

Bericht der wissenschaftlichen Begleitung von Digital Streetwork für das Jahr 2023 | Fokus: Klient*innen

Februar 2024

JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Arnulfstr. 205
80634 München
Tel.: +49 89 68 989 0
www.jff.de

Julian Erdmann, M.A. | Wissenschaftlicher Mitarbeiter | julian.erdmann@jff.de
Katrin Degen, M.A. | Wissenschaftliche Mitarbeiterin | katrin.degen@jff.de
Dr. Niels Brügger | Leiter der Abteilung Forschung | niels.bruegger@jff.de

Mitarbeit: Carla Zech und Anna Zemskov

Stand: 24.01.2024

Gliederung

1.	Einleitung	3
2.	Methode	3
2.1	Feedback-Tool (Quantitativ)	4
2.2	Klient*innen-Interviews (Qualitativ)	4
3.	Kontaktaufbau	5
3.1	Erstkontakt mit dem Projekt Digital Streetwork (DSW)	5
3.2	Initiation von Beratungskontakten	6
3.3	Wechsel auf datenschutzrechtlich weniger bedenkliche Plattformen	7
4.	Themen und Motivationslagen von Klient*innen	8
5.	Formale Ausgestaltung der Beratungsgespräche	10
5.1	Synchrone und asynchrone Kommunikation	10
5.2	Online und Offline Beratungsangebote	12
6.	Professionelle Beziehungen zwischen Fachkräften und Klient*innen	13
7.	Content und Community-Arbeit	15
8.	Andere Fachstellen	16
8.1	Vorerfahrung mit anderen Fachstellen	16
8.2	Vermittlung an spezialisierte Fachstellen	17
9.	Bewertung der Beratungsgespräche und des Angebotes	18
9.1	Beratungsgespräche	18
9.2	Angebot insgesamt	20
10.	Fazit und Ausblick	21

1. Einleitung

Im ersten Jahr der Modellphase 2022 standen insbesondere die Digital Streetworker*innen im Vordergrund der wissenschaftlichen Begleitung. Dieser Schwerpunkt wurde gewählt, um die explorativen Erfahrungen der Fachkräfte im neuen Arbeitsfeld zu begleiten. Von Projektbeginn an sollte aber auch die **Perspektive der Klient*innen** mitgedacht werden. Daher wurde im Jahr 2022 eine Online-Befragung von Klient*innen durchgeführt. Die Ergebnisse des quantitativen Feedbacktools sprechen insgesamt dafür, dass die Klient*innen sehr positiv auf das Angebot blicken und nur vereinzelt Kritikpunkte anbringen. Gleichwohl ermöglichen die **Ergebnisse aus dem Jahr 2022** ([Erdmann/Brüggen 2023](#)) zwar erste Einblicke in Erfahrungen, die Klient*innen mit dem Angebot gemacht haben, jedoch aufgrund des Fokus auf die Fachkräfte nur in eingeschränktem Umfang. Daher wurden auf der Grundlage der Ergebnisse aus dem Jahr 2022 aufbauend qualitative Interviews geführt sowie ein umfangreiches Feedback-Tool in zwei Teilen entwickelt.

Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung im Jahr 2023 stehen demnach die **Klient*innen im Fokus**, die Digital Streetwork (DSW) genutzt haben. Ihre Sichtweise auf die Beratungsgespräche, das Angebot und das (Online-)Jugendhilfesystem insgesamt waren Gegenstand quantitativer und qualitativer Erhebungen. Die Ergebnisse ermöglichen somit einen umfassenden Einblick in den Ablauf einer professionellen Beziehung im Rahmen von Digital Streetwork von dem Moment, in dem Personen auf das Angebot aufmerksam werden, bis hin zur Weitervermittlung an weitere (Fach-)Stellen. Zudem lässt sich die Bewertung einzelner Beratungsgespräche sowie des Angebotes insgesamt aus Sicht der Klient*innen abbilden. Auf der Basis der Ergebnisse wurden anschließend einige Handlungsempfehlungen formuliert, die Digital Streetwork im Sinne der Klient*innen verbessern könnten.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass die Zielgruppe von Digital Streetwork erreicht wird. Das gilt insbesondere für diejenigen Jugendlichen, die vor Digital Streetwork noch keine Erfahrung mit einem vergleichbaren Angebot gemacht haben. Gleichwohl zeigen sich aufgrund der überregionalen Funktionsweise einiger Online-Plattformen weiterhin Herausforderungen einer gezielten Ansprache von Adressat*innen in einer bestimmten Region. Mit Blick auf die Bewertung des Angebotes insgesamt weisen die Aussagen der Klient*innen in eine eindeutig positive Richtung und sprechen für den großen Bedarf der Zielgruppe nach einer Ausweitung und Verstärkung von Digital Streetwork.

2. Methode

Zum einen wurden mit zwei Online-Umfragen **quantitative** Daten erhoben. Dadurch sollten die Einschätzungen zum Angebot insgesamt (1) sowie zu einzelnen Beratungsgesprächen (2) von möglichst vielen Klient*innen erhoben werden. Zum anderen wurde mit sechs Klient*innen vertiefende **qualitative** Interviews durchgeführt. Dies ermöglichte einen detaillierten Einblick in die Erfahrungen von Klient*innen mit dem Angebot Digital Streetwork und die Bedarfe, die sie in diesem Zusammenhang haben.

2.1 Feedback-Tool (Quantitativ)

Um die Erfahrungen von Klient*innen mit Digital Streetwork quantitativ zu erfassen, wurden zwei Online-Umfragen entwickelt. Beide Umfragen waren zwischen Mai und Dezember 2023 aktiv, d.h. über einen Zeitraum von **sieben Monaten**.

Die erste Umfrage ("langes Feedback-Tool") baut auf die Fragen des Feedback-Tools aus dem Jahr 2022 (siehe Erdmann/Brüggen 2023) auf, ergänzt diese und ermöglicht eine Abbildung der Sicht von Klient*innen auf das **Angebot insgesamt**. Die ‚lange‘ Umfrage wurde auf der Digital Streetwork-Webseite, in den DSW-Communitys auf Reddit und Discord sowie auf Instagram und am Ende der zweiten Umfrage mit Personen geteilt, die das Angebot Digital Streetwork in Anspruch genommen haben. Insgesamt haben 271 Klient*innen an der Umfrage ('langes Feedback-Tool') teilgenommen. Als limitierender Faktor muss benannt werden, dass das Tool insbesondere auf Reddit die größte Verbreitung fand und daher der Großteil der Teilnehmenden besonders dort aktiv ist. Das hängt auch mit der großen Akzeptanz von Digital Streetwork in der Reddit-Community zusammen. Größere Unterschiede im Antwortverhalten zeigen sich zwischen den Fragebogenteilnehmenden, die vom Angebot über Reddit erfuhren und denen, die das Angebot über andere Plattformen kennenlernten, jedoch nur mit Blick auf ihr Alter. So sind Reddit-Nutzende durchschnittlich eher im oberen Drittel der Zielgruppe von Digital Streetwork (14 – 27 Jahren) verortet.

Die zweite Umfrage ("kurzes Feedback-Tool") bezieht sich auf **einzelne Beratungsgespräche** mit den Fachkräften. Ziel dieser Umfrage war es, in kurzer Form niedrigschwelliges Feedback zu den Gesprächen zu ermöglichen. Aufbauend auf einschlägiger Literatur zur Qualitätskriterien in der Online-Beratung wurden acht Qualitätskriterien entwickelt und operationalisiert. Die "kurze" Umfrage wurde ausschließlich mit Klient*innen geteilt, die in einem Beratungskontakt mit den Fachkräften standen. Insgesamt haben 36 Klient*innen an der Umfrage ("kurzes Feedback-Tool") teilgenommen.

2.2 Klient*innen-Interviews (Qualitativ)

Zwischen Mai und Juli 2023 wurden qualitative Online-Interviews mit sechs Klient*innen durchgeführt. Fünf wurden männlich und eine Person weiblich gelesen. Die Klient*innen waren zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 17 und 26 Jahren alt, tendenziell im oberen Drittel der Altersspanne, und im gesamten Bundesgebiet verteilt. Die meisten Interview-Teilnehmenden haben einen Bezug zu Tätigkeiten im sozialen Bereich, was sich beispielsweise in deren ehrenamtlichen Arbeit als Moderator*innen in bestimmten Online-Communities, wie etwa auf Reddit, niederschlägt.

Die Interviewdauer betrug zwischen 26 und 58 Minuten. Im Verlauf der qualitativen Interviews füllten die Klient*innen zudem das kurze Feedback-Tool aus und begründeten ihre Positionierung. Die Kontakte mit den Klient*innen entstanden zum einen durch die direkte Vermittlung von Fachkräften und zum anderen durch eine Kontaktmöglichkeit am Ende der langen Umfrage (siehe oben).

3. Kontaktaufbau

3.1 Erstkontakt mit dem Projekt Digital Streetwork (DSW)

Wie bereits die Ergebnisse der wissenschaftliche Begleitung aus dem Jahr 2022 (Erdmann/Brüggen 2023) nahelegen, werden Klient*innen in der Regel auf Online-Plattformen auf das Angebot DSW aufmerksam. Dies bestätigen auch die *qualitativen*¹ Interviews: Alle sechs Interviewpartner*innen gaben an, **online von DSW erfahren** zu haben, insbesondere auf Discord und Reddit. Auch die weiterführende Beratung fand in den meisten Fällen über diese beiden Plattformen statt. Dies wurde von den Befragten durchgängig positiv bewertet. Als Gründe hierfür werden Niedrigschwelligkeit und persönliche Plattformpräferenzen genannt:

„Für mich ist es ja am einfachsten, das Medium zu nutzen, dass ich eh schon nutze und wo ich sie drüber gefunden habe.“ (Interview 1, Pos. 35)

Außerdem gab es vereinzelte Kontakte zwischen den Interviewpartner*innen und den Digital Streetworker*innen über Twitch, Instagram, YouTube, WhatsApp und E-Mail. Diese Präferenz für Discord und Reddit spiegelt sich auch in den Ergebnissen der *quantitativen* Befragung wider. Mehr als jeder Zweite der insgesamt 271 Befragten gab an, mit den Digital Streetworker*innen über Discord bzw. über Reddit in Kontakt stehen zu wollen, während weitere Kontaktmöglichkeiten auch hier vergleichsweise seltener benannt wurden:

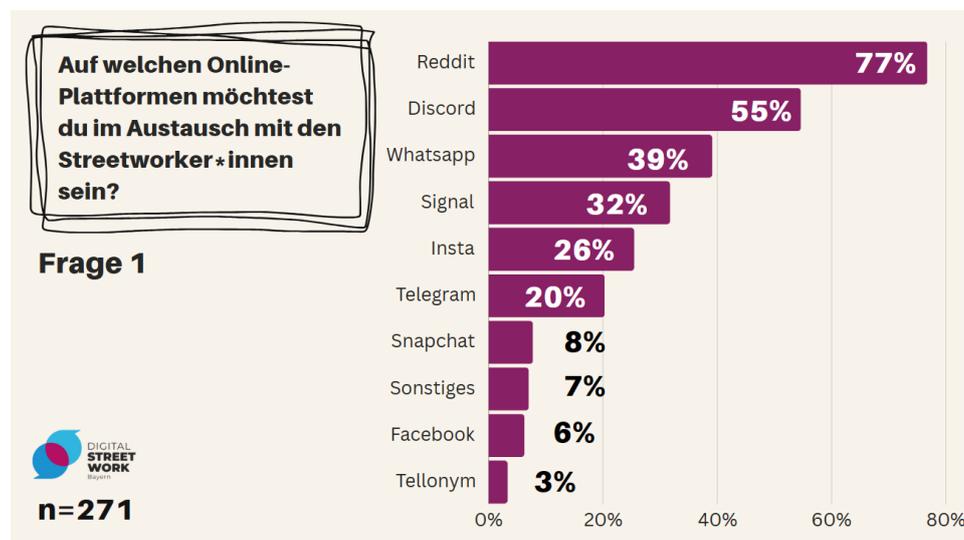


Abbildung 1: Plattformen (Feedback-Tool „lang“)

Auf die Frage, wo sie zum ersten Mal auf DSW aufmerksam geworden sind, berichteten alle sechs Interviewteilnehmenden, dass dies in ihren digitalen Sozialräumen gewesen sei. Benannt werden in diesem Zusammenhang beispielsweise ein **Discord-Server**, auf welchem sich User*innen über (eigene) Probleme austauschen können und ein Server zum Thema Homosexualität.

„Tatsächlich war das über einen Discord Server, weil [die Fachkraft] auf dem ganz oft so Events gemacht hat. Und dann saß ich ein paar Mal mit ihr im Talk da zusammen, und darüber hat sich das dann langsam ergeben. Dann

¹ Zur besseren Lesbarkeit und Differenzierung der Daten, sind die Begriffe „qualitativ“ und „quantitativ“ im Folgenden kursiv gesetzt

haben wir im Chat ab und an mal miteinander geschrieben, und so ergab sich dann so langsam der Kontakt dahin.“ (Interview 6, Pos. 18-21)

„Na ja, ich habe es auf einem Discord Server gesehen und dann halt mich gewundert, dass es so was gibt. Und dann habe ich mal angesprochen darauf, und dann wurde mir erklärt von einer Person, die da jetzt dort arbeitet, [...] und ja, dann hat man ein bisschen sich dann wieder ausgetauscht darüber.“ (Interview 5, Pos. 3-5)

Eine weitere relevante Plattform für die Arbeit von DSW ist Reddit. Dies schlägt sich auch in den Interviews nieder: drei der sechs Interviewteilnehmenden wurden über unterschiedliche **Subreddits** auf das Angebot aufmerksam.

„Ich habe tatsächlich gar nicht den [DSW-]Subreddit entdeckt. Ich glaube, die haben sich im deutschen Subreddit vorgestellt.“ (Interview 1, Pos. 11)

Außerdem können Videos auf YouTube zur Bekanntmachung des Angebots beitragen. Ein*e Interviewteilnehmer*in berichtete, dass ein Vorstellungsvideo des Projekts, welches im Format ‚Lohnt sich das?‘ des Bayerischen Rundfunks veröffentlicht wurde, im YouTube-Feed erschien und er*sie hierdurch auf das Angebot aufmerksam wurde:

„I: Hast du das [Video] zufällig gesehen einfach? Wurde das einfach dir angezeigt bei YouTube?
B: Ja, es wurde mir vorgeschlagen.“ (Interview 3, Pos. 102-103)

3.2 Initiation von Beratungskontakten

In der Regel erfahren potenzielle Adressat*innen in ihren digitalen Sozialräumen von DSW, wie auch die geführten Interviews belegen. Das Wissen um die Existenz eines Angebots ist jedoch nicht gleichbedeutend mit einer aktiven **Inanspruchnahme** desselben. Im Folgenden soll deshalb der Ablauf des Kontaktaufbaus zwischen der Fachkraft und der*dem Klient*in näher beleuchtet werden. Hierbei kann die Initiative zur ersten persönlichen Kommunikation einerseits **von den Klient*innen** ausgehen:

„Und dann bin ich da halt so darüber gestoßen. Und habe halt quasi so blind durchgelesen, was so andere berichtet haben und was dann auch die digitalen Streetworker geantwortet haben. Und dann wurde mir erst bewusst, okay, das ist jetzt ein niedrighwelliges Angebot. Du musst nicht irgendwie diagnostisch darangehen oder sonst was. Es ist quasi einfach, guck, hier ist eine offene Tür. Wenn du willst, komm rein. Und das hat mich so davon überzeugt. Ja, vielleicht ist es an der Zeit, da was zu machen. Mal irgendwie nur jemand anderes Stimme zu hören, der einfach vielleicht ein bisschen empathisch ist und aber auch nicht beteiligt an deiner Lebenssituation. Und dann dachte ich mir so: „Ja, okay, komm, schreibst du jetzt mal eine DM, ne?“ (Interview 4, Pos. 11)“

Durch die Interviews wird deutlich, dass der ersten persönlichen Kommunikation zwischen Klient*in und Fachkraft häufig ein längerer Prozess des Kennenlernens von DSW und dem damit verbundenen Angebot vorausgeht. Durch die **alltägliche Anwesenheit von DSW in den jeweiligen Communitys** wird demnach, ganz im Sinne der aufsuchenden Arbeit, ein langsames Annähern an das Angebot ermöglicht. Im Ergebnis kann DSW potenziellen Klient*innen als nutzbare Ressource erscheinen, auf welche bei Bedarf zugegriffen werden kann:

„Ich habe sie [die Fachkräfte] auch ein paar Mal verlinkt. Also, dass ich gesagt habe: Hey, hier ist so ein Angebot, guckt da mal, beziehungsweise, so sehen die- also, die kriegen ja auch eine Meldung darüber, dass sie verlinkt wurden, dann können sie sich selbstständig melden. Und, dass ich es für mich genutzt hatte aktiv, war dann, ich glaube, erst später.“ (Interview 1, Pos. 15)

In den zwei weiteren Fällen waren es die **Fachkräfte**, welche den Kontakt zum*zur Klient*in initiierten:

„Da hatte mich dann jemand von Digital Streetwork auf Discord per DM angeschrieben. Aufgrund eines Problems auf Helfende Hand aus einem Problemchannel.“ (Interview 2, Pos. 3)

Auffällig ist außerdem, dass mehrere Interviewteilnehmer*innen von einer sich etablierenden Verweiskultur auf das Angebot von DSW berichteten. So würden User*innen in einigen digitalen Sozialräumen in welchen Digital Streetworker*innen regelmäßig aktiv sind (z.B. Discord-Server ‚Helfende Hand‘), inzwischen von anderen User*innen (z. B. den Moderator*innen der Server) auf die Möglichkeit der Beratung über DSW hingewiesen:

„Ich habe das Gefühl, [...] [dass man da] in der Community ein Bewusstsein dafür hat, dass es Ansprechpartner sind und die verlinkt wurden. Und das ist ja auch für die Straßensozialarbeiter eigentlich ein Träumchen, dass sie nicht mehr selbst suchen müssen, sondern eigentlich verweisen Leute da drauf schon.“ (Interview 1, Pos. 11)

Damit bestätigen alle sechs Interviewteilnehmenden, dass DSW seinem Anspruch ein aktiv aufsuchendes Beratungs- und Beziehungsangebot zu sein, gerecht wird. So findet in der Regel nicht nur der erste Kontakt zwischen den Digital Streetworker*innen und möglichen Adressat*innen im alltäglichen Sozialraum der Zielgruppe statt, sondern, deren Wunsch entsprechend, werden auch die meisten der sich daraus ergebenden Beratungsgespräche dort geführt.

3.3 Wechsel auf datenschutzrechtlich weniger bedenkliche Plattformen

Aus datenschutzrechtlicher Perspektive kann die Beratung auf kommerziellen Online-Plattformen kritisch hinterfragt werden. Dabei darf die Verantwortung für die Nutzung dieser Plattformen nicht auf die Klient*innen übertragen werden, die einen Bedarf nach niedrigschwelliger Beratung haben. Ein durch Fachkräfte angeratener Wechsel auf angemessen sicherere Kommunikationskanäle stellt eine mögliche Alternative dar, um die Problematik zu umgehen. Drei der sechs Interviewteilnehmenden konnten sich daran erinnern, dass ihnen ein Wechsel auf eine datenschutzsichere Plattform von der*dem Digital Streetworker*in vorgeschlagen wurde:

„Ich wurde ausreichend auf datensichere Plattform, beziehungsweise Signal [...] hingewiesen [...]: Ja, also mir wurde die Wahl für eine Plattform gelassen.“ (Interview 4, Pos. 51)

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Auswertung des *quantitativen* Feedbacktools. Hier gaben über 80% der Befragungsteilnehmenden an, ausreichend über datensichere Plattform-Alternativen (Antworten; ‚Ja, total.‘ und ‚Eher ja‘) informiert worden zu sein:

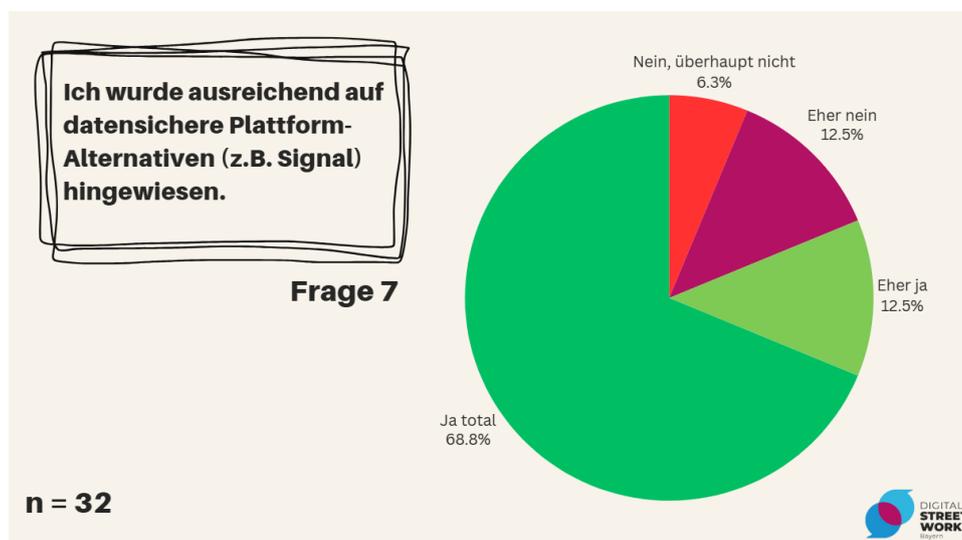


Abbildung 2: Hinweis auf datensichere Plattformen (Feedback-Tool „kurz“)

Dennoch fand die Beratung auf Wunsch der sechs Interviewteilnehmenden hauptsächlich auf den kommerziellen Plattformen statt, auf welchen auch der Erstkontakt erfolgte. Hier überwiegen für die Entscheidung die Vorteile der Lebensweltnähe die Bedenken zur Datensicherheit. Eine interviewte Person fasst dies wie folgt zusammen:

„Ausreichend [hingewiesen] ist ja Auslegungssache. Für mich vollkommen ausreichend, weil ich mit dem Datenschutz d'accord gehe. Aber, man hätte in der Nachricht noch mal drauf hinweisen können, ja, braucht man aber meiner Meinung nach nicht, weil die Leute nutzen ja diese Plattform, also [...] ist es ihnen anscheinend okay. Also, ich weiß, dass das jetzt nicht perfekt datensicher ist, aber da ich es nutze, habe ich mich damit abgefunden.“ (Interview 1, Pos. 87-90)

Im Rahmen von DSW können die Klient*innen demnach die Plattform, auf der die Beratung durchgeführt wird, frei wählen. Die Befragung bestätigt, dass dies den Interviewpartner*innen bewusst ist:

„Ich hatte aber das Gefühl, dass mir die freie Wahl gelassen wurde. Das heißt, wenn ich das Bedürfnis gehabt hätte zu sagen: 'Ich will mit E-Mails per GPG-Key verschlüsselt reden', dann hätte das wahrscheinlich auch funktioniert.“ (Interview 4, Pos. 61)

Auch die *quantitative* Erhebung gibt Hinweise darauf, dass Überlegungen zum Datenschutz bei der Wahl der Beratungsplattform von Seiten der Klient*innen eine untergeordnete Rolle spielen. Wie in Abbildung 1 zu sehen, gab beispielsweise lediglich ein Viertel der 271 Befragten an über den datensicheren Messengerdienst Signal beraten werden zu wollen. Weitere datenschutzsichere Plattformen wurden noch seltener genannt. Gleichzeitig wünschten sich 13 der in der *quantitativen* Interviews Befragten Kontaktmöglichkeiten über dezentrale Online-Plattformen. Diese auch unter dem Begriff des Fediverse zusammengefassten, unabhängigen, aber miteinander verbundenen Open Source-Plattformen (z.B. Mastodon) gelten im Vergleich zu herkömmlichen Sozialen Netzwerken als sicherer in Bezug auf Datenschutz, da sie nicht von kommerziellen Organisationen betrieben werden. Dieser vereinzelt vorgebrachte Wunsch nach Beratung auf solchen dezentralen Onlineplattformen könnte demnach auch als Hinweis darauf interpretiert werden, dass durchaus Bedarf an datenschutzrechtlich sicheren Beratungsplattformen besteht, oder anders formuliert: Während Überlegungen zum Datenschutz im Rahmen der Beratung für den absoluten Großteil der Adressat*innen wenig Relevanz haben, scheinen sie für eine sehr kleine Gruppe von sehr großer Wichtigkeit zu sein.

4. Themen und Motivationslagen von Klient*innen

Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung aus dem Jahr 2022 (Erdmann/Brüggen 2023) zeigen unterschiedliche **Gründe für die Kontaktaufnahme** mit Digital Streetworker*innen auf. Auch die diesjährigen Ergebnisse machen die Vielfalt der Themen und Motivationslagen von Klient*innen sichtbar und ermöglichen ein vertiefendes Bild in diesem Zusammenhang. In manchen Fällen haben Klient*innen ein oder sogar mehrere bewusste Anliegen, die mit den Fachkräften bearbeitet werden sollen, in anderen Fällen steht zunächst kein bestimmtes Thema im Vordergrund. Manchmal ist es etwas dazwischen: Die Klient*innen haben ein Anliegen, aber wollen sich gleichzeitig unabhängig davon einfach mit den Fachkräften austauschen:

„Ich denke, das war so eine Mischung. Ich hatte ein Anliegen, das mir tatsächlich auf der Seele brannte. Was ich vielleicht mal mit jemandem so Revue passieren lassen wollte. Aber, generell wollte ich auch einfach so [...] Also, das hat mir so ein bisschen bewusstwerden lassen, dass ich ein Problem habe. Dadurch, dass das Angebot so

quasi so grundlegend, einfach zu erreichen war. Aber ich hatte auf jeden Fall ein Hauptproblem, mit dem ich quasi in diese Situation reingegangen bin, ja. Das [...] war so allgemeiner Lebensstress und Ähnliches. Also, [...] mit der Ausbildung, mit dem Ausbildungsbetrieb, ne, solche Dinge.“ (Interview 4, Pos. 45)

Etwa zwei Drittel der Klient*innen geben in der *quantitativen* Befragung (“Feedback-Tool lang”) an, dass sie ein **bestimmtes Anliegen** hatten. Die Themen liegen hauptsächlich im Bereich mentale Gesundheit (77%). Aber auch Beziehungen mit Familie, Freunden und anderen Personen (37%) sowie Hilfe bei Alltagsthemen, wie Job, Ausbildung und Schule (25%) sind wichtig: „Familie, Freunde, Schulden, Panikattacken, Schlafstörungen, Depression, so was“ (Interview 2, Pos. 45). Hierbei wird auch deutlich, dass es für die Klient*innen selbst vielfach **diffuse Problemlagen** sind, mit denen sie an die Fachkräfte herantreten, bspw. „Allgemeiner Lebensstress“ (Interview 4, Pos. 45). Die Klient*innen haben ein Anliegen, können sie dieses aber nicht in einem bestimmten Themenkomplex verorten.

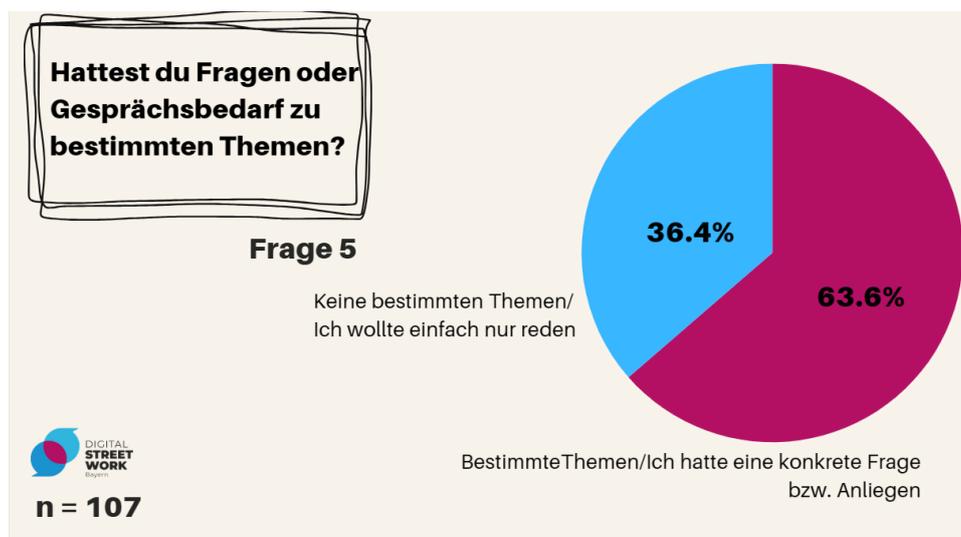


Abbildung 3: Fragen bzw. Gesprächsbedarf zu bestimmten Themen (Feedback-Tool „lang“)

Dabei können sich die Themen in einem Gespräch oder auch im Laufe der professionellen Beziehung insgesamt ändern bzw. konkretisieren oder ausweiten. So kann anfangs ein konkretes Problem im Fokus stehen und in späteren Gesprächen tauchen **tieferliegende Themen** auf. Das Gespräch beginnt so häufig mit diesem Anliegen, entwickelt sich dann aber in die Richtung eines allgemeineren Austauschs und hin zu weiteren Themen:

„Ich meine, es war irgendwo in so der Mitte bis Ende des Gesprächs, war da auch so quasi eine Anfrage so von wegen so: ‘Hey, wir sind über den Hauptkomplex drüber. Willst du vielleicht irgendwie noch über was anderes reden? Willst du mir noch was über dich erzählen? [...] Was geht so quasi sonst noch ab, ne?’ Da habe ich, glaube ich, einfach nur so ein bisschen persönliche Informationen geteilt in dem Moment. Und einfach berichtet, dass es mir so sonst nicht unbedingt hundertprozentig gut geht [...] aber, dass ich zumindest jetzt die Mittel habe, weiterzumachen [...]. Und, das wurde dann positiv aufgenommen [...].“ (Interview 4, Pos. 47)

Das andere Drittel gibt an, zunächst **ohne ein bestimmtes Anliegen** den Kontakt gesucht zu haben. Diese Klient*innen werden auf die Fachkräfte aufmerksam, gehen in ein Gespräch und es wird sich einfach ohne einen bestimmten thematischen Rahmen miteinander ausgetauscht. Nachdem sich Fachkraft und Klient*in kennengelernt haben, geraten Themen an die Oberfläche, die dann bearbeitet werden können. Hier zeigt sich der Wert einer längeren Beziehungsarbeit.

„Also, ich glaube, zum Teil war das mal darüber, dass wir beide Asthma haben, und haben uns darüber dann ausgetauscht. Aber, das waren auch noch andere Themen.“ (Interview 6, Pos. 73)

Es zeigt sich, dass auch Personen ohne konkretes Anliegen Motivation für Gespräche mit Digital Streetworker*innen haben, auch wenn ihnen das in dem Moment nicht bewusst war bzw. sie das nicht explizit benennen konnten.

Insgesamt ist es so, dass alle Klient*innen **mit bewussten oder unbewussten Zielvorstellungen** an die Gespräche mit den Streetworker*innen herangehen. Die längere Beziehungsarbeit im Rahmen von DSW ermöglicht es, sich mit dem größeren Lebenskontext bzw. dem tatsächlichen Alltag mit seinen Krisen auseinanderzusetzen. Digital Streetwork kann unterschiedliche Formen annehmen und Funktionen erfüllen: schnelle Hilfe im Sinne einer **kurzen Informationsweitergabe**, **mehrere aufeinanderfolgende Beratungsgespräche zu einem oder mehreren Themen**, sowie eine **professionelle Beziehung, die sich über mehrere Monate oder Jahre hinweg entwickelt**, in deren Rahmen verschiedene Themen verhandelt oder auch Gespräche geführt werden, bei denen kein spezielles Thema im Vordergrund steht.

5. Formale Ausgestaltung der Beratungsgespräche

5.1 Synchron und asynchrone Kommunikation

Wie auch in dem Bericht der wissenschaftlichen Begleitung für das Jahr 2022 deutlich wurde, lassen sich die in DSW angebotenen Kommunikationsformen grob in synchrone und asynchrone Formen unterteilen. Alle in den *qualitativen* Interviews befragten Klient*innen gaben an, zu Beginn des Austauschs mit den Digital Streetworker*innen in **asynchronem, schriftlichem Austausch** gestanden zu haben. Vor allem für die erste persönliche Kommunikation wird diese Form der Kontaktaufnahme von den Klient*innen als niedrigschwellig wahrgenommen:

„Das heißt [...] Okay, erst mal schriftlich, ganz ohne irgendeine Strenge, mal anschreiben.“
(Interview 4, Pos. 39)

Auch wenn es von den Interviewten nicht explizit benannt wurde, kann ein Vorteil solcher asynchronen Kommunikationskanäle sein, dass sie jederzeit zur Verfügung stehen. Klient*innen können demnach dann Kontakt mit den Fachkräften aufnehmen, wenn sie dies wünschen, also wenn beispielsweise der Leidensdruck besonders groß ist, und müssen sich nicht an Büro- oder Urlaubszeiten orientieren. Dabei erfolgt aber auch die Reaktion auf so geteilte Inhalte zeitlich versetzt. Dieser Umstand wurde in zwei Interviews thematisiert, wobei dies als nachvollziehbar beschrieben und nicht negativ bewertet wurde:

„Das war tatsächlich asynchron, also dass ich einmal geschrieben habe, und dann ist ein bisschen Zeit vergangen, weil, die sind ja auch nicht 24/7 online und gerade [...] die Nutzenden wie ich oder Schüler, wer auch immer, die sind dann ja oft erst nachmittags zu Hause oder abends oder schreiben dann erst. Also kann ich auch, oder ich finde es sehr nachvollziehbar, wieso nicht direkt immer eine Antwort kommen könnte überhaupt.“
(Interview 1, Pos. 25-26)

Eine in den *qualitativen* Interviews befragte Person beschreibt die asynchrone Kommunikation jedoch als distinguierendes Merkmal der Digital Streetwork und erklärt, dass sie auf Grundlage dieses Wissens ihren Erwartungsrahmen an das Angebot anpasst. Dies äußert sich darin, dass die interviewte Person nur bestimmte Belange in diesem Rahmen verhandelt.

Neben dem schriftlichen Kontakt gaben fünf der sechs Interviewteilnehmenden an mit den Digital Streetworker*innen im Laufe der Zeit **vereinzelt auch mündlich kommuniziert** zu haben. Während

dies in einem Fall ausschließlich im Rahmen von Community-Gaming-Events in größeren Gruppen geschah, wurde diese Art der Kommunikation bei den anderen Vieren auch für persönliche Beratungsgespräche genutzt. Die Interviews machen in diesem Zusammenhang deutlich, dass asynchrone (schriftliche) und synchrone (gesprochene) Kommunikation für die Befragten unterschiedliche Qualitäten aufweisen. So berichten mehrere Interviewte davon, psychosoziale und vielschichtige Themen lieber mündlich, oder via Video zu besprechen:

„Wenn es einfach komplexere Dinge sind, fühle ich mich besser verstanden, wenn ich vielleicht die Person sehen kann, die Person hören kann. Wie spricht sie über das, was sie sagt, ne? Als wenn ich halt einfach nur so einen Block an Text sehe. Der war zwar genau das Gleiche beinhaltet, aber nicht irgendwelche Emotionen quasi transportiert.“ (Interview 4, Pos. 39)

Neben der im Zitat benannten ganzheitlicheren Wahrnehmung des Gegenübers (z. B. dessen Ad-Hoc-Reaktionen, Emotionen, Mimik und Gestik) werden hier außerdem persönliche Präferenzen („da ich ein Mensch bin, der nicht gerne schreibt, sondern lieber redet“ [Interview 2, Pos. 23]) und bessere eigene Ausdrucksfähigkeit benannt:

„Außerdem kann man durch Sprache besser Sachen rüberbringen als schriftlich. Da helfen auch in manchen Situationen auch keine Emojis dahinter. Das sieht manchmal dann nur noch doof aus oder verfehlt die Wirkung komplett. Und per Sprache geht das halt einfach einfacher.“ (Interview 2, Pos. 35)

Auch im Rahmen der *quantitativen* Erhebung wurde nach den präferierten Kontaktformen gefragt. Hier gaben 93% der 271 Teilnehmenden an via (schriftbasiertem) Chat mit den Digital Streetworker*innen kommunizieren zu wollen, während Voice-Chat nur von etwas mehr als der Hälfte, Telefonkontakt von 34% und Video-Chat sogar nur von 26% genannt wurde:

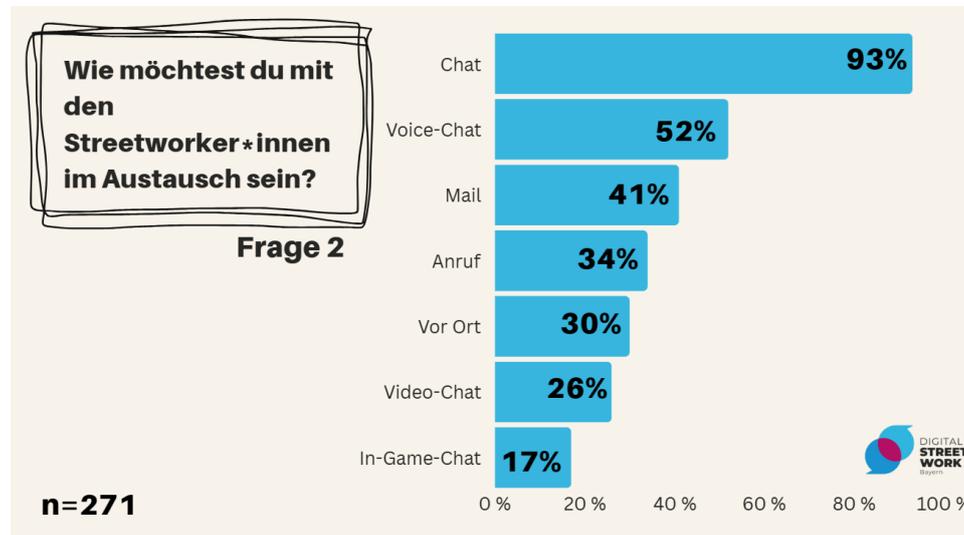


Abbildung 4: Kommunikationsformen (Feedback-Tool „lang“)

Die Ergebnisse der *qualitativen* Erhebung weichen demnach leicht von denen der *quantitativen* ab. Während in ersterer die große Relevanz von mündlicher Kommunikation in der Beratung geschildert wird, ist bei letzterer der schriftliche Austausch via Chat mit großem Abstand das erste Mittel der Wahl. Diese Abweichung lässt sich möglicherweise durch die Ausgestaltung der Erhebungsmethoden selbst erklären. So kommt die Teilnahme an einer Interviewbefragung höchstwahrscheinlich eher für Menschen in Frage, die wenig Hemmungen vor einem mündlichen Austausch haben.

5.2 Online und Offline Beratungsangebote

Wie in Kapitel 8 weiter ausgeführt wird, stand nahezu ein Drittel der Fragebogen-Teilnehmer*innen bereits vor DSW über das Internet im Austausch mit anderen Fachstellen, obwohl die Angebotslandschaft dort bei weitem kleiner ist. Dies bestätigt auch eine interviewte Person:

„Also es ist das erste Mal, dass ich ein Angebot [DSW] online genutzt habe, und es ist auch fast eins der einzigen, die ich kenne, die online sind. Also alle anderen, die ich kenne, die online sind, sind super unpräsent online, also, die kenne ich durch sehr, sehr viel Zufall. Und die sind in der Regel auch wahnsinnig spezifisch und nicht unbedingt so einfach zugänglich. Also, es ist das meiner Meinung nach bekannteste und einfachst zugänglichsste Online-Angebot, was ich kenne, was so in der Form auch einzigartig ist.“ (Interview 1, Pos. 97)

Das Ergebnis der *quantitativen* Erhebung deutet demnach darauf hin, dass **sich Adressat*innen von Online-Angeboten eher angesprochen** fühlen als von vergleichbaren Offline-Angeboten und diese demnach trotz der vergleichsweise geringeren Verfügbarkeit vermehrt nutzen. Das legen auch die Aussagen von vier der sechs Interviewteilnehmenden nahe.

„Ich glaube, es kommt halt auf die Zielgruppe an, die du ansprechen möchtest. Aber, für mich ist es halt online perfekt.“ (Interview 3, Pos. 99)

„I: Also, wenn es sozusagen, wenn [die Fachkraft] bei der Telefonseelsorge sitzen würde, sozusagen, würdest du dann da genauso gerne anrufen wie bei jetzt so [bei DSW]?

B: [...] Also ich bin ziemlich sicher, nein. Weil, ein Telefon ist was Offizielles. So. Auch, so dumm es sich anhört, es ist was Offizielles, ne? Währenddessen so ein Angebot wie ein Discord Call oder ein Reddit Chat oder sonst irgendwas in der Richtung, das ist total empfänglich, ne? Währenddessen, wenn ich da eine Telefonnummer sehe: ‚24 Stunden erreichbar, ruf mich immer an. Ich bin immer für dich persönlich da.‘ So. Da würde ich niemals anrufen wahrscheinlich (lacht). Es sei denn, es geht gar nicht anders. Also da ist mir das Medium tatsächlich sehr wichtig.“ (Interview 4, Pos. 68-69)

Wie bereits in Kapitel 5.1 geschildert, spielen die persönlichen Kommunikationspräferenzen der Adressat*innen hier erneut eine entscheidende Rolle. Dieses Ergebnis kann demnach als weiteres Indiz dafür gewertet werden, dass die Zielgruppe von DSW kaum durch reguläre Fachstellen erreicht wird.

Fünf der sechs Interview-Teilnehmenden benennen dabei konkrete Unterschiede zwischen Fachstellen, die online und solchen, die offline agieren. Obwohl es sich hierbei um die subjektiven Eindrücke der Interviewten handelt, zeichnen deren Wahrnehmungen ein gutes Bild bezüglich der Chancen und Grenzen von DSW. Regelmäßiges Thema in den Interviews ist dabei die **Niedrigschwelligkeit** des Angebots:

„Also, ich finde, online ist immer nochmal eine komplett andere Sache einfach. Online war mir jetzt persönlich immer bisher lieber, als wenn ich irgendwie gesagt hätte, ich rufe jetzt mal an Stelle XY an oder sowas. Anrufen war für mich nie so das Ding, was ich wirklich hätte machen wollen so.“ (Interview 6, Pos. 149)

Eine Person erläutert diese erlebte Niedrigschwelligkeit noch weiter und verbindet sie mit Überlegungen zu Barrierearmut. Für Menschen mit unterschiedlichen Formen physischer, aber auch psychischer Beeinträchtigung bzw. Behinderung kann bereits das Verlassen der eigenen Räumlichkeiten eine große Hürde darstellen, während das Angebot von DSW ohne zusätzliche Belastung genutzt werden kann:

„Das heißt, so diese Hürde, in ein Gebäude zu gehen- Also, mich stresst ja schon die Tatsache, zu existieren. Und dann rauszugehen, sich was halbwegs Vernünftiges anzuziehen, ist dann halt eine große Hürde. Auch, wenn ich weiß, dass es niemanden juckt, so, ne? Aber weil es halt in einem vertrauten Umfeld ist, habe ich mich besser aufgehoben gefühlt, so. [...] Weil es, ich glaube, weil es vertraut ist oder weil es quasi normal ist: ‚Ah, okay, ich

gehe einfach in einen Discord Call rein.⁴ Das ist ja nichts Neues, ne? Und das hat mir geholfen, glaube ich.“ (Interview 4, Pos. 35)

Eine Person benennt die an die Zielgruppe angepassten Arbeitszeiten von DSW als Vorteil im Vergleich zu herkömmlichen Angeboten:

„Ja, weil online kann man [die Fachkraft] erreichen. Ab und zu gibt sie auch Uhrzeiten an, wo eigentlich Schlafenszeit ist, und da nimmt sie sich auch mal Zeit dafür. [...] Dann können [Fachkräfte vergleichbarer Offline-Angebote] vielleicht nur vier, fünf Stunden in entsprechenden Gebäuden, dann haben die noch ganz viel anderen Kram, und dann hat man sie nicht erreichen können, also dort vor Ort. Irgendwie ist es online besser.“ (Interview 5, Pos. 91)

Eine andere Person beschreibt die Arbeitszeiten und die damit verbundenen eventuell entstehenden Wartezeiten zwischen der Kontaktaufnahme mit DSW und dem Erhalt einer Antwort jedoch eher als Nachteil:

„Wenn es ein Thema gewesen wäre, wo ich gesagt habe, das muss ich heute auf jeden Fall bearbeiten, hätte ich mich auch nicht an Digital Streetworker gewandt.

I: Sondern?

B: An irgendein lokales Hilfeangebot. Also, jetzt mal als Beispiel, ich wäre heute suizidal. Dann würde ich nicht unbedingt Digital Streetwork schreiben, weil [...] die sind nicht hier, die sind nicht vor Ort.“ (Interview 5, Pos. 27-29)

Probleme ergeben sich aufgrund der regionalen Zuordnung der Fachkräfte von DSW. Hieraus ergibt sich zwangsläufig ein Wissensdefizit über die Hilfsstrukturen an anderen Orten, was die Qualität der Beratung einschränken kann:

„Ja, weil vor Ort immer, ich sage mal, besser ist als online. Weil, die meisten der Digital Streetwork sind ja eigentlich nur für [Ort 1] da. Und wenn man, so wie ich, aus [Ort 2] kommt oder wie Freunde [...] aus der Schweiz, dann ist das natürlich ein bisschen schwierig. Weil, Schweiz andere Gesetze, andere Sachen. Und auch [Ort 1] ist ein bisschen speziell. Was in [Ort 1] gilt, muss ja nicht in [Ort 2] gelten.“ (Interview 2, Pos. 53)

Diese Aussage beschreibt jedoch keinen direkten Nachteil von DSW, sondern verdeutlicht die Notwendigkeit der Etablierung vergleichbarer Online-Angebote, wodurch eine flächendeckende Verweisstruktur zu anderen regional angebotenen Digital-Streetwork-Fachstellen gewährleistet werden könnte.

6. Professionelle Beziehungen zwischen Fachkräften und Klient*innen

Die professionellen Beziehungen zwischen Fachkräften und ihren Klient*innen lassen sich auf einem Spektrum von distanziert bis freundschaftlich-nah einordnen. Die meisten der in den *qualitativen* Interviews befragten Personen beschreiben ihr Verhältnis zu den Fachkräften als eine Mischung aus Sozialarbeitenden und (Online-)Freunden. Diese **Mischung** tendiert eher in die Richtung einer persönlichen Beziehung:

„Mal wirkt es wirklich wie so ein*e Sozialarbeiter*in², mal wirkt sie mir halt wie ein*e gute*r Freund*in. Ist das Mittelding dann.“ (Interview 5, Pos. 111)

„Es ist irgendwie eine ambivalente Mischung zwischen professioneller sozialer Arbeit, aber auch so- [...]. Es füllt so eine gute Lücke vielleicht [...] zwischen anderen Angeboten [...]. Es ist auf jeden Fall soziale Arbeit für mich.

² Um die Anonymisierung der Fachkräfte zu gewährleisten, wurden vergeschlechtliche Begriffe in Zitaten angepasst. Durch das Einfügen von Gender-Sternen ist die Ansprache aller Geschlechter möglich.

Und die Community ist für mich im Hintergrund. So würde ich das beantworten, ja. Aber das ist ein sicherer Raum im Netz quasi.“ (Interview 4, Pos. 91)

Zwei der befragten Klient*innen nehmen die Fachkräfte klar als **Sozialarbeitende wahr**. Als Begründung dafür geben sie deren größeren Wissensstand an, der sich von dem regulärer Nutzender oder auch Moderator*innen unterscheidet:

„Der*die weiß mehr als ich, die*der kann mir auch Tipps geben [...] auf Augenhöhe. Ich glaube, freundschaftlich nicht, aber auch, weil ich überhaupt kein Interesse hätte an einer Freundschaft. [...] Das sind halt Sozialarbeiter[*innen], die Informationen haben und ein Angebot anbieten.“ (Interview 1, Pos. 139)

Für eine*n Klient*in ist die Fachkraft, mit der sie*er zu tun hatte, ein „guter **Freund**“ (Interview 2):

„B: Und ich würde sie dann so zu gute*r Freund*in einordnen [...]. Ich habe so eine Hemmschwelle, mit fremden Menschen rede ich eigentlich nicht offen. Also bis ich da wirklich alles erzähle, dauert es. Und [Fachkraft] hat diese Position erreicht.

I: [...] Wie lange hat das gedauert ungefähr?

B: Gut drei Monate. [...]. Also, jetzt würde ich der*dem wirklich alles erzählen. Vorher nur: ‚Okay, das belastet mich.‘ Es hat kein anderer da eine Information oder kann mir helfen. Ich schreibe ihm*ihr. Jetzt kotze ich das einfach in den Chat.“ (Interview 2, Pos. 109-111)

Diese*r Klient*in steht im dauerhaften Kontakt mit einer Fachkraft. Es hat sich ein Verhältnis entwickelt, in dem beide wechselseitig regelmäßig den Kontakt aufnehmen:

„Wenn ich jetzt etwas habe, was mich belastet, dann gehe ich da hin. Dann wird darüber geredet. Aber wenn jetzt zum Beispiel die nächsten drei Wochen nichts ist, dann kommt da vielleicht mal ein: ‚Na, wie geht es? Alles gut bei dir?‘ So. Und dann antwortet man halt drauf: ‚Ja, alles gut. Die Sache hat sich so und so entwickelt.‘ Und dann ist wieder gut. Und bis zum nächsten Mal, wenn ich dann wieder was habe.“ (Interview 2, Pos. 59-60)

Hier wird eine kontinuierliche Beziehungsarbeit sichtbar, die klar im Sinne der Klient*innen ist. Gleichwohl gilt es in diesem Zusammenhang vonseiten der Fachkraft deutlich die Grenzen zwischen Freundschaft und professionellem Verhältnis abzustecken.

Die Dauer der professionellen Beziehung zwischen Klient*innen und Fachkräften ist dabei insgesamt unterschiedlich: von **einem einzigen Beratungsgespräch** bis zum **fast täglichen Austausch seit über einem Jahr**, wie in dem Beispiel oben ersichtlich ist.

Die **Häufigkeit und Intensität des Kontaktes** richtet sich dabei nach den aktuellen Beratungsbedarfen der jeweiligen Klient*innen. Oft entwickeln sich demnach zwischen den Klient*innen und den Digital Streetworker*innen längerfristige Beratungsbeziehungen. Hier wechseln sich beispielsweise intensive Phasen des engen Kontakts mit Phasen des eher losen Kontakts ab:

„I: Okay, aber das heißt auch, dass du jetzt nicht mehr so viel Kontakt hast, mit den Streetworker*innen?

B: Nein, im Moment nicht so doll.

I: Okay, aber gab es mal eine Zeit, wo du ganz viel in Kontakt hattest?

B: Tatsächlich ja. Ich habe mit [der Fachkraft] mal einen ganzen Monat lang geschrieben. Das war die längste Zeit, die ich mal zu Streetworker[*innen] Kontakt hatte.“ (Interview 6, Pos. 108-111)

„Also mal gibt es [...] zwei Wochen [da schreibt] man gar nicht, oder manchmal gibt es auch Wochen, da schreiben wir auch mal so drei, vier Tage hintereinander.“ (Interview 5, Pos. 39)

In der Regel haben Klient*innen **mehrere Kontakte mit Fachkräften**. Es melden sich in diesem Zusammenhang insbesondere die Klient*innen, wenn sie Gesprächsbedarf haben. Ein*e Klient*in hatte nur ein einziges Gespräch mit einer Fachkraft, würde aber bei Bedarf wieder den Kontakt aufnehmen:

„Es war auf jeden Fall cool, dass ich weiß, okay, ich habe eine Möglichkeit, wenn es nicht akut, akut, akut ist, da mal jemanden anzuhaufen. Und zu sagen: 'Ich fühle mich nicht gut. Ich brauche gerade jemanden'“ (Interview 4, Pos. 19)

Anhand der Ergebnisse zur professionellen Beziehung zwischen Fachkräften und Klient*innen wird die Bandbreite dieses Verhältnisses sichtbar: von einer einzelnen kurzen Informationsweitergabe bis zu einem über Jahre andauernden regelmäßigen Kontakt. DSW bewegt sich damit auf einem Spektrum von **inhalts-bezogener one-to-many Kommunikation**, etwa auf einem großen Sub-Reddit, und **one-to-one Kommunikation** in asynchronen und synchronen Beratungssettings, bei der neben den zentralen Beratungsinhalten auch die **Beziehungsarbeit** eine zentrale Rolle einnimmt.

7. Content und Community-Arbeit

Die Veröffentlichung von Content ist ein wichtiges Element von Digital Streetwork. Dabei variiert die Bedeutung, die Klient*innen dem **Content** zuschreiben, den Fachkräfte auf den Plattformen veröffentlichen: Einige Klient*innen beschreiben, dass sie den Content der Fachkräfte sehr schätzen, für andere ist er **weniger relevant**:

„Das ist mehr so ein Add-on so, das muss gar nicht unbedingt. Lieber die Kernarbeit richtig gut als viel zu breit und alles ein bisschen.“ (Interview 1, Pos. 143)

Diejenigen, die ihn **positiv** bewerten, sprechen zumeist Content zu **sozialarbeiterischen Inhalten** an, d.h. Information zu Leistungen, wie etwa Bürgergeld oder dem Arbeitsamt:

„Das ist ja einfach nur ein sachlicher Post [...]. Da steht ja nicht drin: Mensch, und ich war auch schon beim Arbeitsamt und finde die alle doof, Liebe Grüße [Fachkraft] [...]. Deswegen, die nehme ich dann doch als, ja, sachlich verwertbar.“ (Interview 1, Pos. 119)

„Ich mag diesen Content tatsächlich. [...] Zum einen ist da diese Content Seite, irgendeine Art von Content zu machen. Wo ich mir nicht sicher bin, ob das irgendeinen positiven Effekt hat. Und zum einen ist da die Informationsseite. Es tut gut, eine ganz klare fachliche Meinung von jemanden zu haben, dem man vertrauen kann, der quasi einfach mal klare Fakten in den Raum wirft. So: [...] ‚Das darf das Jobcenter. Und das darf es nicht.‘ [...] Weil, oft ist das Problem einfach, da ist ein Dschungel an Maßnahmen oder Dingen.“ (Interview 4, Pos. 85)

Nur vereinzelt beschreiben Klient*innen, dass ihnen persönlicher Content der Fachkräfte wichtig sei:

„Na, ich finde das ganz cool, auch mal zwischendurch Erfahrungen zu hören oder mal was erzählt wird, was sie*er am Wochenende gemacht hat oder was auch immer.“ (Interview 3, Pos. 73)

Als Funktionen von Content beschreiben die Klient*innen vor allem die kontinuierliche Sichtbarkeit der Fachkräfte und ihres Angebotes.

Wie auch im Hinblick auf die ambivalente Bedeutungszuschreibung des Contents sichtbar wird, haben Klient*innen in Beratungskontexten nicht immer den Bedarf nach einer (anschließenden) Zugehörigkeit zu einer **(Online-)Community** in diesem Zusammenhang. Gleichwohl gibt es Klient*innen, die sich eine solche Gruppenzugehörigkeit wünschen. Auch in den Interviews zeigt sich, dass den **Digital Streetwork-Communities**, d.h. dem Discord-Server und dem Sub-Reddit, unterschiedliche Bedeutung zugeschrieben wird: Die eine Hälfte der in den *qualitativen* Interviews befragten Klient*innen ist **häufig aktiv** und beschreibt vor allem die dort herrschende **Atmosphäre als positiven Aspekt** der Communities:

„Und wenn ich dann auf dem Discord Channel bin oder im Subreddit, dann ist der Inhalt, glaube ich, nicht so wichtig, aber so die Atmosphäre. Das heißt, mich interessiert nicht, ob [die Fachkraft] so, keine Ahnung, rankt ist in LoL oder so. Aber mich interessiert das, dass jemand wie er*sie, so einen Rahmen bildet, in, ja, so einen safe Space, quasi, ne? Der mir eine Möglichkeit gibt, halt, ich kann ja über alles reden auf dem Discord Channel, wenn ich will, ne?“ (Interview 4, Pos. 91)

Eine Person gibt an, dass ihr das Gespräch mit einer Fachkraft sogar ermöglicht hat, sich in der Community zu beteiligen. Mit dem Gespräch wurden Hürden abgesenkt, mit denen die Personen sich vorher auf dem Weg in die Community konfrontiert sahen.

Die andere Hälfte nutzt die Communities **selten oder gar nicht**. Eine Person begründet das damit, dass sie zu manchen von den Fachkräften angestoßenen Themen keine eigenen Erfahrungen beitragen kann. Sie versteht die Community eher als von den Fachkräften gestalteten Raum, in dem vereinzelt auch etwas von Nutzenden beigetragen werden kann:

„[...] Auf Reddit mache ich das manchmal, dass ich irgendwie auch noch was schreibe, weil ich denke: Da kann ich hilfreich sein. Aber gerade im Digital Streetwork Subreddit, denke ich mir: Na ja, da sind ja, also (lacht) es ist ja deren Subreddit. Soll ich jetzt nicht noch mitmischen? Es wäre jetzt vielleicht was anderes, wenn ich bei einer Sache sage, da war ich selbst schon betroffen von. Und wenn ich jetzt zum Beispiel nur über Depression schreiben würde, dann kann ich auch meine eigenen Erfahrungen dazu da äußern. Aber, weiß ich nicht, hätte ich so: Einerseits, ich mische ihnen da irgendwie fachlich rein, und zweitens, also, die werden ja bezahlt dafür, ich ja nicht.“ (Interview 1, Pos. 127)

Eine mögliche Konsequenz hieraus wäre in den Communities mehr Interaktion anzuregen und Klient*innen zu ermutigen sich zu beteiligen.

8. Andere Fachstellen

8.1 Vorerfahrung mit anderen Fachstellen

Klient*innen haben teilweise noch keine Erfahrungen mit einer Fachstelle der sozialen Arbeit und teilweise haben sie diese gemacht. Ist letzteres der Fall stellen sich diese unterschiedlich dar. Drei der sechs Interview*-Teilnehmenden haben vor der Beratung im Rahmen von DSW noch **kein vergleichbares Angebot** zur Bearbeitung persönlicher Themen genutzt. Während für zwei Personen solche Angebote im eigenen Umfeld gänzlich unbekannt waren („Das ist die erste Begegnung [mit Sozialer Arbeit], die ich hatte“ [Interview 2, Pos. 108-109]), konnte die Dritte von einem Jugendzentrum und von Schulsozialarbeit an der eigenen Schule berichten. Sie nutzte diese Angebote jedoch nicht („Es war okay, dass da kein Kontakt war“ [Interview 3, Pos. 95]).

Zwei der Klient*innen ohne Vorerfahrungen mit anderen Fachstellen gaben außerdem nähere Auskunft darüber, warum sie andere Angebote vor DSW nicht genutzt hatten. In beiden Fällen wird die Entscheidung gegen deren Inanspruchnahme jedoch nicht durch eine fehlende Passung begründet, sondern erscheint eher zufällig, was für den **aufsuchenden Ansatz von DSW** und die damit verbundene aktive Bekanntmachung des Angebotes auf den Plattformen spricht:

I: Okay, du hast jetzt eben schon gesagt, du hast vorher noch nie so wirklich irgendwie sowas Vergleichbares gemacht, dass du irgendwie mit anderen Menschen so sprichst?

B: Nein, tatsächlich nicht. Das hat sich nie so ergeben.

I: Okay, aber hättest du es vorher gewollt? Also gab es einfach nur keine Möglichkeit?

B: Ich weiß es tatsächlich nicht. Ich habe darüber nie nachgedacht so. Und dann war [die Fachkraft von DSW] plötzlich da, und so kam das dann.“ (Interview 6, Pos. 92-95)

Die andere Hälfte der in den Interviews Befragten war bereits vor der Beratung über DSW in unterschiedlich intensivem Austausch mit anderen Fachstellen. Eine Person berichtete von regelmäßigen Treffen im Landkreis und von Gesprächen mit einer Schulsozialarbeiterin, eine weitere nahm eine Lebensberatung bei einem Sozialarbeitsträger und eine Jobberatung im Jobcenter in Anspruch und die Letzte hatte Kontakt mit einer Telefonseelsorge und war in der Vergangenheit therapeutisch angebunden.

Vereinzelt äußerten sich Klient*innen konkreter zu Vorerfahrungen mit vergleichbaren Angeboten. Dabei geht aus den Interviews jedoch nicht eindeutig hervor, ob es sich bei diesen um professionelle sozialarbeiterische Angebote handelte. Beide Personen bewerteten ihre früheren Erfahrungen schlechter im Vergleich zu denen mit DSW. Letzteres zeichnet sich demnach durch bessere Erreichbarkeit, größere Empathiefähigkeit, Neutralität und insgesamt höhere Professionalität im Vergleich zu ersterem aus.

Insgesamt decken sich diese Ergebnisse sehr gut mit denen der *quantitativen* Befragung. Auch hier gab nahezu ein Drittel (60,5%) der insgesamt 162 Teilnehmenden an, vor DSW noch keinen Kontakt zu ähnlichen Beratungsangeboten gehabt zu haben. 39,5% hatten demgegenüber bereits solche Kontakte, wobei diese in 61,4% offline und in 19,3% online stattfanden. Ebenfalls 19,3% hatten offline und online vorherige Kontakte. Dies weist womöglich auf eine weniger starke Verbreitung von Online-Angeboten im Gegensatz zu klassischen Offline-Angeboten hin.

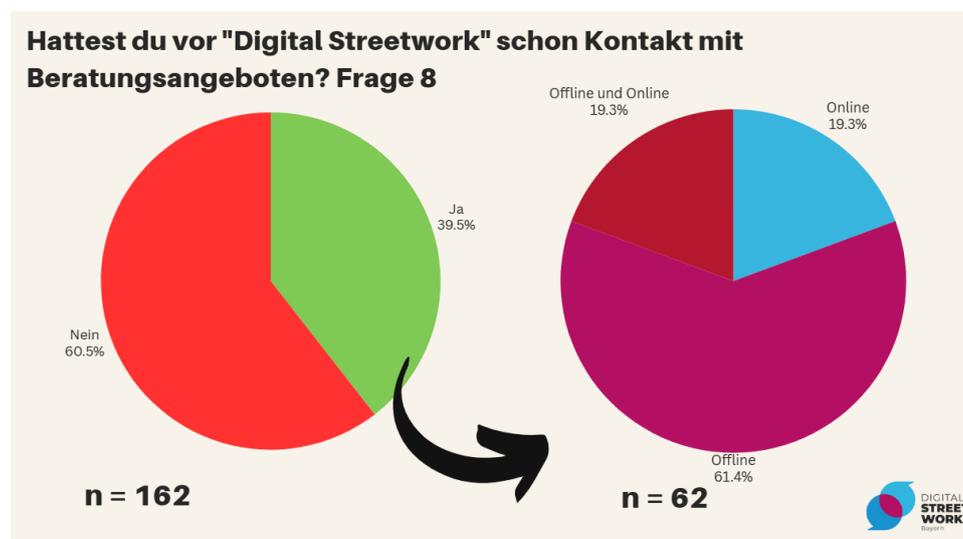


Abbildung 5: Kontakt mit Beratungsangeboten vor DSW (Feedback-Tool „lang“)

8.2 Vermittlung an spezialisierte Fachstellen

Im Rahmen von DSW finden Vermittlungen an spezialisiert Fachstellen statt, etwa wenn fachliche Grenzen der Fachkräfte erreicht werden. Vier der sechs Interviewteilnehmenden erinnern sich daran, dass die Digital Streetworker*innen ihnen **Informationen über weiterführende Fachstellen**, beispielsweise in Form von Links, zur Verfügung stellten:

„Das war einmal Pro Familia [...] und noch was, aber ich weiß nicht mehr genau, was das war. Ich glaube von der Arbeitsagentur“ (Interview 3, Pos. 105)

Bis zum Zeitpunkt der Interviews kam es jedoch bei keiner der Personen zu einer aktiven Vermittlung. Wie bereits in Kapitel 5.2 ausführlich erläutert, empfindet die Zielgruppe von DSW reguläre Beratungsangebote häufig als hochschwelliger im Vergleich zu DSW. Dies erschwert auch die Weitervermittlung, wie das folgende Zitat nahelegt:

„Aber, ich bin so einer, ich mag es nicht unbedingt zu allen Leuten zu rennen. Und deswegen sind solche Links bei mir eher, naja, nice to have. Aber wird dann nur im äußersten Notfall benutzt.“ (Interview 2, Pos. 41)

Eine Person berichtete jedoch davon, dass sie durch die Beratung bei DSW offener gegenüber anderweitigen Angeboten wurde:

„Aber, dann [...] hatte ich das Gefühl, dass ich die Mittel hatte, mich an meine eigenen Kontakte zu wenden. Und auch mal zu schauen, okay, was ist hier vor Ort nochmal? Was kann ich vielleicht vor Ort hier auch nutzen? Was vielleicht meinem Lebensmodell ein bisschen besser passt. Das heißt, ich war, glaube ich, ein bisschen offener, den Kontakt zu suchen dazu.“ (Interview 4, Pos. 31)

Auch im Rahmen der *quantitativen* Erhebung wurde danach gefragt, ob die Digital Streetworker*innen auf **weiterführende Angebote** aufmerksam gemacht hätten. Ca. 84% der Befragten bejahten dies, wovon, im Gegensatz zu den Ergebnissen der *qualitativen* Interviews, ca. 38% angaben, diese im Folgenden auch **in Anspruch genommen** zu haben.

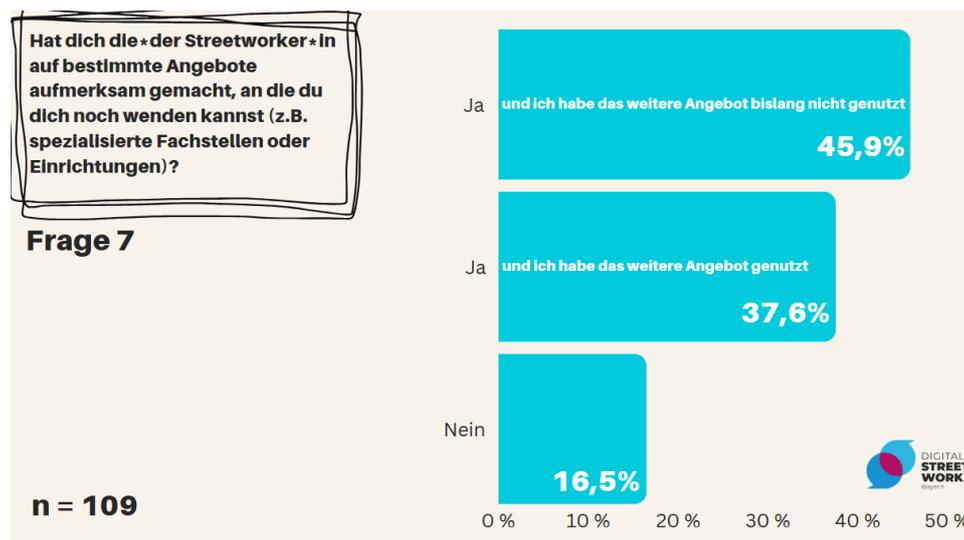


Abbildung 6: Weitervermittlung zu anderen Fachstellen (Feedback-Tool „lang“)

9. Bewertung der Beratungsgespräche und des Angebotes

9.1 Beratungsgespräche

Die befragten Klient*innen bewerten die Gespräche, die sie mit Fachkräften geführt haben, **größtenteils sehr positiv**. Das zeigen insbesondere die Ergebnisse der in Beratungsgesprächen eingesetzten Umfrage (‘‘Feedback-Tool kurz’’). Aber auch die Ergebnisse der *qualitativen* Interviews weisen in eine grundsätzlich sehr positive Richtung: Etwa die wahrgenommene Möglichkeit über alles sprechen zu können, wurde von allen in den Interviews befragten Klient*innen mit der höchstmöglichen Punktzahl versehen und mündlich noch einmal unterstrichen:

„[Es] war eigentlich immer ein offenes Verhältnis zwischen [der Fachkraft] und mir. Das war jetzt nie so, dass ich irgendwo gedacht habe: ‚Nein, das erzähle ich jetzt mal nicht.‘ [...] Und [die Fachkraft] hat mich auch da immer ernst genommen.“ (Interview 6, Pos. 83)

Ein anderes sehr positives Beispiel ist die erfolgte Unterstützungsleistung und zukünftige Perspektive der Klient*innen:

„Das hat mir auch sehr viel geholfen. [...] [T]atsächlich hat mir das so den Push gegeben, so mich ein bisschen aufzuraffen, ne? Ich habe auch viele Tipps dadurch bekommen“ (Interview 4, Pos. 21)

Von den Angaben der Klient*innen zu den acht Qualitätskriterien der Online-Beratung, die Teil der Befragung („Feedback-Tool kurz“) waren, sticht nur eine als **nicht deutlich positiv** heraus: die Frage danach, ob den Klient*innen eine **datensichere Alternative** zu der Plattform angeboten wurde, auf der der Erstkontakt stattgefunden hat. Auch drei der in den *qualitativen* Interviews befragten Klient*innen gaben an, dass ihnen kein Wechsel auf eine alternative Plattform angeboten wurde. Auch diese Ergebnisse werden durch die des *quantitativen* Feedback-Tools („kurz“) gestützt. Gleichwohl wird deutlich, dass eine gänzlich datensichere Kommunikation für die befragten Klient*innen keine besonders große Relevanz besitzt. Ein*e Klient*in gibt sogar an, dass sie Hinweise auf den Datenschutz vonseiten der Fachkräfte sogar als störend empfunden hätte:

„Und habe halt nur für mich entschieden, dass das Problem stärker wichtig ist und so, und deshalb [Discord] halt genommen. [...] [I]ch glaube, das würde mich so ein bisschen stören, selbst als jemanden, der sehr interessiert ist an diesen Aspekten, wenn dann plötzlich statt meinem Problem ein Dreizeiler irgendwie auch nur über irgendwie ‚Hier Datenschutz, blablabla‘ [...]. Das hätte [auf] mich, glaube ich, irgendwie so ein bisschen komisch [gewirkt]“ (Interview 4, Pos. 61).

Das kann als Hinweis darauf gewertet werden, dass den Klient*innen ein Bewusstsein für die Datenpraktiken kommerzieller Plattformen fehlt. Hier kann eine sensible situative Medienkompetenzförderung ansetzen, in deren Rahmen auf die Bedarfe der Klient*innen entsprechend eingegangen werden kann.

In der Umfrage zu dem Angebot insgesamt („Feedback-Tool lang“) wurden zudem zusätzliche Angaben zur **Qualität der Beratung** in den Einzelgesprächen gemacht, die die Beschreibungen im Kontext des kurzen Tools ergänzen. Dabei werden vor allem Wünsche formuliert, die den zeitlichen Umfang und die Personalisierung der Gespräche betreffen. Hier wird beschrieben, dass die Beratung teilweise als standardisiert wahrgenommen wurde und der*die Klient*in eine stärkere Individualisierung vorgezogen hätte:

„[...] Ab und zu hätte ich mir etwas mehr ausführliche Beratung gewünscht, die mit konkreteren Tipps hilft, statt ‚nur‘ zu validieren und weitere Fragen zu stellen.“

„Manchmal hören sich einige Sätze doch etwas auswendig gelernt an. Ich kann total nachvollziehen, dass ihr bestimmte Gesprächstechniken gelernt habt und man diese nicht immer umformulieren kann. Es fühlt sich dennoch angenehmer an, wenn ihr es etwas umgangssprachlicher oder so versucht.“

Insgesamt lässt sich also, von einigen Ausnahmen abgesehen, ein sehr positives Bild der Klient*innen auf die Beratungsgespräche nachzeichnen.

9.2 Angebot insgesamt

Auch das Angebot Digital Streetwork insgesamt wird überwiegend **sehr positiv** bewertet. Sowohl in den Interviews, als auch im Feedback-Tool (“lang”) geben die allermeisten Klient*innen an, dass sie das Angebot sehr schätzen und es für ihre Bedürfnisse bereits optimal ausgestaltet ist:

„I: Aus deiner Sicht, gibt es irgendwas, was die Streetworker*innen noch besser machen können?

B: [...] wüsste ich jetzt tatsächlich nichts. Also, ich habe jetzt nur gute Erfahrungen mit denen gemacht.”
(Interview 6, Pos. 150-151)

Gleichwohl gibt es einige Punkte, die aus der Sicht von Klient*innen geändert werden könnten. Grundsätzlich wünschen sich einige Klient*innen, dass eine **Ausweitung des Angebots** stattfindet, d.h. etwa, dass Fachkräfte auch am Wochenende und nachts erreichbar sind. Darüber hinaus soll das Angebot verstetigt werden, möglichst mit bundesweiter Ausrichtung und grundsätzlich mit mehr Personal ausgestattet werden, die auf weiteren Plattformen und in weiteren Gruppen aufsuchen.

„[...] [D]a denke ich mir, das wäre wirklich geil, wenn es mehr davon gibt [und] breiter aufgestellt nochmal.”
(Interview 1, Pos. 143)

Dafür ist es laut den Klient*innen auch notwendig **weitere Öffentlichkeitsarbeit** zu betreiben, auch, um ein Bewusstsein für den Wert von Digital Streetwork in der breiten Öffentlichkeit zu stärken.

„Im Mainstream dafür sorgen, dass Digital Streetwork einen Platz hat oder so. [...]. Weil, wenn ich zu einem Sozialarbeiter oder zum Arbeitsamt gehe, dann kann ich jedem davon erzählen. Leute teilen mein Bild. Aber wenn ich [...] [Digital Streetworker*innen] gehe, dann würde ich mir vorkommen so: ‘Wie, du hast halt mit irgend so einem mitdreißiger Typen darüber geredet [...] wie depressiv du bist.’ So. Ja, nein. Über einen Psychotherapeuten sagt das niemand [...]. Aber für mich ist das auf einer gleichen Ebene.” (Interview 4, Pos. 101)

Einige Klient*innen wünschen sich zudem **mehr Präsenz der Fachkräfte auf den Online-Plattformen**. Das bezieht sich nicht nur auf Content, sondern auch auf die Anregung des Austausches bzw. die Beteiligung im Main-Chat der Communities im Allgemeinen (siehe Kapitel 7).

„Mein Gefühl ist, dass, wenn ich da reinkomme, ich mich zwar sicher fühle, hier irgendwie nicht zu beteiligen, aber es oft leer wirkt. Ich weiß nicht, ob das in Relation zu anderen Content-Plattformen oder sonst irgendwas ist. Aber es sieht manchmal traurig karg aus, vielleicht. So, wenn irgendwie drei Leute beim Check-in oder so irgendwas posten oder so, ne?” (Interview 4, Pos. 95)

Eine verstärkte sichtbare Aktivität der Fachkräfte auf den Plattformen bzw. den in den jeweiligen Gruppen in regelmäßigeren Abständen könnte dazu führen, dass sich Adressat*innen noch willkommener fühlen.

10. Fazit und Ausblick

Abschließend sollen auf Grundlage der Ergebnisse drei thematisch weiterführende Überlegungen sowie darauf basierende Vorschläge für die zukünftige Gestaltung des Angebotes Digital Streetwork formuliert werden:

1. Transparentere Aufklärung der Zielgruppe über DSW als Angebot und dessen Rahmenbedingungen

- Einigen Klient*innen gaben an nicht oder nicht ausreichend über alternative Plattformen informiert worden zu sein. Daher sollte **besser bezüglich der Möglichkeit des Wechsels auf datenschutzrechtlich weniger bedenkliche Plattformen informiert werden**. Ein einheitlicher Textbaustein, der von den Fachkräften mit allen Klient*innen geteilt wird, könnte hierbei beispielsweise hilfreich sein. Gleichwohl stellt ein solcher Hinweis auf die Möglichkeit des Wechsels auf eine datenschutztechnisch unbedenklichere Plattform nicht die Lösung des Konfliktes³ um die nicht vollständig gegebene Datensicherheit in Bezug auf DSW dar. Die Gewährleistung von Datensicherheit ist primäre Aufgabe der Plattformbetreibenden. DSW kann nur in dem Rahmen agieren, den lebensweltnahe Plattformen bilden. Dennoch sind in DSW weiterführende Überlegungen zur **Implementierung eines datensicheren, aber dennoch niedrigschwelligen Tools** notwendig. Andere Online-Beratungsangeboten nutzen beispielsweise eigene datenschutzkonforme Chat-Software. Denkbar wäre die Versendung eines Codes bzw. Links über die Erstkontakt-Plattform, durch welchen die Klient*innen anschließend zum eigenen Tool weitergeleitet werden. Zudem erscheint in diesem Zusammenhang eine hierauf fokussierte **situative Medienkompetenzförderung** sinnvoll.
- Den individuellen Präferenzen der Klient*innen hinsichtlich Kommunikationsformen folgend, sollten möglichst **vielfältige Kommunikationswege angeboten werden**. Dies schließt sowohl die Aktivität auf unterschiedlichen Online-Plattformen, als auch das Anbieten unterschiedlicher Kommunikationskanäle (synchron/asynchron) mit ein. Über die Bandbreite der angebotenen Kommunikationsformen sollte ausführlich informiert werden, damit den Klient*innen bewusst ist, dass sie die Fachkräfte nicht nur via schriftlichem Chat, sondern auch synchron (z. B. Video-Chat) erreichen können.
- Entgegen dem Wunsch einiger Klient*innen ist es den Fachkräften nicht möglich zu jeder Zeit erreichbar zu sein. Vor allem in akuten Krisen-Situationen fehlen Ansprachemöglichkeiten. DSW sollte deshalb **deutlicher auf auch außerhalb der Kontaktzeiten von DSW erreichbare Angebote verweisen** (z.B. Krisendienst, Telefonseelsorge, etc.). Dies könnte beispielsweise in Form einer Abwesenheitsnotiz als automatische Antwort umgesetzt werden, soweit dies auf den jeweiligen Plattformen technisch möglich ist. Hierzu könnte ein einheitlicher Textbaustein formuliert werden.

³ siehe für eine umfassende Beschreibung des benannten Konfliktes: [„Qualitätsstandards für Digital Streetwork. Empfehlungen des Bayerischen Jugendrings für Trägern von Jugendhilfe zur Umsetzung von Digital Streetwork.“](#)

2. Sichtbarkeit auf den Online-Plattformen stärken

- Die Interviews belegen, dass die Sichtbarkeit von DSW auf Online-Plattformen dazu führt, dass das Angebot von den User*innen als potenziell nutzbare Ressource wahrgenommen und dementsprechend bei Bedarf in Anspruch genommen wird. Der **aufsuchende Charakter von DSW** sollte demnach weiterhin im Vordergrund der Arbeit stehen und nach Möglichkeit noch verstärkt werden. Die Klient*innen erfahren von DSW in der Regel auf den Online-Plattformen, auf welchen sie sich in ihrem Alltag bewegen. Dementsprechend sollte auch die **Öffentlichkeitsarbeit** zur Information über das Angebot für die Zielgruppe **vermehrt auf den Plattformen** stattfinden.

3. Hinweise auf Angebotslücken und Notwendigkeit weiterer Forschung

- Die Auswertung der Interviews gibt Hinweise darauf, dass sich die **Zielgruppe von DSW aus mindestens zwei unterschiedlichen Personengruppen** zusammensetzt. Einer **vorsichtigen Typologisierung** folgend könnte hier zwei Typen unterschieden werden: 1) Personen, die sich hauptsächlich online bewegen und dementsprechend auch hauptsächlich online beraten werden wollen und 2) Personen, die sich an DSW wenden, weil ihnen kein passgenaues Angebot vor Ort bekannt ist, jedoch grundsätzlich Offline-Angebote favorisieren würden. Hier stellt sich die Frage, ob diesen verschiedenen Personengruppen auch im Beratungskontext unterschiedlich begegnet werden müsste. Eine solche Typologie kann jedoch zu diesem Zeitpunkt nicht abschließend ausgearbeitet werden. Hierfür wären zukünftige Forschungsarbeiten mit einem größeren Sample nötig.
- Da es sich bei DSW um kein Angebot zur Bearbeitung akuter Krisen handelt, ist auch keine 24/7-Erreichbarkeit vorgesehen. Gleichwohl wird eine solche von einigen Klient*innen nachgefragt. Die Überlegungen zu einer vorsichtigen Typologie der Klient*innen aufgreifend kann davon ausgegangen werden, dass gerade **Personen, deren Alltag sich zu großen Teilen online abspielt, von gängigen offline agierenden Krisenberatungsstellen nicht erreicht** werden. Für diese fehlen adäquate Angebote online.