

Barcamp Generation Digital, 14. November 2020

Die Inhalte dieses Skript wurden im Rahmen des BarCamps von den Teilnehmenden erstellt. Für eine bessere Lesbarkeit wurde es gebündelt, gegliedert und formatiert.

1. Kurz-Vortrag „Digitale Jugendarbeit“

PowerPoint Präsentation mit Vortragsnotizen verfügbar unter: <https://www.ejb.de/was-wir-machen/konzeption-praxisentwicklung/> (Stichwort „Digitale Jugendarbeit“)

Europäische Guidelines zur digitalen Jugendarbeit verfügbar unter:

https://www.digitalyouthwork.eu/wp-content/uploads/sites/4/2019/11/Europaeische_Leitlinie_fuer_digitale_Jugendarbeit.pdf

2. Session „Konsumenten oder Produzenten“

Soziale Netzwerke sind für junge Menschen allgegenwärtig. Wie können wir / wie nutzen wir bereits soziale Medien für die Interaktion und den Mehrgewinn bei uns und den jungen Menschen, neben der reinen Informationsübermittlung? Wie kann man sich beispielsweise durch das Influencer_innenformat inspirieren lassen?

a. Beispiele

- Beispiel: Dekanin Landshut, viele Follower_innen auf Insta, Was macht eine Dekanin so?
- Beispiel: Online-Andachten von Pastorin aus Hamburg
- Es gibt eine Art „Kirchenbubble“ auf Instagram
- Die Evang. Jugend Bayern (@ejbayern) hat ein Instagram Konzept. Motto: #ehrenamtlicheunterwegs (rein ehrenamtlich geführt - in Rückbindung an HBs). Das stößt auf reges Interesse. Der Wunsch ist, dass solche Konzepte geteilt werden als Grundlage auch für Jugendwerke/Ortsgruppen. Dann kann man darauf aufbauen.
- Leifaden zur Erstellung eines Social-Media-Konzepts gibt unter <https://www.ejb.de/was-wir-machen/oeffentlichkeits-pressearbeit/> im Punkt "Beratung"
- Die Landesjugendkammer hat in der Herbst-Vollversammlung ein Kommunikationsstrategiepapier beschlossen. Wer Interesse an dem Papier in vorläufiger Version Interesse hat, bitte an Marlene Altenmüller wenden.

b. Instagram als Medium nutzen

- Instagram als Möglichkeit Geschichten zu erzählen und die Menschen mit reinzunehmen. Diese Stories können interaktiv sein. Stories erzeugen Nähe, man wird direkt angesprochen.
- keine Werbung (wie auf facebook), sondern den Spirit, den man hat, mitgeben und Gefühle überbringen
- Text im Bild funktioniert viel schlechter als nur Bilder, weniger Informationssuche, Nähe und Emotionen werden gesucht und sollen erzeugt werden, Geschichten und Veranstaltungen begleiten
- Die Menschen liken vor allem Bilder und Kanäle, in denen sie sich wieder erkennen. zB nach Konferenz/Aktionen. Es funktioniert über Personen und einen Bezug zum Alltag!
- Welche Gefühle und Botschaften wollen wir überbringen? Das sollte sich in den Bildern widerspiegeln.

- -> Sticker können helfen, Stories sind auch ein guter Zugang, um Stimmung rüber zu bringen
 - Kreative Fotos zu machen ist eine Herausforderung!
 - Es ist kein Einbahnstraßenmedium. Es lebt vom Dialog. Die Interaktion ist in Stories eher begrenzt auf spontane Antwortmöglichkeiten. zB ein Wort. Antworten müssen auch wieder aufgenommen werden
 - Instagram ist schnell und spontan, ein Wohlfühlerlebnis,
 - Reposten ist auch eine gute Möglichkeit, sollte aber nicht alleine dastehen. Der Netzwerkcharakter ist positiv, aber irgendwann geht der Inhalt verloren. Außerdem muss man den Inhalt prüfen!
 - Es kommt auf die Art und Weise an, wie man das Medium nutzt. Man kann es bei schlechter Umsetzung auch als Anti-Werbung bezeichnen! Vielleicht kann das auch motivieren: Der bisherige Auftritt ist qualitativ schlecht, aber jemand hätte ehrenamtlich Lust das zu übernehmen, findet da seinen oder ihren Platz?
- c. Zielgruppe und Evaluation
- SocialMedia Kontakte evaluieren: welche Posts werden geklickt, wo findet Interaktion statt.
 - Es hängt an der eigenen Zielgruppe, was am besten wo passt: Feed, Stories, Live... Ausprobieren und testen - hinterher sieht man, was am besten ankommt.
 - Will man die eigenen Leute oder auch "Neue" erreichen (dazu könnte man bspw. # nutzen, um gefunden zu werden)
 - Idee: das im Team zur Konzeptfrage machen, da kann man gemeinsam beratschlagen, planen, Erfahrungen sammeln und auswerten
- d. Verantwortlichkeit definieren
- Wichtigkeit dieser Formate betonen: Jemand ist dafür tatsächlich zuständig -> eigener Arbeitsbereich! Wo liegt in der Jugendarbeit der Mehrwert, auch außerhalb Leute zu erreichen (Werbung)?
 - Es ist wichtig, dass bei Veranstaltungen das als Arbeitszeit und Verantwortungsbereich eingeplant wird. Das kann auch Stress erzeugen: man sitzt in der Veranstaltung am Handy und muss zeitnah posten
 - Idee: vorab Redaktionsplan erstellen - das erleichtert das Zeitnahe, man kann vorformulieren
 - Es muss auch Spaß machen, sonst kommt nichts rüber. Wenn man als Hauptberufliche_r keine Lust hat, dann ist es gut, wenn man sich Ehrenamtliche sucht, die darauf Lust haben, aber dass es niemand macht, ist heutzutage weniger die Option
- e. Technische Fragen
- Diskussionen sind schwieriger, wenn sich mehrere hinter einem Account verbergen
 - Reels sind neu, Frage ob Jugendliche mehr Tiktok als Reels nutzen?
 - Wir sind auch der App ausgeliefert, welche Funktionen sie anbietet

3. Session „Großveranstaltungen im digitalen Raum durchführen“

- a. Dezentrale Organisation über "Bereichsverantwortungen".
Organisationsteam hat einige konstante Personen. Das Programm ist in "Bereiche" aufgeteilt, die die einzelnen Teile abbilden. Ein_e EA oder HB ist "Bereichsleitung" und erhält als Vorgabe die Aufgabenbeschreibung. Über die Aufgabenbeschreibungen steuert die Gesamtleitung das Geschehen und die Stoßrichtung der Inhalte.
Die Bereichsleitung hat die Verantwortung und die Umsetzung, wir (Gesamtleitung) stellen die Ressourcen. Das Team sucht sie sich selbst. Der Vorteil ist, dass die Leute frei sind, ihre Kreativität und ihre Ideen einzubringen.

Flinga Whiteboard <https://flinga.fi/>

Etherpad <https://yopad.eu/>

- b. Durchführung:
- Zoom, BreakoutSessions
 - getaktete Veranstaltung: 1h Slots, 45 Min Programm, 15 Min Pause, stündlicher Einstieg
 - Programm auf Homepage
 - z.B. OBS <https://obsproject.com/de> für Lauftexte unter den Videos
 - gemeinsame Andacht (ggf. mit eingespielten, aufgenommenen Videos), Liveandacht

4. Session: Nicht nur jetzt, sondern generell digital – Best Practice.

Diskussion: Ist Digitalität eine Kulturtechnik, die es neu zu lernen gilt? – Vielleicht eher nicht, denn es transformiert bisherige Kompetenzen ins Digitale. Vieles was wir tun, lässt sich in den digitalen Raum integrieren.

Es ist auch eine Frage des Levels. Internet 1.0 übersetzte analoge Inhalte ins Digitale. Nun geht es um eine neue Form der Interaktion und Kommunikation. Z.B beim Gottesdienst: Wann bringt ein Stream bzw. ein digitales Format ein ähnlich intensives Erleben, wie ein Präsenztreffen?

a. Beispiel EJ Untermain

- Eigenes Hosting einer Nextcloud Lizenz. Die Dateien werden je nach Team und Zugriffsberechtigung an die Nutzer_innen freigegeben. Alle Gemeinden haben einen Ordner in der Cloud und alle Teamer_innen einen Account. Alle Dateien des Jugendwerks sind komplett in die Cloud integriert.
- Wiki: zusammen mit einem Wiki wird Wissen weitergegeben und die Dateien mit der Nextcloud verlinkt. So werden neue Ehrenamtliche eingearbeitet und das Wissen bleibt verfügbar. Das Wissen kann so leicht transferiert werden
- Wordpress Blog statt Papier und H5P als Wissensmanagement für die Mitarbeitendenbildung. So können Unterlagen, Videos, Handlungsszenarien für die Bildungsarbeit gemanaged werden. <https://bildung.ej-untermain.de/>
- Actionbound beim dekanatsweiten Konfitag
- 360° Fotografie für Kirchenräume <https://www.ej-untermain.de/aktionen/offene-kirchen-am-untermain/>
- Digitale Spielenacht <https://www.ej-untermain.de/gamenight/>
- Openslides in der hybriden Gremienarbeit
- Videokonferenzräume gestalten

b. Haltung

Entscheidend für den Einsatz digitaler Tools ist die Haltung: Offenheit, Zusammenarbeit, Gerne Wissen teilen, Wissen ist nicht mehr Macht, Netzwerkdanken, Sich selbst entbehrlich machen...

c. Diskussion

- Wie könnte eine Bayernweite Lösung aussehen? Gibt es ein Standardprogramm, das passen könnte? Müsste man nicht ggf. manche Dinge für Hauptberufliche verpflichtend machen?
→ Das braucht eine gesamtkirchliche IT Strategie. Hier arbeitet das Landeskirchenamt daran.
→ der ejb Manager ist ein erster Schritt in diese Richtung
→ Welche Lösungen kann man bayernweit "zum Einkauf" anbieten? (zB über Rahmenverträge) – das AfJ arbeitet an einer Rahmenvereinbarung mit OpenSlides.
- ELKB Cloud: Es gibt schon mehr gute Tools. Aber Ehrenamtliche müssen beim ELKB Account schneller und einfacher reinkommen. Der Antragsweg ist ggf. zu kompliziert.
- ejb Cloud: Läuft in Zusammenarbeit mit ELKB-IT, soll mittelfristig für Jugendwerke geöffnet werden

d. Sammlung von Best Practices und Tools

Zur Zusammenarbeit:

<https://www.mentimeter.com/>

<https://slack.com/intl/de-de/>

<https://padlet.com/>

Spiele:

<https://spyfall.adrianocola.com/> Agentenspiel für bis 12 Personen – Videokonferenz zusätzlich nötig, kurzweilig und sehr interaktiv

<https://secrethitler.io/>

<https://codenames.game/>

<https://play.werwolfonline.eu/Werwolf.php>

<https://www.horsepaste.com/>

<https://kahoot.com>

<https://www.bigbreakhamburg.com/spiele/online-escape-game/>

<https://buzzin.live/>

<https://www.escape-the-boom.com/deutsch>

skribbl.io

Minetest-Akademie mit Einführung

<https://ev-akademie-wittenberg.de/minetest-akademie>

Sammlung: <https://hackmd.io/@joerglohrer/videokonferenzspiele>

Konferenztool: <https://www.wonder.me/>