiträge zu Diskursen, wissenschaftliche Artikel über Digital Streetwork, Zeitungsartikel, Blogbeiträge und Berichterstattung (Öffentlichkeitsarbeit) wurden nicht berücksichtigt.

Alle relevanten Texte für die Datengrundlage, die nach den aufgeführten Kriterien auf Websites (und deren Unterseiten) durch die systematische Internetsuche erschlossen wurden, wurden als txt-Dateien gespeichert, um sie in MaxQDA aufzubereiten.

4 Ergebnisse der Bestandserhebung

4.1. Überblick über die Streetwork-Projekte

Es wurden insgesamt 22 Digital und Online Streetwork Projekte für den Zeitraum 2015-2023 nach den genannten Kriterien identifiziert. Die Entwicklung und der größte Anteil von Digital Streetwork-Ansätzen sind in Berlin zu finden, wo insgesamt 8 Projekte angesiedelt sind. Weitere 3 Projekte werden in Bayern entwickelt. Die restlichen Projekte verteilen sich auf Großstädte in Deutschland (z. B. Hamburg, Stuttgart, Düsseldorf, Köln, Dresden) und Österreich (Wien, Linz).

Die Zielsetzungen der Projekte im Bereich Digital Streetwork variieren stark hinsichtlich ihrer Ausrichtung und Entstehungsgründe. Die Mehrheit der Projekte operiert ausschließlich online, insbesondere über Social Media (12). Ein Teil der Projekte arbeitet hybrid (7 Projekte), oft als digitaler Zweig eines bestehenden Angebots oder in Verbindung mit analogen Diensten (1 Projekt). So lassen sich 3 strukturelle Formen von Digitalisierung im Bereich des Digital Streetwork identifizieren:

- A) Digitalisierung von regulären Angeboten (z. B. nach SGBXIII) durch Digital Streetwork
- B) Digitalisierung von bestehenden aufsuchenden Angeboten wie Streetwork
- C) Motiviert durch die strukturellen Folgen der Digitalisierung, z. B. veränderter Informationszugang oder unregulierte extremistische Propaganda auf Social Media

Einige Projekte, die sich auf die Folgen der Digitalisierung konzentrieren (C), sind hauptsächlich nur online aktiv und bieten auch nur dort Angebote an. Projekte, die Digital Streetwork als Erweiterung oder Transformation ihres regulären Angebots nutzen (A und B), arbeiten oftmals hybrid, d. h. sie verschränken ein virtuell

aufsuchendes Angebot mit realen Unterstützungsstrukturen vor Ort. Ein Überblick über Streetwork Projekte Online, Hybrid oder auch Digital Streetwork (2015-2023) ergibt 22 Projekte, wobei die Umsetzung und auch die teilweise kurze Projektzeiten dazu führen, dass der Ansatz innerhalb des Projektträgers zwar weiterverfolgt wird, aber häufig dann zu anderer Themensetzung oder auch Plattformnutzung führt und bereits jetzt zum Zeitpunkt der Veröffentlichung andere Projektumsetzungen vorliegen. Die längsten Projekte im Rahmen des Digital Streetwork werden von Minor e. V., bzw. Minor Digital und der Amadeu Antonio Stiftung durchgeführt (beide seit 2015), mit jeweils Sitz in Berlin und Projekten, die im Schwerpunkt nur online tätig sind und die Ansätze als „Prototyp“ kontinuierlich weiterentwickelte. Minor konnte sogar mit der Arbeit eine Ausgründung in einen eigenen Träger für Digital Streetwork „Minor Digital“ erreichen und hat in Kooperation mit den Jugendmigrationsdiensten das Modellprojekt „JMD digital – virtuelle Beratungsstrukturen für ländliche Räume“ begleitet (2020-2023). Der Träger AVP e. V. mit Sitz in Düsseldorf führt Online Streetwork dort, aber auch in Berlin und als Multiplikator:innen Schulung in Halle durch – hier werden online und offline verbunden und auch teils hybride Formate angeboten, Schwerpunkt sind jedoch Tätigkeiten online. In Bayern gibt es zum Zeitpunkt der Erhebung 3 Träger/Organisation, die Digital Streetwork anbieten und das zum Teil mit größerem personellem Umfang. Der Bayerische Jugendring hat mit Digital Streetwork Bayern 15 Digital Streetworker:innen angestellt, die fast ausschließlich online arbeiten. Ein weiterer Akteur ist die Landesstelle Glücksspielssucht Bayern. Auch diese hat einen ähnlichen Personalschlüssel und arbeitet aufsuchende online. Conaction von Verein Conrobs e. V. bietet suchtpräventive aufsuchende Streetwork im Netz an und verbindet so ihr Angebot an Jugendliche auf der Münchner Partymeile. Conaction arbeitet teils hybrid und verfügt über einen einstelligen Umfang von Mitarbeitenden. Das Digital Streetwork Projekt Stuttgart, gefördert von der Stadt, durchgeführt von Stuttgarter Jugendhaus Gesellschaft (stjg), hat ausschließlich online auf dem geodatenbasierten Dienst Jodel Digital Streetwork von 2021-2022 Angebote offeriert. In Österreich gab es bereits seit 2018-2021 Angebote von turn – Verein für Gewalt und Extremismusprävention im Bereich digitaler Jugendarbeit – die vor allem mit produzierten Videoinhalten in Austausch mit jungen Menschen pädagogisch on- und offline arbeiten und in hybride Ansätze hinein experimentiert haben. In Österreich gibt es auch Onjuvi/Artificial Eye vom Verein ISI e. V., die Digital Streetwork aus dem lokalen, vor Ort Streetwork anbieten, und das immer wieder in der Projektphase von 2020-2022. Aus NRW und Hamburg haben vereinzelt vor allem Träger der aufsuchenden Jugendarbeit reale Ansätze zusammengebracht und hybride Arbeit mit Digital Streetwork angeboten, teilweise wurde dies nur für die Zeit der Pandemie adaptiert.

4.2 Ausrichtung der Digital Streetwork-Projekte: Zielgruppen und Themen

Die Auswertung der Ausrichtung der Projekte zeigt, dass der größte gemeinsame Nenner der Projekte die Zielgruppe von jungen Menschen bis 27 Jahre bildet, 14

von 22 Projekten haben diese Zielgruppe. Darüber hinaus sind viele Projekte auch lokal in der Zielgruppenerreichung gebunden (z. B. nur junge Menschen im Stuttgarter Raum oder Berliner Zugewanderte – 11 Projekte). Ein weiterer Teil des Zielgruppenzuschnitts ist es, vor allem solche zu erreichen, die Desinformation online ausgesetzt sind (7 Projekte), dies erfolgt auch in Kombination z. T. mit Regelangeboten wie Migrationsberatung und eine „schwer erreichbare/marginalisierte Zielgruppe, die von anderen Angeboten nicht erreicht wird“ (z. B. Geflüchtete, Menschen in Migrationsprozessen 4 Projekte). Ein sehr kleiner Teil hat Multiplikator:innen der Jugendsozialarbeit und den Bereich Streetwork als Zielgruppe (2 Projekte).

Das Themenspektrum, das die Zielgruppen adressiert, ist breit gefächert und deckt verschiedene soziale Herausforderungen ab: Extremistische Orientierungen, vor allem mit dem Fokus auf Rechtsextremismus und Islamismus (5 Projekte), Migration bzw. Information und Beratung zur Migration/Zuwanderung (5 Projekte), Wohnungslosigkeit und Marginalisierung (2 Projekte), Suchtprävention (Glücksspiel und Suchtmittelkonsum) (2 Projekte) und Sexualität/sexuelle Gewalt (1 Projekt).

4.3 Ansprache in vielfältiger Form: Übersicht der Plattformnutzung

Nicht auf allen Projektwebseiten konnte ein direkter Verweis oder Link zu den entsprechenden Angeboten auf einer Social Media-Seite gefunden werden. Insgesamt waren 22 Online-/Streetwork-Projekte auffindbar, doch nur bei 13 dieser Projekte fand sich auf der Webseite ein direkter Hinweis auf ihre Social Media-Angebote. Insgesamt kamen 20 verschiedene Social Media-Plattformen bei den Digital Streetwork-Projekten zum Einsatz.

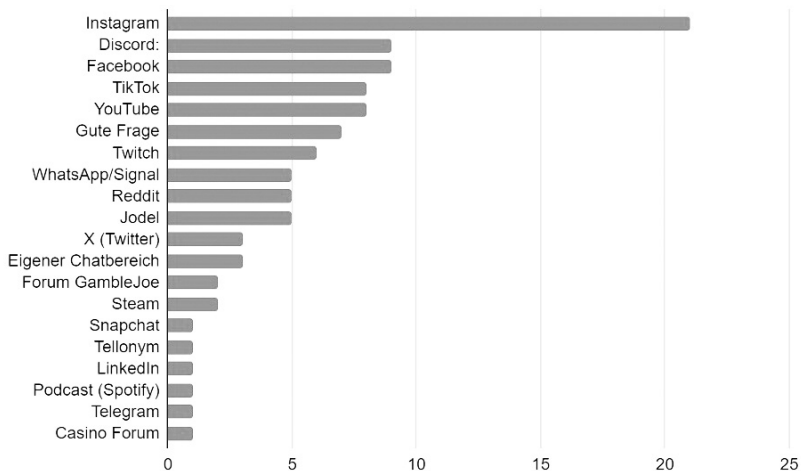


Abb. 1: Genutzten Plattformen, auf denen Angebote des Digital Streetwork/Online Streetwork platziert wurden.

Die meisten Digital Streetwork Angebote bieten auf der Plattform Instagram ihre Dienste an. Anschließend folgen Discord, Facebook, TikTok und YouTube, alles populäre Soziale Medien mit hohen Nutzungsanteilen in der Bevölkerungsstruktur der DACH-Region (Koch 2023). Einige Plattformen werden ausschließlich von speziellen Projekten genutzt, was auch mit der Zielsetzung zusammenhängen kann, sehr spezifische Zielgruppen auf eher kleinen, nischen-orientierten Plattformen zu erreichen (siehe z. B. Forum GambleJoe für Menschen mit Interesse am Glücksspiel). Die Angebotsübersicht gibt keinen Aufschluss über die Qualität oder die Art der dort stattfindenden Aktivitäten.

4.4 Ansprache in vielfältiger Form: Angebotsformen

Digital Streetwork als Methode der aufsuchenden Arbeit kann sich in der Ansprache durch Social Media in vielen Formen ausdrücken (vgl. Goldman 2021). Ein gemeinsames Merkmal der Plattformen ist, dass Nutzer:innen selbst Inhalte generieren („User-Generated-Content“) und diese für andere in Form von Text, Bild oder Video, sowie in Kombinationen von Text-Bild oder Text-Video sichtbar einstellen können. Diese Inhalte können in verschiedenen Öffentlichkeitsgraden veröffentlicht und unter unterschiedlichen Aspekten genutzt werden (vgl. Thimm u. a. 2017). Diese strukturellen Grundlagen haben auch Einfluss darauf, in welcher Funktion die Methode des Digital Streetwork aktuell eingesetzt wird.

Von den 35 einsehbaren Social Media-Profilen¹ lassen sich folgende Funktionen identifizieren:

- Öffentlich einsehbare Kommunikation mit Adressaten:innen: 33 Profile
- Profil vorhanden, aber keine öffentlich einsehbare Kommunikation: 16 Profile
- Zugang nur über Anmeldung möglich: 18 Profile
- Content Creating im Bereich Digital Streetwork: 10 Profile
- Eher Öffentlichkeitsarbeit, informierend, „hinreichend“: 6 Profile

Die meisten Profile ermöglichen eine öffentlich einsehbare Kommunikation mit ihren Adressat:innen (33 Profile). Ob und wie diese Kommunikation erfolgreich und ob sie wirksam ist, kann an dieser Stelle nicht bewertet werden. Darüber hinaus gibt es Angebote und Kanäle, bei denen zwar ein Profil einsehbar ist, der Zugang jedoch nur über eine Anmeldung möglich ist (18 Profile). Es ist auch unklar, was sich hinter Verweisen auf Plattformen wie Discord verbirgt, wo eine Anmeldung und teilweise auch die Zustimmung anderer (z. B. durch Administrator:innen) notwendig ist, um Zugang zu erhalten. In Bezug auf die Erreichung der Zielgruppe kann es jedoch vorteilhaft sein, dass diese bereits einen Account besitzen und somit, wie im Beispiel von Discord, leicht Zugang erlangen können. Ein weiterer Teil der Profile engagiert sich vor allem in der Inhaltsproduktion, um mit der anvisierten Zielgruppe in Austausch zu treten (10 Profile).

1 Innerhalb der Projekte existieren zum Teil mehrere Social Media-Profile, die verschiedenen Mitarbeitenden zugeordnet werden können.

Der Zusammenhang mit den Logiken und dem Aufbau der Social Media-Plattformen wird am Beispiel von TikTok deutlich: Alle Projekte, die einen Account auf TikTok haben, müssen Inhalte erstellen, um überhaupt als Profil und Angebot sichtbar zu werden. Sie sind durch die Plattform und ihrer eigenen Logik nahezu dazu gezwungen, die Methode des Content Creating im Bereich Digital Streetwork anzuwenden, da sonst das Erreichen der Zielgruppe über diese Plattform strukturell fast unmöglich ist (vgl. Zeh 2020). Hier ist die algorithmisch und an nutzungsverhalten orientierte Ordnung der UGC auf TikTok ein starker Teil der Plattformfunktion, das diese wiederum einen entsprechenden Anteil in der Ausführung des Digital Streetwork auf TikTok hat. Dies verweist möglicherweise auch auf eine Verhältnisklärung mit der Infrastruktur Plattform selbst, in dem Digital Streetwork Projekte auf TikTok auch in den Kontakt gehen müssen, um möglicherweise eine privilegierte algorithmisch basierte Ausspielung ihres Angebotes auf TikTok zu erhalten. Es bleibt zu klären, inwiefern es eine Ausgewogenheit des Digital Streetwork zwischen dem Anteil von Content Creating, d.h. mediengealterischen Inhalten und den beziehungsgestalterischen Elementen gibt. Nicht zuletzt wird an diesem Spannungsverhältnis deutlich, das Digital Streetwork zum Teil einer konsumerisch-orientierten „Content“Logik von Plattform ausgesetzt ist, die Daten produziert und ihre daran geknüpften gewinnorientierte Verwertungslogik mitbefördert.

5 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme haben gezeigt, dass Digital Streetwork-Projekte im deutschsprachigen Raum eine breite Vielfalt in Formen, Ansprachen und Ausgestaltungen zeigen, wobei besonders viele in Berlin angesiedelt sind. Die Hauptzielgruppe besteht aus jungen Menschen, wobei die Angebote meist lokal im Internet für Jugendliche der jeweiligen Stadt angeboten werden. Ein signifikanter Teil der Projekte fokussiert auf Präventionsarbeit in Bereichen wie Extremismus, Sucht, Glücksspiel und Wohnungslosigkeit. Einige Projekte praktizieren hybrides Streetwork oder schulen Multiplikator:innen in digitalen Kompetenzen.

Die Mehrheit der Digital Streetwork-Projekte nutzt Instagram für ihre aufsuchende Arbeit, gefolgt von anderen populären Plattformen wie Facebook und YouTube. Auch Nischenforen werden gezielt für die Ansprache genutzt. Ein innovativer Ansatz ist das Content Creating, das über visuelle Inhalte (z. B. Memes) Interaktion und Information bietet. Die Projekte arbeiten überwiegend online, einige in hybrider Form. Es lassen sich zwei Hauptarten der Digitalisierung unterscheiden: die Digitalisierung Regelangebote durch Digital Streetwork und die Digitalisierung von Streetwork-Angeboten selbst. Einige Projekte adressieren spezifische Folgen der Digitalisierung, wie den veränderten Informationszugang durch Social Media.

6 Diskussion

Insgesamt ist der Bereich der aufsuchenden Arbeit in eine Digitalisierung des Ansatzes getreten und hat bisher in 22 Projekten Anwendung gefunden und sich so ausdifferenziert entwickeln können. Das zeigt sich darin, dass die Zielgruppe junger Menschen für fast alle Projekte zutrifft, diese aber zumal auch in verschiedenen Themenbereichen ausdifferenziert ihr Digital Streetwork Angebot setzten (z. B. Sucht, Extremismus, themenoffen, Desinformation). Auch das dieser Ansatz speziell auf Migrant:innen und Menschen mit Fluchterfahrungen angewandt wird, macht deutlich, dass es zunächst vermutlich prototyp-artige Ausführungen auf Social Media gab, mit Zielgruppen in Kontakt zu kommen, und diese dann vermutlich als Folie für Weiterentwicklung geführt hat. Im Vergleich zu den seit den 2000er sich etablierten E- und Onlineberatung (vgl. Weinhardt 2022) hat sich dieses Feld erst mit dem verstärkenden Nutzungsverhalten der Adressat:innen von Social Media entwickelt und eigene Angebotsformen angenommen – wie z. B. eine Content Creating Digital Streetwork – und daran angeknüpft neue Herausforderungen und Fragestellungen erzeugt, die es nun zu vertiefen gilt, so z. B. der Methodentransfer oder auch das Selbstverständnis von Digital Streetwork im Vergleich zu den klassischen Strukturen des Streetworks. Jedoch eröffnet auch die Digitalisierung von Ansätzen aufsuchender Sozialer Arbeit Fragen von spezifischen Kompetenzen, so stellen z. B. Helbig und Roeske (vgl. 2020) die Diskrepanzen dar, dass es trotz der technologischen Transformation bisher kein umfassendes Qualifikationsprofil für das fachlich Handeln mit digitalen Medien in der Sozialen Arbeit vorliegt. Im Fall des Digital Streetworks handelt es sich um ein sich etablierendes Arbeitsfeld, das wie dargelegt, sehr stark durch das Agieren in einer virtuellen Welt wie Social Media geprägt ist. Hier werden Fragen nach spezifischer Kompetenzbildung und Kompetenzhandeln bei den Digital Streetworkenden, insbesondere für die Arbeit in und mit Sozialen Medien deutlich. Inwiefern gibt dieses Arbeitsfeld mit seiner neuen Strukturellen Herausforderung, die durch die Soziale Medien entstanden sind, neue medienspezifisch-orientierte Kompetenzanforderungen an die Profession Sozialer Arbeit? Einen an die Praxis adressierten Einblick gibt hier z. B. Stix 2022, insbesondere die Kompetenzen zum Umgang mit Sozialen Medien.

Im nächsten Kapitel rücken die digitalen Kompetenzen im Bereich des Digital Streetworks in den Mittelpunkt, hier kann auf eine zahlreiche Begleitpublikation der 22 Digital Streetworkprojekte zugegriffen werden, die diese spezifischen Kompetenzen für den Bereich des Digital Streetwork z. T. sehr explizit und auch als Herausforderung benennen.

6.1 Digital Streetwork und Digitale Kompetenz

Für den Bereich der digitalen Kompetenz (hier wird nach dem Kompetenzbegriff von Vourikari u. a. 2022 verfahren) des Digital Streetwork sind besonders viele Pu-

blikation der letzten 12 Monate erschienen, die diese Aspekte thematisieren. Der Diskurs und die Beiträge verschieben sich von einer methodischen Beschreibung der Durchführung des Ansatzes in den 2017-2022 Jahren hin zur Diskussion von Fachstandards (so z. B. Erdmann u. a. 2023; Pfeffer-Hoffmann & Ferchichi 2024; Stieler 2023). Stieler selbst spricht von einer zunehmenden Institutionalisierung und Professionalisierung des Feldes Digital Streetwork (vgl. Stieler 2023, 16), in dem die spezifische Kompetenzausbildung eine große Rolle spielt. Dazu kommen Methoden und Herangehensweise, die Grundlagen einer sozialpädagogischen Lehre sind, die nicht eine spezifisch digitale Kompetenz bilden, aber Teil des sozial-professionellen Voraussetzung sind z. B. ein sozialpädagogische Qualifikation (vgl. Erdmann u. a. 2023, 24) eine Methodenset wie systemische Beratung, Reframing, machtsensible Kommunikation oder andere kommunikativ geschulte Konzepte (vgl. Hagemeyer & Stuißer 2020, 25-33), sowie ausreichende finanzielle und personelle Ressourcen (vgl. Dinar & Heyken 2017, 33ff.; Stieler 2023, 16). Digitale Kompetenzaspekte werden deutlich im *Umgang mit entgrenztem Arbeitskontext Social Media*. Dies meint die Gleichzeitigkeit von Kommunikation auf sozialen Medien als auch die Beratungsarbeit online von dem privaten (online)Leben abzugrenzen. Diese ist Teil einer digitalen Kompetenz, die von digital Streetworkenden erwartet wird (vgl. Erdmann u. a. 2023, 26; Pfeffer-Hoffmann & Ferchichi 2024, 40). *Die Vermittlung von Medienkompetenz/Informationskompetenz selbst als Aufgabe von Digital Streetwork* von medienpädagogischer Selbstbefähigung an die Adressat:innengruppe des Digital Streetwork kann Kernaufgabe der digital Streetwork Beratungstätigkeiten online bilden. Diese wird auch als eine Querschnittsaufgabe in der gesamten Tätigkeit von Digital Streetwork gesehen (vgl. Erdmann u. a. 2023, 17) und betrifft auch alle Felder der Kompetenzbildung. In manchen Projekten kann aber auch ein spezieller Teil der digitalen Kompetenz im Fokus des Digital Streetwork stehen, so z. B. insbesondere hier das Einordnen von Informationen und Datenaufbereitungen online (1) Umgang mit Informationen und Daten als auch (2) Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit, was zu mehr gesellschaftlicher Teilhabe und Informationskompetenz führt (vgl. Pfeffer-Hoffmann & Ferchichi 2024, 8), *Kommunikative Spezifika der Onlinewelt beherrschen und vermitteln – Verweisberatung an On- und Offlinestellen, Nutzung etablierter Methoden der Onlineberatung*. Die Nutzung bestehender Methoden der Onlineberatung wird von den meisten als eine wichtige Kompetenz angesehen, da zunächst schriftbasiert Beziehungsarbeit ausgebaut wird (vgl. Erdmann u. a. 2023), hier sind Kenntnisse synchroner und asynchroner Kommunikationssettings wichtig für die zielgruppengerechte Kommunikationsgestaltung online, als auch ein Wissen um die Möglichkeiten des Anschluss und der Verweisberatung in Beratungen vor Ort oder in virtuelle Hilfestrukturen hinein (vgl. Pfeffer-Hoffmann & Ferchichi 2024). Auch *Rechtskenntnisse über Internet und Medienrechte, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte, Datenschutz* sind erforderlich. Pfeffer-Hoffmann und Ferchichi (2024)

gehen explizit in ihren Standards für das Digital Streetwork auf den Umgang mit Erschleichen von Beratungsleistung und unerlaubter Rechtsberatung ein, da es offensichtlich in ihrer Praxis häufig auftritt – hier wird vor allem Gegengesteuert: Als Digital Streetworker:in ist es notwendig, über eine umfassende Kenntnis von Internet- und Medienrecht, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte, Datenschutz zu verfügen, da sie Grundlage der Beratungstätigkeiten sind (diese sind keine Rechtsberatung). Dazu gehören auch der Umgang mit Sicherheiten für sich selbst, auch der Klient:innen/Adressat:innen insbesondere bei Fragen von Äußerungsdelikten (wie z. B. Hatespeech) und auch erweiterter Kenntnis von Medien und Internetrecht (vgl. auch Erdmann u. a. 2023).

Auch *Kenntnisse über Plattformen und ihre (Sub)kulturelle Nutzung* „Streetcredibility“/Digitale Feldkompetenz werden aufgeführt. Wissen um die Nutzungsmuster, aber auch die kontinuierliche Veränderung von Technik sind notwendig, um als Digital Streetwork Projekt die gewünschten Zielgruppen zu erreichen. Darüber hinaus gilt es auch Anspracheformen zu haben, die der (sub)kulturellen Nutzung der spezifischen Communitys entspricht und auch möglicherweise diese im Laufe eines Projektes zu ändern. Stieler (2023) spricht hier auch von „Gatekeepern“, die wichtig sind, um sich einen Zugang zu Communities zu erschließen, dies können Administrator:innen von Gruppen und Foren sein, dies wird bei Erdmann (2024) und Erdmann u. a. (2023) benannt als auch bei den Expert:innen Interviews bei Wiedel (2022). Bei keiner Kompetenzanforderung sind sich fast alle Publikationen so einig – die Fähigkeit sich online entsprechend im virtuellen Raum gut zu bewegen und dort auch ansprechend kommunizieren scheint das zentralste Element der digitalen Kompetenzanforderung an Digital Streetwork zu sein. Darüber hinaus sind *Kenntnisse zur Inhaltserstellungen* „Content Creation“ auf Social Media (vgl. Hagemeyer & Stuißer 2020) zentral, besonders bei spezifischen Plattformen wie TikTok. Stieler (2022) und Erdmann u. a. (2024) beschreiben die mediengestalterischen Formen von content-based Streetwork, d. h. insbesondere Kenntnisse zur Erstellung und Verbreitung von visuellen Inhalten auf Social Media. *Kenntnisse über technische Entwicklungen* (Analysetools, Kampagnen und KI. Assistenz) sind für die Dokumentation der Beratungs- und Unterstützungsmöglichkeiten von Digital Streetworker:in wichtig. Für die Tätigkeit des Digital Streetworks sind Monitoringtools und technische Lösungsangebote als auch KI Assistenzen zu nutzen, um die speziellen Zielgruppen zu erreichen und diese auszuwerten und anonymisiert zu dokumentieren. Zu dieser Anforderung findet sich am meisten bei Pfeffer-Hoffmann und Ferchichi (2024), insbesondere zur Entwicklung und Unterstützung eines Digital Streetwork mit Bots und KI basierten Sprachassistenzen bei Lehmann u. a. (2021). Eine *professionelle Selbstpräsentation im Social Web und Reflektion der Rahmenbedingungen* sind weitere Punkte, in dem sehr viel Einigkeit seitens der diversen Publikation besteht. Die professionelle Selbstpräsentation auf Social Media, die Art, die Ansprache und die Angebotsform nach Plattform und nach Projekt

und Zielgruppe kann sehr variieren, aber viele eint der Anspruch darüber, Transparenz über ihre Arbeit zu erzeugen (dazu z. B. Hagemeyer & Stuißer 2020; Pfeffer-Hoffmann & Ferchichi 2024; Stieler 2023).

6.2 Schlussfolgerungen und Limitationen

Die digitale Kompetenzbildung im Bereich Digital Streetwork/Online Streetwork konzentriert sich hauptsächlich auf Kommunikation und das Angebot Sozialer Arbeit in sozialen Medien. Die größte Relevanz aus praktischer Sicht liegt bei der digitalen Feldkompetenz. Allerdings weist der digitale Kompetenzbegriff im Kontext von Digital Streetwork Limitationen auf, insbesondere bei politischen Dimensionen und den Bedingungen der Digitalisierung. Stieler (2023) betont die ethischen Aspekte und die Herausforderungen durch kommerzielle Plattformlogiken, die Einfluss auf Interaktion und Zielgruppenerreichung haben.

Die Notwendigkeit, umfassende digitale Kompetenzen zu vermitteln und Digital Streetwork als ein sich entwickelndes Feld zu verstehen, eröffnet Perspektiven für zukünftige Diskussionen im Feld. Eine systematische Implementierung von aufsuchender digitaler Sozialarbeit als Teil von Lehre im Rahmen von Kompetenzangeboten oder auch Studienschwerpunkten von Digitalisierung Sozialer Arbeit existiert zum Zeitpunkt des Verfassens des Artikels nicht.

Literatur

- Alfahel, Alaa/Aboassi, Maamoun/Vochin, Mihaela-Violeta/Stapf, Tobias (2021): „Digital Streetwork“ in Berlin auf neuen Wegen. Bericht des Projektes „Neu in Berlin Plus“ im Jahr 2021. Berlin: Minor. Online unter: https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2022/03/NiB_Abschlussbericht_22-03-15.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Dinar, Christina/Heyken, Cornelia (2017): Digital Streetwork – Pädagogische Interventionen im Web 2.0. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. Online unter: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2018/08/digital_streetwork_web-1.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Erdmann, Julian/Brüggen, Niels (2023): Digital Streetwork – Bericht der wissenschaftlichen Begleitung des Modellprojektes in Bayern im Jahr 2022. München: JFF. Online unter: https://www.jff.de/fileadmin/user_upload/jff/projekte/DSW/jff_muenchen_2023_veroeffentlichung_digital_streetwork.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Erdmann, Julian/Brüggen, Niels/Degen, Katrin (2024): Bericht der wissenschaftlichen Begleitung von Digital Streetwork für das Jahr 2023 | Fokus: Klient:innen. München: JFF. Online unter: <https://www.jff.de/schwerpunkte/projekt-detail/digital-streetwork-bericht-der-wissenschaftlichen-begleitung-2023/> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Erdmann, Julian/Jonas, Lutz/Degen, Katrin (2023): Qualitätsstandards für Digital Streetwork. München: Bayerischer Jugendring K. d. ö. R. Online unter: https://shop.bjr.de/media/pdf/91/a9/ef/2024-01-10-Qualitätsstandards-Digital-Streetwork_final.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Goldman, Eric (2021): Content Moderation Remedies. In: Michigan Technology Law Review 28 (1), 1-59. Online unter: <https://ssrn.com/abstract=3810580> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Hagemeyer, Andre/Stuißer, Adrian (2020): Online-Streetwork. Ein erweiterter Ansatz der aufsuchenden Jugendarbeit & Radikalisierungsprävention. Berlin: streetwork@online. Online unter: https://fachforum-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2022/09/Stieler_Kurzvortrag_Digital-Streetwork.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).

- Helbig, Christian/Roeske, Adrian (2019): Digitalisierung in Studium und Weiterbildung der Sozialen Arbeit. In: Kutscher, Nadia/Ley, Thomas/Seelmeyer, Udo/Siller, Friederike/Tillmann, Angela/Zorn, Isabel (Hrsg.). *Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung*. Weinheim: Beltz Juventa, 333-346.
- Hey, Patrick/Schüürmann, Svenja/Stieler, Mara/Lehmann, Robert (2022): Erfolgsfaktoren des Projektes Streetwork im Netz – Erste Ergebnisse des Modellprojekts zur Qualitätssicherung der webbasierten aufsuchenden Sozialarbeit von Condrops e.V. In: *Suchttherapie* 23 (1), 53.
- James, Katy L./Randall, Nicola P./Haddaway, Neal R (2016): A Methodology for Systematic Mapping in Environmental Sciences. *Environmental Evidence* 5 (1), 7.
- Kanitz, Juliane/Imhof, Willi/Konradi, Moritz (2022): Evaluation Streetwork@online. Online unter: <https://camino-werkstatt.de/publikationen/evaluation-streetwork-online> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Koch, Wolfgang (2023): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023. Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt – Instagram ist die Plattform Nummer eins. In: *Media Perspektiven* 26, 1-8.
- Lehmann, Robert/Albrecht, Jens/Domes, Michael/Petric, Ronald/Brad, Marion/Burkhardt, Jennifer/Kiener, Dagmar (2021): Gutachten über die Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher-Intelligenz-Software in aufsuchenden, digitalen Angeboten der Migrationsberatung im Rahmen des Projektes „Fem. OS – Aufsuchendes Orientierungs- und Beratungs-System in den sozialen Medien für Migrantinnen“. Online unter: https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2022/05/Minor_Fem.OS_Gutachten_Kuenstliche_Inteligenz_in_der_Migrationsberatung_2021.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Patil, Akshita/Pamnani, Jayesh/Pawade, Dipti (2021): Comparative Study Of Google Search Engine Optimization Algorithms: Panda, Penguin and Hummingbird. In: 6th International Conference for Convergence in Technology (I2CT). Maharashtra, India: IEEE, 1-5.
- Pfeffer-Hoffmann, Christian/Ferchichi, Rossina (Hrsg.) (2024): Migrationsberatung in sozialen Medien – Beratungsrichtlinien. Online unter: https://www.eumigra.de/files/EUmigra/Artikel_EUmigra/Aktuelles/Materialien/CADS_Beratungsrichtlinien-4.0_24-01-21.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Salehi, S./Ashman, H./Du, J. T. (2018): Use of Web search engines and personalisation in information searching for educational purposes. In: *Information Research* 23 (2). Online unter: <http://InformationR.net/ir/23-2/paper788.html> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Steinmaier, Daniel/Kalkmann, Michael/Stapf, Tobias (2018): Digital Streetwork in der Asyl- und Migrationsberatung. Berlin: Informationsverbund Asyl und Migration e.V. & Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung. Online unter: https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2018/08/Minor_DigitalStreetwork_18-08-29.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Stieler, Mara (2022): „aufsuchende digitale Beratungsmethoden. Handlungsleitfaden der wissenschaftlichen Begleitforschung des Projektes JMD DIGITAL – Virtuelle Beratungsstrukturen für ländliche Räume. Online unter: https://www.jugendmigrationsdienste.de/fileadmin/media/jmd-digital/Leitf%C3%A4den/IEB_Leitfaden_Aufsuchende_digitale_Beratungsmethoden.pdf (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Stieler, Mara (2023): Von der Straße ins Netz: Aktuelle Entwicklungen der Digital Streetwork. Gehalten auf der Fachforum Onlineberatung, Nürnberg. Online unter: <https://fachforum-onlineberatung.de/fachforumarchiv/von-der-strasse-ins-netz-aktuelle-entwicklungen-der-digital-streetwork/> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Thimm, Caja/Anastasiadis, Mario/Einspänner-Pflock, Jessica (2017): Deliberation im Netz – Formen und Funktionen des digitalen Diskurses am Beispiel des Microbloggingsystems Twitter. In: Krotz, Friedrich/Despotović, Cathrin/Kruse, Merle-Marie (Hrsg.): *Mediatisierung als Metaprozess*. Wiesbaden: Springer, 259-80.
- Vuorikari, Riina/Kluzer, Stefano/Pumie, Yves (2022): DigComp 2.2. The Digital Competence Framework for Citizens: With New Examples of Knowledge, Skills and Attitudes. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Online unter: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128415> (Abrufdatum: 30.04.2024).
- Weinhardt, Marc (2022): Offene Fragen an die Hilfeform Beratung im Spannungsfeld zwischen Digitalität und Digitalisierung. In: *Ethik Journal* 8 (1), 1-15.
- Wiedel, Fabian (2022): Digital Streetwork: Zur Notwendigkeit einer aufsuchenden, psychosozialen Medienpädagogik bei exzessiver Internetnutzung am Beispiel des Gaming. München: kopaed.
- Zeh, Miriam (2020): TIK TOK. In: *POP* 9 (1), 8-15.

Autorin

Dinar, Christina, M. A.

Orcid: 0009-0003-9308-8952

Wissenschaftliche Mitarbeiterin mit Fachgebiet „Soziale Arbeit und Digitalisierung“ an der Katholische Hochschule für Sozialwesen Berlin.

Arbeitsschwerpunkte: Digitalisierung Sozialer Arbeit, Regelbildung in digitalen Räumen, Digital Streetwork.