

## Bestandesaufnahme von Angeboten und von kantonalen Strategien im Jugendmedienschutz

Im Rahmen der Umsetzung des Nationalen Programms Jugend und Medien hat das Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) die Arbeitsgemeinschaft Interface Politikstudien Forschung Beratung, Hochschule Luzern und evaluanda Genf beauftragt, eine Bestandsaufnahme zu den Informations-, Schulungs- und Beratungsangeboten im Bereich Jugendmedienschutz und Förderung von Medienkompetenzen durchzuführen. Zudem wurden die kantonalen Strategien zu diesem Themenbereich in allen Kantonen erhoben. Die Informations-, Schulungs- und Beratungsangebote sowie die kantonalen Strategien sind auf der Webseite [www.jugendundmedien.ch](http://www.jugendundmedien.ch) für die Öffentlichkeit zugänglich. In diesem Beitrag werden die wichtigsten Ergebnisse der Bestandsaufnahme vorgestellt.



**Ruth Feller-Länzlinger**

Interface Politikstudien Forschung Beratung Luzern



**Andreas Balthasar**

Interface Politikstudien Forschung Beratung und Seminar für Politikwissenschaft Universität Luzern

Die Grundlage für die nachfolgenden Ausführungen bildet eine Erfassung des im Internet zugänglichen Bestandes an Informations-, Schulungs- und Beratungsangeboten im Bereich Jugendmedienschutz und Förderung von Medienkompetenzen. Die Datenerfassung fand zwischen August und November 2011 basierend auf

einem Erhebungsraster statt, das mit Vertretenden des Bundesamts für Sozialversicherungen sowie mit der begleitenden Projektgruppe besprochen und in zwei Kantonen getestet wurde. Aufgenommen wurden Angebote, welche verschiedene Aspekte des Jugendmedienschutzes und/oder der Förderung von Medienkompe-

tenzen (insbesondere die Förderung der Nutzungskompetenz, der Rezeptions- und Reflektionskompetenz sowie der sozialen Kompetenz) thematisieren. Pro Kanton wurde zudem mindestens ein Beratungsangebot erhoben. Abschliessend wurden die Angaben zu den Informations- und Schulungsangeboten von den Anbietenden validiert und auf deren Vollständigkeit und Korrektheit überprüft.

Mit unserem Vorgehen waren wir bestrebt, eine möglichst vollständige Bestandsaufnahme aller Informations- und Schulungsangebote in der Schweiz zu erhalten. Die Aktivitäten und Angebote in den Bereichen Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung sind sehr dynamisch. Die Bestandsaufnahme kann daher weder absolut aktuell noch vollständig sein. So musste festgestellt werden, dass erhobene Angebote ein paar Wochen später bereits wieder vom Internet genommen oder durch neue Angebote ersetzt worden sind. Zudem wurden diejenigen Angebote erhoben, die im Internet zugänglich und in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch oder Italienisch publiziert waren. Es ist somit nicht auszuschliessen, dass weitere Angebote bestehen, die über andere Verbreitungskanäle oder in anderen Sprachen der Zielgruppe zugänglich gemacht werden.

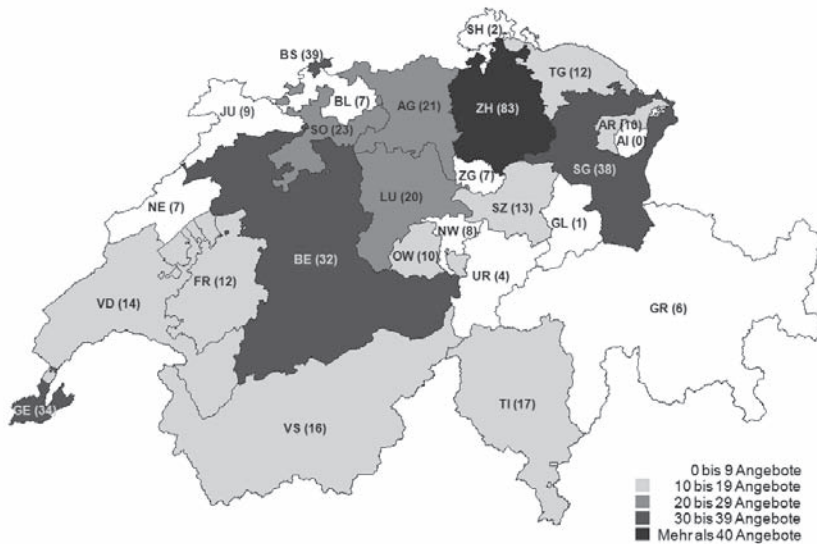
Was lässt sich nun über die eruierten Angebote aussagen?

### Grosses Angebot vor allem in einwohnerstarken Kantonen

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass der gesamten schweizerischen Bevölkerung ein umfangreiches Angebot an Informations- und Schulungsmaterialien sowie Beratungsangeboten zum Thema «Jugendmedienschutz» und Medienkompetenzförde-

**Anzahl Angebote pro Kanton (ohne schweizweite Angebote)**

**G1**



Quelle: Bestandsaufnahme Stand März 2012. N = 455. Anzahl Angebote pro Kanton in Klammern.

zur Verfügung steht. Es wurden 607 nationale und kantonale Angebote von insgesamt 217 verschiedenen Anbietenden identifiziert. Dabei handelt es sich um 377 Informationsangebote, 193 Schulungsangebote und 37 Beratungsangebote. Die nachfolgende Grafik **G1** zeigt die Verteilung der Angebote nach Kantonen.

Erwartungsgemäss weisen einwohnerstarke Kantone wie Zürich, St.Gallen, Bern und Genf die höchste Anzahl von Angeboten auf. Die

erfassten Angebote sind insbesondere für Personen zugänglich, welche eine der Landessprachen Deutsch, Französisch oder Italienisch beherrschen. Der Vergleich mit der schweizerischen Bevölkerungsstatistik aus dem Jahr 2009 zeigt, dass die Verteilung der Angebote in etwa deckungsgleich ist mit der Bevölkerungsverteilung in diesen Regionen (vgl. Tabelle **T1**). Dank der elektronischen Verbreitung vieler Informations- und Schulungsmaterialien sind die Zugriffs-

möglichkeiten in der Schweiz flächendeckend gewährleistet. 74 Prozent der Angebote stehen kostenlos zur Verfügung, was den Zugriff auf die Angebote zusätzlich erleichtert. Allerdings zeigt die Erfahrung der befragten KantonsvertreterInnen auf, dass viele Angebote in erster Linie von bereits gut informierten und motivierten Personen genutzt werden.

**Angebot an schriftlichen Materialien überwiegt**

Der grösste Teil der erhobenen Angebote sind schriftliche Materialien wie Broschüren, Flyer, Webseiten oder Lehrmittel. Interaktiv beziehungsweise partizipativ ausgerichtete Angebotsformen (Projektwochen, Kampagnen, interaktive Module usw.) sind weniger häufig zu finden. Die meisten der erfassten Beratungsangebote bieten Hilfe und Betreuung für Personen (und deren Angehörige), die von Spiel-, Computer- oder Internetsucht betroffen sind. Manche Angebote leisten auch Support bei anderen psychischen oder physischen Belastungen im Zusammenhang mit Medien, beispielsweise durch Cyberbullying, sexuelle Belästigung usw.

**Die Neuen Medien und ihre Anwendungen stehen im Vordergrund**

Bezüglich der von den Angeboten thematisierten Medientypen werden erwartungsgemäss am häufigsten Online- oder Internetangebote angesprochen, gefolgt von Medien allgemein, Telekommunikation und Computer- und Videospiele. Auch inhaltlich dreht sich bei der Mehrheit der Angebote alles um die Neuen Medien, das heisst um das Internet und seine Anwendungen wie Chats oder soziale Netzwerke. Entsprechend häufig werden auch die Gefah-

**Verteilung der Angebote im Vergleich zur ständigen Wohnbevölkerung<sup>1</sup>**

**T1**

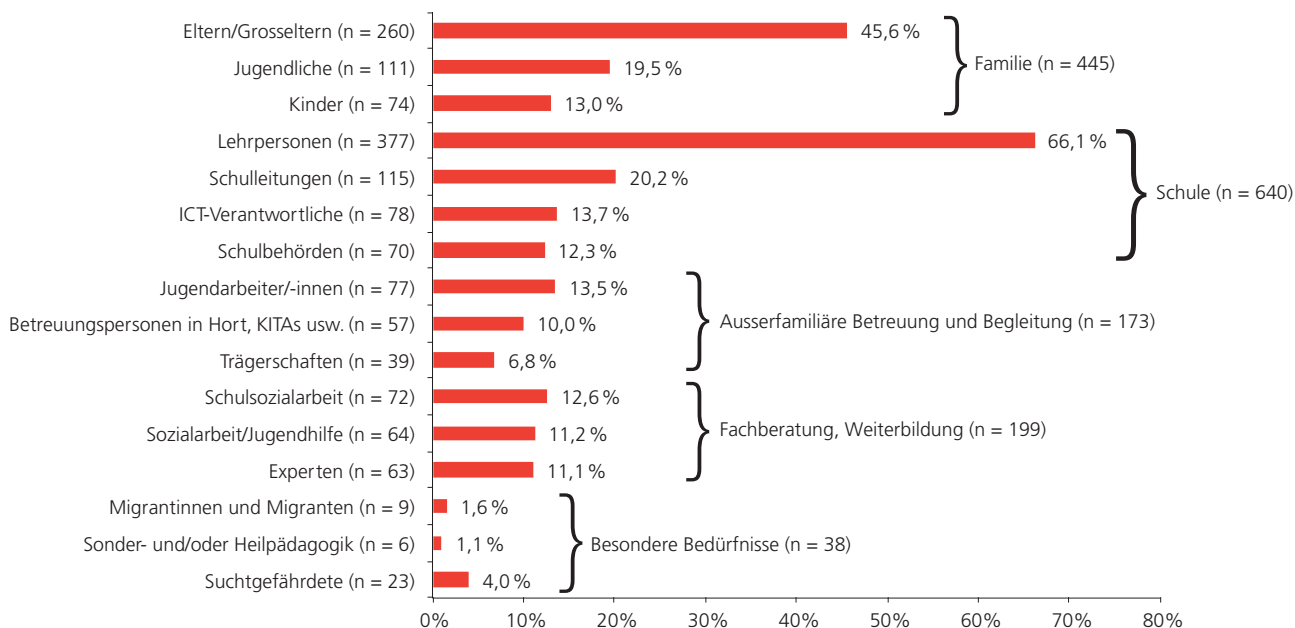
Kantone	Anteil der Angebote pro Region (n = 445)	Anteil der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz pro Region <sup>2</sup>
Deutschschweiz (n = 336) (AG, AI, AR, BE, BL, BS, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SH, SO, SZ, TG, UR, ZG, ZH)	75,5 %	70,3 %
Romandie (n = 92) (FR, GE, JU, NE, VD, VS)	20,7 %	25,4 %
Tessin (n = 17)	3,8 %	4,3 %

Quelle: Bestandsaufnahme Stand März 2012

1 Ohne schweizweite Angebote.  
2 Bundesamt für Statistik (2009): Ständige Wohnbevölkerung (Total) nach Kantonen und Alter, 2009. [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/data/01.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/data/01.html), Zugriff am 23.4.2012.

Anzahl erhobene Angebote nach Zielgruppen und Settings

G2



Quelle: Bestandesaufnahme Stand März 2012. Prozente basieren auf dem Total der Fälle (n = 570, ohne Beratungsangebote).

ren wie Missbrauch, Datenschutz, Pornografie, Sucht usw. in Verbindung mit dem Umgang mit Neuen Medien in den Angeboten thematisiert. Die Zielsetzung der Angebote liegt in der grossen Mehrheit in der Sensibilisierung und der Prävention.

**Viele Angebote für Eltern und Lehrpersonen**

Die Bestandesaufnahme differenziert die Zielgruppen in fünf Settings: Familie, Schule, ausserfamiliäre Betreuung und Begleitung, Fachberatung und Weiterbildung sowie Gruppen mit besonderen Bedürfnissen, wie MigrantInnen, Sonder- respektive HeilpädagogenInnen und Suchtgefährdete. Die Grafik G2 zeigt, an welche Settings sich die identifizierten Angebote richten.

Aus der Darstellung wird deutlich, dass sich die Angebote in erster Linie an Lehrpersonen und Eltern richten, welchen eine wichtige Rolle bei der Förderung eines kompetenten Umgangs mit Medien zugesprochen wird.

Auch andere Lehr- und Betreuungspersonen (ICT-Verantwortliche, JugendarbeiterInnen, [Schul-]SozialarbeiterInnen usw.) aus dem unmittelbaren Umfeld der Kinder und Jugendlichen können auf ein reiches Angebot zurückgreifen.

**Migrationsbevölkerung und altersspezifische Bedürfnisse bei den Angeboten noch wenig berücksichtigt**

Hingegen konnten im Internet eher selten Angebote für die Migrationsbevölkerung in einer Nichtlandessprache ausfindig gemacht werden. Insgesamt wurden siebzehn solche Angebote identifiziert. Es handelt sich dabei zumeist um mehrsprachige Broschüren, Merkblätter oder andere schriftliche Informationsmaterialien für Eltern. Da nur Angebote erhoben wurden, die im Internet zugänglich und in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch oder Italienisch publiziert waren, bleibt offen, ob allenfalls weitere Angebote für die Mi-

grationsbevölkerung in ihrer Landessprache (online oder in anderer Form) zur Verfügung stehen.

Rund ein Drittel der Angebote ist direkt an Kinder und/oder Jugendliche gerichtet. Im Fokus stehen vor allem Kinder und Jugendliche der Mittel- bis Sekundarstufe II. Generell wird bei den Angeboten wenig berücksichtigt, dass Kinder und Jugendliche eine sehr heterogene Gruppe mit ungleichen Bedürfnissen sind. So finden sich zum Beispiel selten Angebote, welche sich an jüngere Kinder richten. Auch sind Angebote weniger häufig, welche die unmittelbare und die partizipative Auseinandersetzung mit den Neuen Medien fördern.

**Wichtigste Anbieter sind gemeinnützige Organisationen und Kantone**

Die verschiedenen Materialien und Angebote werden von 217 sehr unterschiedlichen Trägerschaften zur Verfügung gestellt. Die meisten Angebote stammen von gemeinnützigen

Organisationen, welche in der Suchtprävention, der Kinder- und Jugendförderung, der Familienberatung, im Kinder- und Jugendschutz, in der Kriminalprävention, im Datenschutz und in der Gesundheitsförderung tätig sind. Zudem gibt es eine Anzahl gemeinnütziger Vereine und Initiativen, die mit dem konkreten Ziel des Jugendmedienschutzes und/oder der Medienkompetenzförderung gegründet worden sind. Eine zweite wichtige Gruppe von Anbietern stellt die öffentliche Verwaltung dar. Dazu gehören kantonale und kommunale Ämter aus den Politikbereichen Bildung, Gesundheit, Sicherheit und Soziales. Auch Angebote von Einzelpersonen sowie von kleineren und grösseren Unternehmen aus der Privatwirtschaft konnten gefunden werden.

### Optimierungsmöglichkeiten

Die grosse Anzahl an Anbietenden bringt es mit sich, dass es gewisse Überschneidungen in den gewählten Themenbereichen gibt. Eine verbesserte Koordination der Anbietenden und Angebote könnte dazu beitragen, dass Synergien genutzt und die vorhandenen Ressourcen effizient eingesetzt werden, sodass den Zielgruppen eine gut strukturierte und nachhaltige Angebotspalette zur Verfügung steht. Auch deuten die Gespräche mit Vertretenden von kantonalen Fachstellen darauf hin, dass nicht primär neue Angebote geschaffen werden müssen. Vielmehr sollen die bestehenden Angebote so konzipiert und umgesetzt werden, dass sie den Bedürfnissen der Zielgruppen besser entsprechen und somit von den Zielgruppen auch genutzt werden. Gewünscht würden zum Beispiel eher interaktiv angelegte Angebote sowie solche, welche innovative Wege beschreiten, um auf gefährdete Zielgruppen proaktiv zuzugehen. Die Bündelung aller Angebote auf dem Informationsportal [www.jugendundmedien.ch](http://www.jugendundmedien.ch) stellt einen ersten Schritt dar, bestehende Angebote für die Zielgruppen wie auch für die Anbieter sichtbarer und zugänglicher zu machen.

### Kantonale Strategien

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden nebst den Angeboten zum Jugendmedienschutz und den Medienkompetenzen auch die strategischen Grundlagen zum Thema in den 26 Kantonen erfasst. Dazu wurden leitfadengestützte Interviews mit kantonalen Verantwortlichen für Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung durchgeführt. Als kantonale Strategien werden Konzepte, Leitbilder mit Massnahmen, Legislaturplanungen, Regierungsratsbeschlüsse usw. betrachtet, welche von Regierungsräten, kantonalen Parlamenten, Departementen oder Dienststellen/Ämtern verabschiedet wurden. Anschliessend an die Interviews wurden Kantonsportraits erstellt, welche von den kantonalen Ansprechpersonen und den Verantwortlichen für die Strategien validiert wurden.

Auch bei den kantonalen Strategien wurde eine möglichst vollständige Bestandsaufnahme angestrebt. Die kantonalen Strategien sind aber ebenso wie die Angebote dynamisch und verändern sich laufend. Zudem ist davon auszugehen, dass es innerhalb der kantonalen Verwaltungen Aktivitäten gibt, die zum Zeitpunkt der Erhebung aus verschiedenen Gründen noch nicht öffentlich gemacht wurden und somit in der Bestandsaufnahme nicht erscheinen.

Da die Kantone ihre Departemente und Ämter respektive Dienststellen sehr unterschiedlich benennen, wird in der nachfolgenden Darlegung der Ergebnisse nicht auf Departementsbezeichnungen Bezug genommen. Vielmehr werden die kantonalen Strategien den Politikbereichen Bildung, Gesundheitsförderung/Prävention, Soziales und Sicherheit, welche für den Jugendmedienschutz und die Medienkompetenzförderung relevant sind, zugeordnet.

### Erste Welle kantonalen Strategien im Bildungsbereich

Der Jugendmedienschutz und die Medienkompetenzförderung sind ein

relativ neues Themengebiet. Dennoch ist heute in allen Kantonen mindestens eine strategische Grundlage zum Jugendmedienschutz und zur Medienkompetenzförderung vorhanden. Am weitesten verbreitet sind entsprechende Strategien im Bildungsbereich. Es handelt sich dabei vor allem um Lehrpläne, Lehrplangergänzungen und Konzepte zu den Informations- und Kommunikationstechnologien, die häufig im Zuge des nationalen Impulsprogramms PPP-SiN – Schule im Netz ab dem Jahr 2000 entstanden sind.<sup>3</sup> Diese strategischen Grundlagen sind oftmals auch verbunden mit entsprechenden Weiterbildungsangeboten für die Lehrpersonen. Die Umsetzung von Jugendmedienschutzstrategien im Politikbereich Bildung wird zudem in 18 von 26 Kantonen massgeblich durch die kantonalen ICT-Fachstellen unterstützt. Der Politikbereich Bildung wird von der ersten Welle kantonalen Strategien im Jugendmedienschutz und in der Medienkompetenzförderung über die Kantone hinweg gut abgedeckt.

### Zweite Welle kantonalen Strategien in der Gesundheitsförderung/Prävention

Die zweite Welle kantonalen Strategien wird meistens unter der Federführung des Politikbereiches Gesundheitsförderung/Prävention im Zusammenhang mit Sucht und Gewalt erarbeitet und umgesetzt. Der Politikbereich Soziales wird von den Kantonen in der Regel erst in Ansätzen in die kantonalen Strategien zum Jugendmedienschutz und zur Medienkompetenzförderung einbezogen. Etliche Kantone haben jedoch erkannt, dass diesbezüglich Handlungsbedarf besteht. Die zweite Welle kantonalen Strategien sind jüngeren Datums und mehrheitlich in den letzten vier Jahren entstanden.

<sup>3</sup> Das Impulsprogramm Public Private Partnership – Schule im Netz wurde vor dem Hintergrund der Strategie des Bundesrates für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz vom Jahr 1998 zwischen 2002 und 2007 umgesetzt.

**Zunahme an politikbereichsübergreifender Zusammenarbeit**

Acht Kantone (AG, BL, BS, FR, SO, SZ, TI, ZH) verfügen über Strategien zum Jugendmedienschutz, beziehungsweise zur Förderung der Medienkompetenz, welche departementsübergreifend konzipiert wurden und somit mehr als einen Politikbereich tangieren. In zwei Kantonen (TG, VD) sind solche Strategien in Bearbeitung. Sechs dieser departementsübergreifenden Strategien sind eng mit dem Politikbereich Gesundheitsförderung/Prävention verknüpft. Die entsprechenden Ämter und Fachstellen dieses Politikbereichs sind mit der Umsetzung dieser Strategien beauftragt. Dabei werden insbesondere die Schulen, die Polizei und teilweise auch die Jugendarbeit in die Aktivitäten einbezogen.

Sechs Kantone (BE, NW, OW, SO, SZ, ZH) berücksichtigen mit ihren verschiedenen Strategien alle relevanten Politikbereiche (Bildung, Gesundheitsförderung/Prävention, Soziales, Sicherheit). Sie können als gute Beispiele für breitgefächerte Rahmenbedingungen zum Jugendmedienschutz und zur Medienkompetenzförderung dienen.

Insgesamt zeigt sich, dass in den Kantonen erkannt wurde, dass Handlungsbedarf besteht bezüglich der Koordination und Abstimmung der

Aktivitäten mit allen Politikbereichen, welche den Jugendmedienschutz und die Medienkompetenzförderung tangieren. Eine grosse Herausforderung hierbei ist es, die bestehenden und die in Erarbeitung befindlichen Strategien systematisch miteinander zu koordinieren und dabei alle den Jugendmedienschutz und die Medienkompetenzförderung betreffenden Politikbereiche zu berücksichtigen. Denn es ist zu erwarten, dass umfassende kantonale Strategien zu einer nachhaltigen Verankerung der Anliegen des Jugendmedienschutzes und der Medienkompetenzförderung beitragen und garantieren, dass entsprechende Aktivitäten nicht zufällig und in Abhängigkeit vom Engagement von Einzelpersonen erfolgen.

**Innerkantonale Koordination: Ansprechpersonen und Austauschgruppen**

Ein Viertel der Kantone – es handelt sich dabei vor allem um kleinere Kantone – hat eine kantonale Ansprechperson für Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung benannt. Die entsprechenden Stellen sind in den Ämtern der Politikbereiche Bildung, Soziales, Gesundheit und in der Staatskanzlei angesiedelt. In Kantonen ohne kantonale Ansprechperson gibt es teilweise politikbereichsübergreifende

Austauschgruppen und/oder die Benennung einer kantonalen Ansprechperson zum Thema ist geplant. Dies zeigt, dass von verschiedenen kantonalen Fachpersonen die Notwendigkeit eines koordinierten Vorgehens im Bereich Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung in den Kantonen erkannt wurde.

Abschliessend ist festzuhalten, dass mit der Veröffentlichung der Bestandsaufnahme zu den Informations- und Schulungsangeboten sowie zu den kantonalen Strategien im Jugendmedienschutz und zur Förderung der Medienkompetenzen eine Transparenz geschaffen wird, die es ermöglicht in Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren die bestehenden Angebote und Vorgehensweisen weiterzuentwickeln und zu verbreiten.

---

Ruth Feller-Länzlinger, Bereichsleiterin Bildung und Familie, Interface Politikstudien Forschung Beratung Luzern.  
E-Mail: [feller@interface-politikstudien.ch](mailto:feller@interface-politikstudien.ch)

---

Andreas Balthasar, Prof. Dr. rer. pol., Geschäftsführer von Interface Politikstudien Forschung Beratung Luzern.  
E-Mail: [balthasar@interface-politikstudien.ch](mailto:balthasar@interface-politikstudien.ch)