



Technische Hochschule  
Ingolstadt

---

# Bachelorarbeit

im Studiengang User Experience Design (UXD)  
Fakultät Informatik

## Entwicklung einer kontextuell anpassbaren Plattform zur Förderung nachhaltiger Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit

Vor- und Zuname: **Marie Zofia Eberhard**

Matrikelnummer: 00107566

ausgegeben am: 06.11.2023

abgegeben am: 05.04.2024

Erstprüfer: Prof. Dr. Christian Sturm

Zweitprüfer: Prof. Dr. Simon Nestler

## Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die Arbeit selbständig verfasst, noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benützt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Ingolstadt, \_\_\_\_\_

Marie Zofia Eberhard

## Kurzfassung

Einsamkeit und psychische Probleme stellen weltweit zunehmend ernstzunehmende Herausforderungen für Jugendliche dar. Die regelmäßige Teilnahme an Freizeitangeboten, sei es privat oder institutionalisiert, kann dazu beitragen, Einsamkeit zu reduzieren. Um dieses Potenzial optimal zu nutzen, ist es entscheidend, die Lebenswelt und Wahrnehmung der Jugendlichen zu verstehen, da diese ihre intrinsische Verbindlichkeit beeinflussen.

Die vorhandene Literatur beleuchtet weitgehend die Probleme und aktuellen Lebenswelten von Jugendlichen, doch gibt es nur wenige Untersuchungen zur Verbindlichkeit von Jugendlichen. Vorhandene Studien befassen sich hauptsächlich mit den Problemen, bieten nur wenige Lösungsansätze zur Behebung des Einsamkeitsproblems und nach der Recherche gar keine Lösungen, wie man Verbindlichkeit positiv fördern könnte.

Aus diesem Grund konzentriert sich diese Arbeit darauf, die Faktoren, die die Verbindlichkeit von Jugendlichen beeinflussen, auf vorerst regionaler Ebene zu identifizieren und konkrete Lösungsansätze für die lokale Jugendarbeit vorzuschlagen. Dazu werden folgende Forschungsfragen gestellt: „Welche Faktoren beeinflussen die Ausprägung von Verbindlichkeit zu außerschulischen Aktivitäten bei Jugendlichen in Ingolstadt?“ und „Wie kann Verbindlichkeit konkret im Rahmen der lokalen Jugendarbeit gefördert werden?“

Um diese Fragen zu beantworten, wird die Grounded Theory als theoretischer Rahmen verwendet. Die Datenerhebung erfolgt mittels qualitativer und quantitativer Fragebögen, Interviews sowie Workshops, einschließlich der Co-Design Methode und dem Testen durch eine Fokusgruppe. Alle Teilnehmenden sind Jugendliche im Alter von 13 bis 19 Jahren.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere die Befriedigung psychischer Grundbedürfnisse, insbesondere das Bindungsbedürfnis und die Unlustvermeidung gemäß der Theorie von Klaus Grawe, die Ausprägung der Verbindlichkeit beeinflussen. Es besteht ein deutlicher Wunsch nach Angeboten, die das Vertiefen und Knüpfen von Freundschaften ermöglichen. Basierend auf diesen Erkenntnissen wurde ein Konzept für eine kontextuell anpassbare Plattform entwickelt, in Zusammenarbeit mit Jugendlichen im Rahmen eines Co-Design Workshops.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Erklärung</b>	<b>I</b>
<b>Kurzfassung</b>	<b>II</b>
<b>1. Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1. Motivation . . . . .	1
1.2. Zielsetzung und Forschungsfragen . . . . .	2
<b>2. Literatur</b>	<b>3</b>
2.1. Einführung in Begrifflichkeiten . . . . .	3
2.1.1. Plattform . . . . .	3
2.1.2. Kontextuelle Anpassbarkeit . . . . .	3
2.1.3. Verbindlichkeit . . . . .	3
2.1.4. Lokale Jugendarbeit . . . . .	4
2.1.5. Grundbedürfnisse . . . . .	4
2.2. Literaturrecherche . . . . .	4
2.3. Relevanz für die eigene Arbeit . . . . .	6
<b>3. Methodische Grundlagen</b>	<b>7</b>
3.1. Grounded Theory . . . . .	7
3.2. Datenerhebung durch Fragebögen, Workshops, Beobachtungen und Interviews . . . . .	7
3.3. Co-Design . . . . .	8
3.4. Fokusgruppe . . . . .	9
<b>4. Studiendesign</b>	<b>10</b>
4.1. Teil 1: Erste Google Forms Umfrage . . . . .	10
4.1.1. Ausgangspunkt . . . . .	10
4.1.2. Aufbau . . . . .	11
4.1.3. Teilnehmende . . . . .	11
4.2. Teil 2.1: Workshops . . . . .	11
4.2.1. Ausgangspunkt . . . . .	11
4.2.2. Aufbau . . . . .	12
4.2.3. Teilnehmende . . . . .	14
4.3. Teil 2.2: Observation im Piustreff . . . . .	14
4.3.1. Ausgangspunkt . . . . .	14
4.3.2. Aufbau . . . . .	15
4.3.3. Teilnehmende . . . . .	15
4.4. Teil 3: Interviews . . . . .	15
4.4.1. Ausgangspunkt . . . . .	15
4.4.2. Aufbau . . . . .	15
4.4.3. Teilnehmende . . . . .	15
4.5. Teil 4: Co-Design Workshop . . . . .	16
4.5.1. Ausgangspunkt . . . . .	16
4.5.2. Aufbau . . . . .	16
4.5.3. Teilnehmende . . . . .	17
4.6. Teil 5: Evaluierung . . . . .	17
4.6.1. Ausgangspunkt . . . . .	17
4.6.2. Aufbau . . . . .	18

4.6.3. Teilnehmende . . . . .	18
<b>5. Ergebnisse</b>	<b>19</b>
5.1. Teil 1: Erste Google Forms Umfrage . . . . .	19
5.1.1. Auswertung . . . . .	19
5.1.2. Ergebnisse . . . . .	20
5.2. Teil 2.1: Workshops . . . . .	23
5.2.1. Auswertung . . . . .	23
5.2.2. Ergebnisse Quantitativer Teil . . . . .	24
5.2.3. Ergebnisse Qualitativer Teil . . . . .	28
5.2.4. Idealangebote . . . . .	34
5.3. Teil 2.2: Observation im Piustreff . . . . .	35
5.3.1. Auswertung . . . . .	35
5.3.2. Konkrete Beobachtungen . . . . .	35
5.4. Teil 3: Interviews . . . . .	36
5.4.1. Auswertung . . . . .	36
5.4.2. Ergebnisse . . . . .	37
5.5. Teil 4: Co-Design Workshop . . . . .	45
5.5.1. Auswertung . . . . .	45
5.5.2. Card Sorting . . . . .	45
5.5.3. Wertschöpfende Interaktionen . . . . .	46
5.5.4. Infrastruktur . . . . .	48
5.5.5. Interface für Kommunikation . . . . .	50
5.5.6. Regeln und Rahmenbedingungen . . . . .	52
5.6. Evaluierung . . . . .	53
5.6.1. Auswertung . . . . .	53
5.6.2. Testergebnisse . . . . .	53
5.7. Ergebnisse der Forschungsfragen . . . . .	58
<b>6. Diskussion</b>	<b>61</b>
6.1. Einschränkungen . . . . .	61
6.2. Bias . . . . .	64
6.3. Vergleich mit Literatur . . . . .	65
6.4. Ausblick . . . . .	65
<b>A. Anhang</b>	<b>XII</b>
A.1. Onlinefragebogen . . . . .	XII
A.1.1. Rohdaten des Onlinefragebogens für die statistische Auswertung . . . . .	XII
A.1.2. Kategorisierte Ergebnisse aus Miro . . . . .	XIV
A.2. Erster Workshop . . . . .	XV
A.2.1. Materialien im ersten Workshop . . . . .	XV
A.2.2. Ergebnisse des ersten Workshops . . . . .	XXX
A.3. Interviews . . . . .	XXXIII
A.4. Co-Design Workshops . . . . .	XXXV
A.4.1. Materialien im Co-Design Workshop . . . . .	XXXV
A.4.2. Ergebnisse des Co-Design Workshops . . . . .	XL
A.5. Fokusgruppe . . . . .	XLV
A.5.1. Materialien in Fokusgruppe . . . . .	XLV
A.5.2. Protokolle . . . . .	XLVIII

## Glossar

<b>Begriff</b>	<b>Definition / Erklärung</b>
----------------	-------------------------------

---

<b>EWG</b>	Erwähnung/-en von Themen, die in den Datenerhebungen insgesamt genannt wurden (wird im Kontext dieser Arbeit mit einer Zahl genannt)
<b>N</b>	Anzahl der Personen
<b>M</b>	Mittelwert
<b>Md</b>	Median
<b>SD</b>	Standardabweichung
<b>SEM</b>	Standardfehler
<b>ÖPNV</b>	Öffentlicher Personennahverkehr

## 1. Einleitung

*„Ich bin, weil wir sind“ – so lautet der Schlüsselsatz von Ubuntu. Ein isiZulu-Spruchwort bringt die Botschaft auf den Punkt: „Umntu ngumuntu ngabantu – ein Mensch wird durch einen anderen Menschen zum Menschen.“ (Broodryk, 2005, S.1)*

Oder anders gesagt: „Es braucht ein ganzes Dorf, um ein Kind großzuziehen“. Diesen Satz werden viele schon gehört haben. Dies funktioniert nur mit Hilfe der Verbindlichkeit aller Beteiligten. Welche Rolle eine nachhaltige Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit spielt und wie man mit Jugendlichen zusammen eine, ihnen angepasste Plattform gestalten kann, soll das Thema dieser Bachelorarbeit sein.

Das Interesse an den Faktoren der Verbindlichkeit ergibt sich aus einer langjährigen Tätigkeit der Autorin in der Jugendarbeit, welche über einen Zeitraum von über vier Jahren erfolgt. Während dieser Zeit entstand der Wunsch, tiefergehend zu analysieren, welche Faktoren zur Verbindlichkeit bei Jugendlichen beitragen und wie man diese in der lokalen Jugendarbeit anwenden kann. Diesen Überlegungen geht die Frage voran, warum Verbindlichkeit überhaupt von Bedeutung ist, auf was in der Motivation eingegangen wird.

In diesem Kapitel wird zunächst die Motivation für diese Arbeit dargelegt. Danach wird auf die Zielsetzung eingegangen, die das Thema der Arbeit fokussiert und den Grundstein für das weitere Vorgehen definiert.

### 1.1. Motivation

In einer weltweiten Studie mit 8000 Jugendlichen, die kurz vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie im März 2020 abgeschlossen wurde, haben 25 Prozent angegeben, in den letzten drei Monaten Suizidgedanken zu haben, während 45 Prozent in derselben Zeitspanne an Depressionen und 55 Prozent an Angstzuständen litten. Einsamkeit spielt bei 69 Prozent der Mädchen und 57 Prozent der Jungen eine Rolle (OneHope, 2020, S. 18-22). Eine weitere Studie unter deutschen Jugendlichen im Alter von 11 bis 17 Jahren ergab, dass bereits etwa ein Drittel (27,6%) sich manchmal oder selten einsam fühlte, während 4,2 Prozent angaben, sich oft oder immer einsam zu fühlen (Neu & Müller, 2020, S. 22). Die Corona Pandemie hat die Problematik von Einsamkeit und sozialer Isolation zusätzlich verschärft (Neu & Müller, 2020, S. 50). Eine Einsamkeitsstudie des Instituts der Deutschen Wirtschaft identifizierte relevante Einflussfaktoren auf das Gefühl der Einsamkeit. Eine signifikante Erkenntnis ist, dass einsame Personen nur etwa einmal im Monat private oder institutionalisierte Freizeitangebote in Anspruch nehmen, während Personen, die sich seltener einsam fühlten, dies etwa einmal wöchentlich tun (Eyerund et al., 2019, S. 12). Experimentelle Studien haben ebenfalls gezeigt, dass soziales Engagement die Einsamkeit reduziert, sei es durch den Aufbau von Kontakten zu Freunden und Familie, die Teilnahme an sozialen Gruppen, den Besuch religiöser Veranstaltungen oder ehrenamtliches Engagement. Diese Korrelation erstreckt sich über alle Altersgruppen, vom Jugendalter bis ins hohe Alter. (Luhmann & Hawkey, 2016, S. 953-954)

Diese Erkenntnisse unterstreichen die Bedeutung einer regelmäßigen Teilnahme an einem Gemeinschaftsprogramm. Dabei spielt die Verbindlichkeit zu einer Gemeinschaft eine zentrale Rolle, denn nur durch die regelmäßige Teilnahme an einer Gemeinschaft, können Beziehungen entstehen, welche Einsamkeit vorbeugen. Daher ist es für die Gesundheit der Jugend von entscheidender Bedeutung, eine enge Verbindung zu Jugendlichen herzustellen und gemein-

---

sam mit ihnen maßgeschneiderte Angebote zu entwickeln, um diejenigen Grundbedürfnisse zu befriedigen, die wiederum Verbindlichkeit begünstigen. Dies legt nahe, dass die Schaffung von privaten oder institutionellen Freizeitangeboten zumindest einen Schritt in Richtung der Bewältigung des Einsamkeitsproblems auf lokaler Ebene darstellen kann.

## 1.2. Zielsetzung und Forschungsfragen

Die vorliegende Arbeit zielt darauf ab, die kontextuelle Anpassbarkeit einer Plattform zur Förderung nachhaltiger Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit zu untersuchen. Hierbei ist zu bemerken, dass das Aussehen dieser Plattform zu Beginn komplett offen ist. Diese könnte digital oder analog sein und kommt letztlich auf die Bedürfnisse der Teenager an. Der Fokus liegt lediglich auf der wertschöpfenden Interaktion zwischen „Anbietern“ und „Kunden“, wobei die Rollenverteilung zu Beginn noch komplett offen ist. Laut Parker et al. (2017) ist der übergreifende Zweck einer Plattform das Zusammenkommen der „User“ sowie der Austausch von, in diesem Fall, sozialen Interaktionen, um dabei allen Beteiligten die Möglichkeit einer Wertschöpfung zu schaffen. Wie die Rahmenbedingungen und Regeln für diese Plattform festgelegt werden, wird mit Hilfe von Co-Design zusammen mit Jugendlichen erarbeitet werden. Jugendliche sind ein „*Personenkreis zwischen Kindheit (bis etwa zwölf Jahren) und Erwachsenenalter (etwa ab 20 Jahren)*“ (Bundeszentrale für politische Bildung, 2021), weswegen alle beteiligten Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 19 Jahren waren.

Das Konzept dieser Plattform soll gezielt auf die Bedürfnisse von Jugendlichen in Ingolstadt ausgerichtet sein. Das Hauptziel besteht darin, eine Plattform von Jugendlichen für Jugendliche zu gestalten, die nicht nur die Bedürfnisse im Zusammenhang mit Verbindlichkeit adressiert, sondern ebenfalls soziale Bindungen stärkt, um das Problem der sozialen Isolation nachhaltig anzugehen. Dazu werden folgende Forschungsfragen gestellt:

- RQ1** Welche Faktoren beeinflussen die Ausprägung von Verbindlichkeit zu außerschulischen Aktivitäten bei Jugendlichen in Ingolstadt?
- RQ2** Wie kann Verbindlichkeit konkret im Rahmen der lokalen Jugendarbeit gefördert werden?

Aus Basis dieser Ergebnisse sollen mit Hilfe des Co-Design Ansatzes konkrete Vorschläge gemacht werden, wie die lokale Jugendarbeit aus der Perspektive der Jugendlichen im Rahmen eines Plattform Ansatzes verbessert werden könnte.

## 2. Literatur

### 2.1. Einführung in Begrifflichkeiten

#### 2.1.1. Plattform

Nach Parker et al. (2017) ist eine Plattform ein Geschäftsmodell, welches vier Hauptmerkmale hat. Zum einen legt eine Plattform *Rahmenbedingungen und Regeln* für die Interaktion darauf fest. Zum anderen bietet diese eine *offene Infrastruktur* für solche *wertschöpfende Interaktionen*. Der Sinn liegt darin, durch das Zusammenkommen von Benutzern solche Wertschöpfungen auszutauschen. Dies können Waren, Dienstleistungen oder soziale Währung sein. Im Kontext dieser Arbeit wird der Fokus auf den Austausch von sozialen Interaktionen liegen. Das Ziel ist letztendlich für alle Beteiligten die *Möglichkeit einer Wertschöpfung* zu bieten. Drewel et al. (2019) nennen drei grundlegende Funktionen einer Plattform. Das „*matchen*“ (zu deutsch: zusammenbringen) von Nutzer und dem Anbieter der relevantesten Werteeinheit, das „*facilitaten*“ (zu deutsch: ermöglichen) von Wertschöpfung, ohne diese zu kontrollieren. Dies soll insbesondere durch Filtermechanismen geschehen. Zuletzt sollen Plattformen „*pullen*“. Das bedeutet das anlocken und halten von Akteuren. Ähnlich definiert es Choudary (2015).

#### 2.1.2. Kontextuelle Anpassbarkeit

Unter kontextueller Anpassbarkeit wird verstanden, dass die Plattform je nach Kontext und womöglich Ort, anpassbar sein soll. Die Filtermechanismen einer Plattform sind dafür notwendig, da diese je nach Interesse, Bedürfnis, Ort sowie vielen anderen Faktoren die bestmöglich passenden Optionen angemessen dargestellt. Das Ziel einer kontextuell anpassbaren Plattform ist die Ermöglichung von Wertschöpfung jedes Individuums. Damit geht im Zusammenhang dieser Arbeit die Erfüllung psychischer Grundbedürfnisse einher, mit dem Ziel, Verbindlichkeit zu kultivieren, um das Problem der Einsamkeit zu bestreiten. Welche Faktoren welche Bedürfnisse erfüllen, kann je nach Person unterschiedlich aussehen, weswegen kontextuelle Anpassbarkeit ein wichtiges Ziel ist.

#### 2.1.3. Verbindlichkeit

Laut Wikipedia wird Verbindlichkeit als Konsequenz definiert, standhaft zu einem Versprechen zu stehen. Diese wird entweder bis zur Verwirklichung verfolgt oder klar widerrufen (o.D.). Nach Coleman (2011) wird Verbindlichkeit durch Entscheidungen und Handlungen definiert, die auf einem sich herausbildenden Verständnis der eigenen Person beruhen. Die Entscheidung zur Verbindlichkeit basiert typischerweise auf Werten, Erwartungen, persönlichen Parametern, Zielen, Überzeugungen sowie Bildungs- und Berufsentscheidungen. Diese Faktoren müssen sich erst entwickeln und sind ein Teil der Identitätsentwicklung und das auf Basis von Selbsterkenntnis und eigener Definition dieser Faktoren. (Arnold, 2017, S. 5)

Der Begriff „Commitment“ wird aktuell viel im Kontext der Arbeitswelt genutzt. Dort lässt sich der Begriff in drei Komponenten unterteilen. Diese werden als affektives, normatives und forsetzungsbezogenes Commitment bezeichnet. Mit affektivem Commitment ist die emotionale Bindung, Identifikation und das Engagement einer Organisation gegenüber gemeint. Normatives Commitment hingegen bezieht sich auf das Verpflichtungsgefühl, in einer Organisation zu bleiben. Das forsetzungsbezogene bzw. kalkulatorische Commitment beschreibt einen Abwägungsprozess hinsichtlich Kosten, die bei einem Austritt entstehen könnten. (Ribbeck, 2020, S. 87) Im Allgemeinen beschreibt Commitment die Gefühle der Zugehörigkeit und Verbundenheit der Mitarbeiter an das Unternehmen oder an Teile des Unternehmens. (van Dick, 2004, S. 3)

#### 2.1.4. Lokale Jugendarbeit

„Kinder- und Jugendarbeit setzt an den Stärken junger Menschen an und unterstützt ihre Entwicklung zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten.“ So definiert das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Jugendarbeit (BMFSFJ, 2022). Unter lokaler Jugendarbeit versteht man Jugendarbeit, die örtlich begrenzt ist und sich auf die Jugendlichen vor Ort fokussiert. Dies kann ebenfalls innerhalb einer Stadt je nach Viertel und Zielgruppe unterschiedlich sein. So gehen beispielsweise hauptsächlich Jugendliche aus dem Piusviertel in Ingolstadt in den Piustreff. Von außerhalb kommen wenn, dann nur Freunde von denen, die gehen. Im Rahmen dieser Arbeit soll ein Konzept erstellt werden, das kontextuell anpassbar ist und auf die lokale Jugendarbeit unterschiedlicher Orte anwendbar sein soll.

#### 2.1.5. Grundbedürfnisse

Damit man einen Menschen und dessen Handeln versteht, müssen dessen Wünsche, Ziele, Werte und vieles mehr in Betracht gezogen werden. Aus diesem Grund ist die Frage wichtig, welche Grundbedürfnisse erfüllt werden müssen, damit dieser sich wohlfühlt und sich gut entwickeln kann. Selbstverständlich müssen Grund- oder Existenzbedürfnisse wie Luft, Wasser oder Schlaf gestillt werden, damit das Leben überhaupt möglich ist. Wenn es jedoch um die Frage der psychischen Gesundheit geht, muss es über die physischen Grundbedürfnisse hinaus gehen. Dies ist eine empirische Frage, mit der sich bereits viele Psychologen auseinandergesetzt haben. Folglich wird auf die Grundbedürfnisse von Klaus Grawe (2004) eingegangen, da dieser psychische Grundbedürfnisse als solche versteht, „die bei allen Menschen vorhanden sind und deren Verletzung oder dauerhafte Nichtbefriedigung zu Schädigungen der psychischen Gesundheit und des Wohlbefindens führen.“ (S. 185) Nach jahrelangem Abwägen, Vergleichen und Forschen, kam Grawe auf vier Grundbedürfnisse, die auf denen von Epstein (1990) basieren: „Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle“, „Lustgewinn / Unlustvermeidung“, „Bindungsbedürfnis“ und das „Bedürfnis nach Selbsterhöhung / -schutz“ (Grawe, 2004, S. 189).

## 2.2. Literaturrecherche

Es existieren zahlreiche Studien und Forschungsarbeiten zum Thema Einsamkeit sowie zur Verbindung zwischen Einsamkeit und der Teilnahme an Freizeitangeboten. Es gibt Ergebnisse von Forschungen wie Jugendliche „ticken“, die die Bedeutung von Wohlfühlfaktoren wie Freundschaften, privaten Rückzugsorten, Familienbeziehungen, sportlichen Aktivitäten und sozialen Beziehungen hervorheben (Calmbach et al., 2020, S. 252).

Die Abnahme von Verbindlichkeit ist ein beobachteter Trend, der jedoch schwer quantifizierbar ist. Darum existieren keine präzisen statistischen Daten, die diesen Trend messbar machen. Dennoch behandeln wenige Werke das Thema der Verbindlichkeit, wie etwa „Der flexible Mensch“ von Richard Sennett (2000) oder „Das Ende der Verbindlichkeit? Veränderungen sozialer Beziehungen durch mobiles Kommunikationsverhalten“ von Thomas Döbler (2014). Diese Werke beleuchten die Entwicklung, dass die Flexibilität, die durch neue Technologien geschaffen wird, die Verbindlichkeit in sozialen Beziehungen beeinflusst. Sennett fokussiert sich auf die Verbindlichkeit dem Arbeitsplatz im globalen Kapitalismus gegenüber. Darauf baut Döbler auf, indem er den flexiblen Menschen auf soziale Beziehungen überträgt. Die, durch mobile Kommunikationstechnologien, zunehmende Kurzlebigkeit in sozialen Beziehungen und Interaktionen hat nachweisbare Auswirkungen auf die Entwicklung von Vertrauen, Loyalität und ge-

gegenseitiger Verpflichtung in Beziehungen (Sennett, 2000, S. 28). Die ausgiebige Nutzung von Mobiltelefonen führt zu einer quantitativen Zunahme von Handlungen pro Zeiteinheit und einer Beschleunigung des Lebensrhythmus. Menschen empfinden, dass alles immer schneller abläuft und die Zeit knapp ist. Dadurch werden Handlungen verdichtet, Leerzeiten eliminiert und Aktivitäten gleichzeitig ausgeführt, was als „Multitasking“ bekannt ist. Dies sind Phänomene, die im Zusammenhang mit mobiler Kommunikation auftreten, wie die Nutzung von Wartezeiten für Kommunikation und die gleichzeitige Präsenz in physischen und virtuellen sozialen Welten, insbesondere bei Jugendlichen. Diese Beschleunigung des Lebens führt zur Fragmentierung von Erfahrungen und des Lebenskontexts. Die Zeit wird punktueller wahrgenommen, was den linearen Zeitfluss unterbricht und das nebeneinanderstehende Existieren verschiedener Erfahrungsbereiche begünstigt. Durch die ständige Kommunikation und das Fehlen von Pausen geht die Zeit verloren, um eigene Erlebnisse mit der individuellen und kollektiven Vergangenheit und Zukunft in Beziehung zu setzen. Dies hat Auswirkungen auf die Fähigkeit, identitätsstiftende Erzählungen zu formen und langfristige Bindungen einzugehen. (Döbler, 2014, S. 150-151) Diese Literatur zeigt wiederum nur das Problem, aber befasst sich nicht mit Lösungen, um dem entgegenzuwirken.

Die Studie „Belonging: Reconnecting America’s Loneliest Generation“ befasste sich mit der Frage nach ob, und wenn ja, wie und wo der Verlust von Zugehörigkeit zurückgewonnen werden kann (Packard, 2020, S. 7). Ein bedeutsames Resultat für diese Arbeit ergibt sich aus der Erkenntnis, dass Zugehörigkeit nicht primär durch die Partizipation in Programmen oder Veranstaltungen begründet wird, sondern vielmehr auf zwischenmenschlichen Beziehungen beruht. Ebenso interessant sind Effekte wie reduzierte Isolation, weniger Stress, mehr Zuversicht und eine vertiefte Verbundenheit bei jungen Menschen, die zu mindestens einem vertrauenswürdigen Erwachsenen eine Beziehung haben. (Packard, 2020, S. 42) Diese Studie weist das Problem der Einsamkeit auf und empfiehlt auf Basis der Ergebnisse, in zwischenmenschliche Beziehungen zu investieren bzw. diese zu fördern.

Eine Langzeitstudie, die vom Ziel her sehr ähnlich zu dieser Arbeit ist, ist von Fredricks et al. (2002) durchgeführt worden, mit dem Ziel herauszufinden, warum individuelle Schüler außerschulische Aktivitäten anfangen und über die Schulzeit hinweg dabei bleiben. Grund dafür ist existierende Literatur zu den positiven und negativen Konsequenzen der Teilnahme, jedoch ohne der Frage nach dem „Warum?“. Im Allgemeinen implizieren Forscher, dass Motivation ein intra-individueller Prozess ist, der sich auf die Bedürfnisse, Einstellungen, Ziele, Erwartungen und Werte einer Person fokussiert. Die befragten Teilnehmer waren in Sport, Instrumental Musik, Gesang, Theater, Tanz oder Kunst involviert. (Fredricks et al. 2002, S. 71) Das Ziel in dieser Studie war es, die relevanten Faktoren und Prozesse zu beschreiben, die die Verbindlichkeit von Jugendlichen für außerschulische Aktivitäten beeinflussen, welche in Abbildung 1 dargestellt sind. Diese sind vor allem die Übereinstimmung der Aktivität, mit der sich formenden Identität, psychologische Faktoren wie in etwas gut zu sein, Freunde zu sehen, freie Zeit zu füllen, anderen Personen zu gefallen, aber vor allem auch Spaß und weitere Aspekte. Ein dritter wichtiger Punkt ist der Kontext, in dem sich der Jugendliche befindet. Sei es die direkte Wohnumgebung, die Kosten von Aktivitäten, aber auch angemessene Herausforderungen in der Aktivität, das Lernen von Werten und Lebenslektionen und vor allem am meisten vertreten die sozialen Vorteile und das Erlernen von Soft Skills. Wie diese drei Punkte zusammenhängen, wurde in Abbildung dargestellt. Das alles spielt eine Rolle im Entscheidungsprozess eines Kindes hin zum Erwachsenwerden, ob sie weiter verbindlich an einer außerschulischen Aktivität teilnehmen, oder damit aufhören.

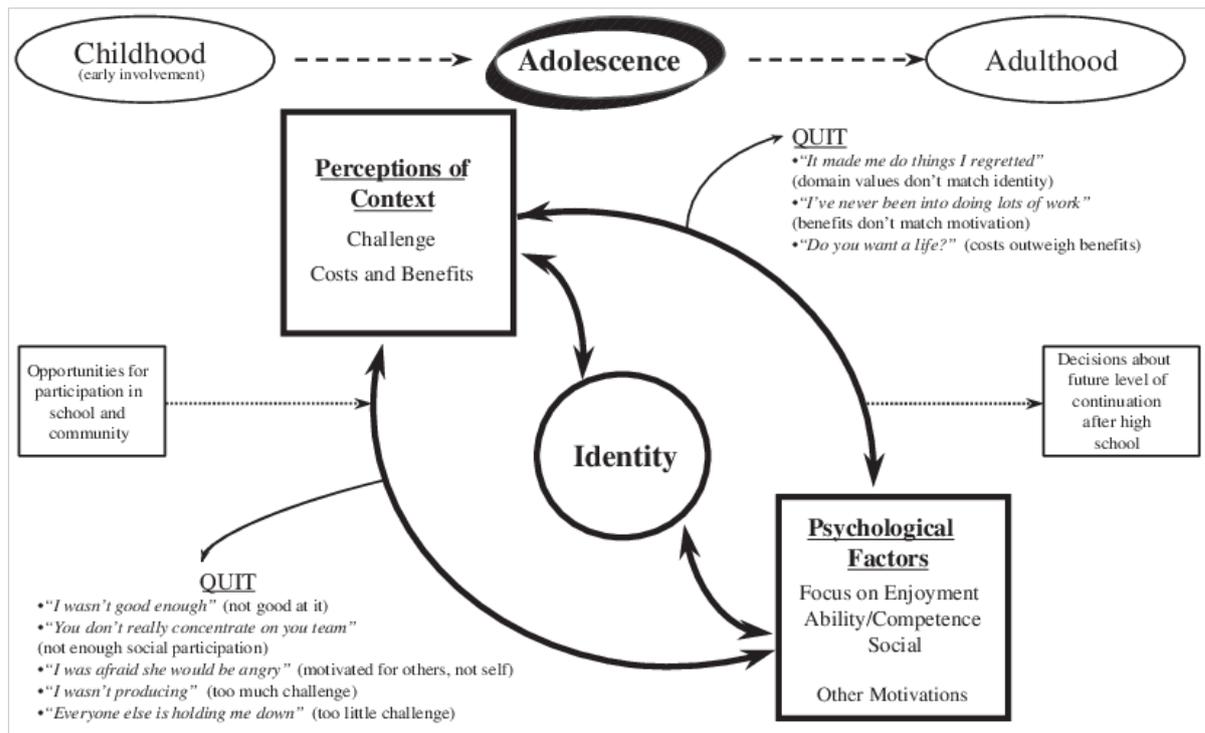


Abbildung 1: Interpretationsrahmen für den Entscheidungsprozess von Heranwachsenden nach Fredricks et al. (2002) auf S. 90

### 2.3. Relevanz für die eigene Arbeit

Die recherchierte Literatur zeigt zum einen, dass vor allem soziale Beziehungen und sportliche Aktivitäten zu Wohlfühlfaktoren von Jugendlichen gehören. (Calmbach et al., 2020, S. 252). Jedoch zum anderen, das genau diese Faktoren mit der ausgiebigen Nutzung von Handys und der Schnellebigkeit erschwert werden (Döbler, 2014, S. 150-151). Ein weiterer relevanter Punkt ist, dass laut Packard (2020) die Zugehörigkeit vor allem auf zwischenmenschlichen Beziehungen beruht. Relevant ist das Ergebnis insofern für diese Arbeit, um prüfen zu können, ob zwischenmenschliche Beziehungen ein Hauptfaktor für Verbindlichkeit sind, die wiederum zur Einsamkeitsreduzierung sehr wichtig sind. Von Fredricks et al. 2002 lässt sich mitnehmen, dass wieder Faktoren wie zwischenmenschliche Beziehungen, Identität oder Spaß wichtige Faktoren im Entscheidungsprozess sind. Diese sollten im Rahmen dieser Arbeit geprüft werden, jedoch ohne deduktiv vorzugehen, da im Bereich der Sozialwissenschaften vor allem induktiv vorgegangen werden soll. Jedoch lässt sich im Nachgang sagen, ob diese Ergebnisse mit denen der Literatur übereinstimmen und geben einen Eindruck darüber, ob nach wie vor eine Forschungslücke hinsichtlich der spezifischen Bedürfnisse von Jugendlichen, die bei Befriedigung Verbindlichkeit fördern würden, besteht.

Der Fokus dieses Beitrags soll sein, Faktoren des Commitments in der lokalen Jugendarbeit herauszufinden und konkrete Vorschläge zu erarbeiten. Da in diesem speziellen Gebiet immer noch kaum Literatur zu finden ist, soll diese Arbeit ein Beitrag zu dieser Forschungslücke sein.

### 3. Methodische Grundlagen

Um herauszufinden, welche Faktoren auf welche Art und Weise Verbindlichkeit in außerschulischen Aktivitäten gefördert werden kann, wurde sich für ein qualitativer, induktiver Ansatz entschieden. Der Grund dafür ist die Überzeugung, dass so ein Ansatz eine möglichst ausführliche und vollständige Beschreibung liefert, die die Hintergründe der Entscheidung für oder gegen Verbindlichkeit von Jugendlichen erklärt. Darüber hinaus ermöglicht ein qualitativer Ansatz die subjektiven Ansichten jeder einzelnen Person zu erfassen, was in Hinblick auf die Erstellung eines Konzepts mit Co-Design essenziell ist. Dadurch konstruieren die Aussagen von Jugendlichen eigene Kategorien, statt zuvor abgeleitete objektive Kategorien auf Jugendliche zu münzen. Dieser Ansatz ermöglicht es für Zusammenhänge offen zu bleiben, die vor der Datenerhebung nicht berücksichtigt wurden. Außerdem ist eine qualitative Methodik in einem wenig untersuchten Bereich nützlich.

#### 3.1. Grounded Theory

Laut Corbin und Strauss (2015) besteht die qualitative Datenanalyse aus drei Stufen:

1. Die Analyse eines Datensatz, der Informationen über die zu untersuchende Forschungsfrage oder Interessensgebiet enthält, zur Identifikation wichtiger Themen und Ideen, die den Kontext, die Aktivitäten und andere Perspektiven beschreiben, die das Problem definieren
2. Verstehen der einzelnen Komponenten anhand ihrer Eigenschaften und Dimensionen und wie sie in Beziehung zueinander stehen
3. Das herausgefundenen Wissen jeder einzelnen Komponente nutzen, um das ursprüngliche Problem bzw. Interessensgebiet besser zu verstehen und Rückschlüsse auf dieses zu ziehen

Zusammengefasst folgt aus einer Reihe von empirischen Beobachtungen oder der Analyse der erhobenen Daten die fundierte Theorie. Während des iterativen Prozesses der Theorieentwicklung können mehrere Runden der Datenerhebung und -analyse durchgeführt werden, so kann die obige Aufzählung beliebig wiederholt werden, damit die zugrunde liegende Theorie vollständig aus den Daten hervorgehen kann. Aus diesem Grund nennen manche Forscher die mit dieser Methode erarbeitete Theorie auch „Reverse-Engineering“-Hypothese“. Da Grounded Theory nicht von einem vorgefertigten Konzept oder einer Hypothese ausgeht, sondern von einer Reihe von Daten, ist es wichtig, den Forschungsprozess ohne vorgefasste theoretische Ideen zu beginnen, damit die Konzepte und die Theorie wirklich aus den Daten hervorgehen. (Lazar et al., 2017, S. 305)

Für diese Arbeit wurde ebenfalls dieser Ansatz der offenen Codierung gewählt, gefolgt von der Entwicklung von Konzepten und deren Gruppierung in Kategorien und der darauf folgenden Entwicklung einer Theorie. Jedoch wurde nach induktiver Vorgehensweise eine noch gröbere deduktive Einteilung der Ergebnisse in psychische Grundbedürfnisse vorgenommen. Weshalb wird noch im weiteren Verlauf erklärt.

#### 3.2. Datenerhebung durch Fragebögen, Workshops, Beobachtungen und Interviews

Die Datenerhebung erfolgte auf verschiedene Weisen. Zunächst wurde eine kurze offene Google Forms Umfrage durchgeführt. Während dieser Umfragephase wurde Kontakt zu verschie-

denen Jugendleitern aufgenommen, um das Interesse an einem einmaligen Workshop zu erfragen. Ziel dieses Workshops war es, qualitative Daten von einer Vielzahl von Jugendlichen zu erhalten, ohne dass diese sofort bei der Konzeptentwicklung beteiligt sein mussten. Der Workshop fand in verschiedenen Jugendtreffs statt und ermöglichte es, mittels interaktiver Elemente, sowie eines Fragebogens quantitative wie qualitative Daten von Jugendlichen aus drei Treffs zu sammeln. Ein weiterer Zweck des Workshops bestand darin, Jugendliche für die Erarbeitung eines konkreten Konzepts zu gewinnen, nachdem sie sich bereits intensiver mit dem Thema auseinandergesetzt hatten. Die Teilnahme wurde bei vier christlichen Jugendtreffs angefragt, wobei einer davon der Jugendtreff ist, der von der Autorin mitgeleitet wird. Zwei der angefragten christlichen Jugendtreffs lehnten ab, da sie bereits in der Weihnachtszeit zahlreiche Termine für eigene Veranstaltungen hatten. Des Weiteren wurden sechs weitere Jugendtreffs aus nicht-christlichem Hintergrund kontaktiert. Von diesen lehnten drei ab, zwei antworteten nicht und einer genehmigte, die Jugendlichen kennenlernen zu dürfen, jedoch ohne die Absicht, an einem Workshop teilzunehmen. Die Begründung dafür liegt in der Einschätzung, dass die Jugendlichen wahrscheinlich nicht an einem Workshop teilnehmen würden, da sie eher als unzuverlässig bekannt sind, noch keine Bindung zu meiner Person haben und es schwer genug ist mit den Leitern, zu denen sie eine Bindung haben.

Um eine tiefere Einsicht zu gewinnen, wurde dieser Treff mehrmals besucht, Gespräche geführt und qualitative Beobachtungen gemacht, ohne technische Aufzeichnungen zu machen. Die Beobachtungen erfolgten zum einen durch Fremdbeobachtungen, teilnehmende wie nicht teilnehmende Beobachtungen, wobei von den Leitern an die Jugendlichen kommuniziert wurde, dass Besuch von einer Studentin wegen ihrer Bachelorarbeit da ist und sie einfach vor Ort sein wird, mit Leuten reden wird, aber es wurde nicht genau kommuniziert, um was es geht. Das heißt, es gab eine unsystematische, aber direkte Beobachtung des Verhaltens der Jugendlichen. Da das Ziel war, 30 Jugendliche für den Workshop zu gewinnen, diese Zahl jedoch nicht erreicht wurde und um nicht nur christlich geprägte Jugendliche einzubeziehen, wurde über einen Kommilitonen Kontakt zu einem Jugend-Kunsttreff hergestellt, bei dem ein Workshop stattfinden durfte.

Anschließend wurden mit interessierten Jugendlichen semistrukturierte Interviews durchgeführt, die sowohl auf die Antworten der Umfrage als auch auf weiterführende Themen eingingen. Die Interviews wurden an verschiedenen Orten nach den Präferenzen der Teilnehmenden durchgeführt, einschließlich Online-Plattformen, öffentlichen Orten und dem eigenen Zuhause, wenn bereits eine Vertrautheit vorhanden war. Die Interviews wurden mit Zustimmung der Erziehungsberechtigten aufgezeichnet, um eine detaillierte Analyse der Antworten zu ermöglichen.

### 3.3. Co-Design

Für den letzten Schritt der Konzept Erstellung wurde die Co-Design Methode gewählt. Die vorigen Schritte mit dem Workshop und den Interviews waren die erste Grundlage für Co-Design, da dort insbesondere die Bedürfnisse und Gründe der Jugendliche im Vordergrund standen. Im letzten Workshop wurde die Co-Design Methode mit Einbezugnahme der vorhergehenden Schritte vor allem mit Fokus auf die Konzepterstellung der Plattform genutzt.

Laut Jarke (2021) versteht man unter Co-Design, dass sich Nutzer bei der Gestaltung und Entwicklung an dem Design Prozess von Informationssystemen beteiligen, mit dem Ziel Produkte und Dienstleistungen so zu gestalten, dass diese den Bedürfnissen und Erwartungen der Nutzer besser begegnen, indem man ihr Wissen und ihre Erfahrungen miteinbezieht und existiert seit den 1970er Jahren (S. 16). Mit der Mitgestaltung soll u.a. auch eine gewisse Akzeptanz und Identifikation mit dem Produkt hervorgerufen werden. Dahingehend besteht ein positiver

---

Zusammenhang zwischen Wertebildung und existierenden Partizipationsmöglichkeiten, vor allem bei Heranwachsenden, bei denen solche Möglichkeiten mit unter Gemeinschaftsfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein fördern können. (Speck, 2010, S. 64)

Ein weiteres Schlagwort, das mit Co-Design in Verbindung steht, ist „Participatory Research“ (zu deutsch: partizipative Forschung). Anstatt sich reines Wissen zum Verstehen anzueignen, fokussiert sich diese Art von Forschung auf Wissen zum Handeln, welches erreicht wird, indem Forscher und teilnehmende Personen interagieren. (Cornwall & Jewkes, 1995)

Der Nachteil an dieser Art von Forschung ist, dass diese eine hohe Investition sowie Vertrauen seitens der Teilnehmenden erfordert. Dies war im Laufe des Projekts, vor allem gegen Ende hin, insbesondere im Bezug auf Jugendliche aus anderen Jugendtreffs, schwierig.

### 3.4. Fokusgruppe

Um das erarbeitete Konzept zu evaluieren, wurde eine Fokusgruppe genutzt, da diese insbesondere in Sozialwissenschaften als valide qualitative Forschungsmethode gesehen werden. Insbesondere werden diese genutzt, wenn es um junge Personen geht. Solche Schwerpunktgruppen eignen sich besonders gut, weil sie die Sammlung von detaillierten Daten ermöglichen, indem Hintergrundinformationen generiert und Ideen geklärt werden können. (Adler et al., 2019, S. 1) Diese Daten werden durch die Interaktion innerhalb der Gruppe gesammelt, indem die Möglichkeit besteht sich gegenseitig zu hinterfragen, ohne dass der Forscher eingreifen muss. Ein weiterer Vorteil ist, dass Verständnis für Gruppenreaktionen geschaffen werden kann. (Bagnoli & Clark, 2010, S. 103; Morgan, 1996, S. 130; Skop, 2006) Wichtig ist hierbei wirklich, dass die Teilnehmenden interagieren und dazu ermutigt werden sich gegenseitig Fragen zu stellen, miteinander zu reden und auf die Antworten der anderen zu reagieren. Dies führt zu der Nutzung des Vokabulars der Einzelnen, ihren eigenen Fragen und Prioritäten, was wiederum die Forschung oder in diesem Fall Evaluation in eine unerwartete Richtung bewegen kann. (Kitzinger, 1995, S. 299) Jugendliche tendieren häufig dazu, dass sie Gesagtes ohne darüber nachzudenken bejahen, vor allem wenn sie einen näher kennen, oder weil sie gerade keine Lust haben, sich eine Meinung zu bilden. Deshalb können Fokusgruppen förderlich sein, um kritischere Kommentare zu bekommen. (Kitzinger, 1995, S. 300)

## 4. Studiendesign

Um die Frage zu beantworten, welche Faktoren die Ausprägung von Verbindlichkeit zu außerschulischen Aktivitäten bei Jugendlichen beeinflussen und wie dies umgesetzt werden kann, wurden mit Hilfe des Co-Design Ansatzes Vorschläge eines Konzepts einer Plattform für die lokale Jugendarbeit in Ingolstadt erarbeitet. Dazu gab es in jedem Schritt unterschiedliche Vorgehensweisen, bei denen insgesamt eine Altersspanne von 13 bis 19 Jahren abgedeckt wurde. Für eine Übersicht der Vorgehensweise sorgt Abbildung 2.

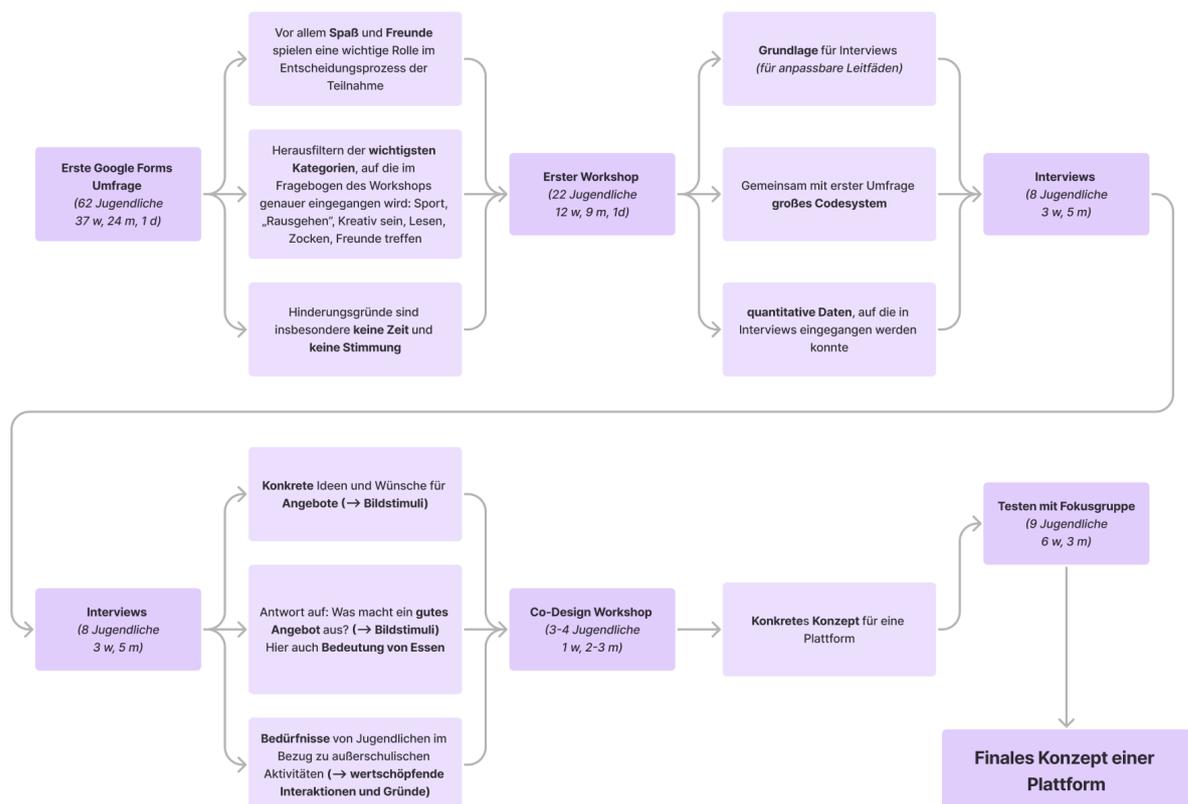


Abbildung 2: Ablauf des Studiendesigns

### 4.1. Teil 1: Erste Google Forms Umfrage

#### 4.1.1. Ausgangspunkt

Der Grounded Theory Ansatz verfolgt eine induktive Herangehensweise, weshalb trotz vorhandener interessanter Literatur nicht bereits mit vorgefassten Annahmen dieser Literatur gestartet werden sollte. Üblicherweise werden zu Beginn Interviews durchgeführt, die eine erste Ausrichtung bieten sollen. Aufgrund des Ziels, zu Beginn eine möglichst breite Datengrundlage von Jugendlichen zu schaffen und da insbesondere Jugendliche oft zögerlich sind, längere Gespräche mit unbekanntem Personen zu führen, wurde der Ansatz einer kurzen und offenen Google Forms Umfrage gewählt. Die Umfrage wurde bei vier christlichen Jugendtreffs über die individuellen WhatsApp-Gruppen der Jugendleiter und bei nicht-christlichen Jugendtreffs über die Instagram Stories der Accounts @hilf\_reichev und @piustreff verbreitet. Dies ermöglichte die Erhebung von Daten von einer vielfältigen Gruppe von Jugendlichen. Aufgrund der

offenen Fragestellungen konnte ein erstes Bild davon gezeichnet werden, wie Jugendliche ihre Zeit verbringen und welche Gründe sie dazu motivieren oder davon abhalten, regelmäßig außerschulische Aktivitäten zu besuchen. Das Ziel dieser Umfrage war es, einen ersten Überblick zu erhalten, viele Jugendliche zu erreichen und Themen für die geplanten Workshops zu sammeln und kategorisieren zu können. Die Aufteilung der Antworten nach Jugendtreffs wurde bewusst nicht erfasst, um die Anonymität der Teilnehmer zu wahren und somit die Hürde der Beantwortung möglichst gering zu halten.

#### 4.1.2. Aufbau

Um eine hohe Beteiligung der Jugendlichen zu gewährleisten, wurde die Umfrage bewusst kurz gehalten und bestand aus folgenden vier Fragen, die sich darauf fokussierten, wie die Jugendlichen ihre Freizeit verbringen, warum sie regelmäßig außerschulische Angebote nutzen oder auch nicht:

1. Was machst du gerne in deiner Freizeit?
2. Wo verbringst du deine Freizeit am liebsten?
3. Wenn du mindestens 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre bitte warum.
4. Wenn du *nicht* 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre bitte warum.

Die Fragen waren bewusst ganz offen gestellt, um nicht eine Richtung vorzugeben.

#### 4.1.3. Teilnehmende

Am 26.10.2023 wurde die Umfrage über verschiedene Jugendleiter in WhatsApp-Gruppen oder Instagram Stories verbreitet. Innerhalb eines Tages gingen bereits über 50 Antworten ein. Im Laufe der nächsten Woche beantworteten noch 12 weitere Jugendliche die Umfrage. Somit beteiligten sich insgesamt 62 Jugendliche, von denen 37 ihre Geschlechtsidentität als weiblich, 24 als männlich und eine Person als divers angaben. Das Durchschnittsalter liegt bei 16,02 Jahren, mit einer Standardabweichung von 1,68 und einem Median von 16 Jahren. Da fast alle der vier christlichen und drei nicht-christlichen Treffs mindestens einmal genannt wurden, ist es wahrscheinlich, dass aus allen genannten Orten mindestens eine Person an der Umfrage teilgenommen hat. Ein Jugendlicher teilte außerdem mit, die Umfrage in seiner Klassengruppe auf WhatsApp geteilt zu haben.

### 4.2. Teil 2.1: Workshops

#### 4.2.1. Ausgangspunkt

Im nächsten Schritt wurde im Rahmen eines interaktiven Workshops die Entwicklung eines Fragebogens angestrebt. Basierend auf den Ergebnissen der ersten Umfrage wurde ein vorläufiger Entwurf für den Fragebogen erstellt. Um die Verständlichkeit und korrekte Interpretation des Fragebogens zu überprüfen, wurde dieser durch die Anwendung der Think-Aloud-Methode mit einem 13-jährigen Jungen durchgegangen. Dadurch konnten einige Fragen neu formuliert und Tabellen angepasst werden, um das Ausfüllen zu erleichtern. Nach diesen Anpassungen wurde der Workshop vorbereitet und fand mit drei Jugendtreffs an zwei Terminen statt.

Basierend auf den Umfrage-Ergebnissen konnten sechs relevante Themenbereiche für Jugendliche in ihrer Freizeit identifiziert werden, die mit anderen ausgeführt werden können:

1. Sportliche Aktivitäten
2. Beziehungen mit Freunden oder anderen Leuten
3. „Zocken“ (Jargon für Computerspiele spielen)
4. „Raus gehen“ (wurde so oft als Ausdruck verwendet, die konkrete Bedeutung davon konnte jedoch zu diesem Zeitpunkt, auf Basis der Angaben, nicht klar definiert werden)
5. Künstlerische Tätigkeiten
6. Lesen (aufgrund von zehn Nennungen, jedoch ohne klare Unterscheidung, ob dies alleine oder mit anderen geschieht, wurde dies im Workshop überprüft)

Zeit alleine in verschiedenen Formen zu Hause zu verbringen wurde ebenfalls oft genannt, jedoch wurde dies für die Arbeit als irrelevant betrachtet, da der Fokus auf Aktivitäten im Kontext mit anderen Menschen liegt.

Ein weiterer Themenbereich, obwohl nur einmal genannt, wurde hinzugefügt: „Kontakt mit vertrauenswürdigen Erwachsenen“. Diese Entscheidung basiert auf der Studie „Belonging: Reconnecting America’s Loneliest Generation“ (Packard, 2020). Des Weiteren wurde dies in Deutschland noch nicht erforscht, und die Hypothese wurde aufgestellt, dass Jugendliche möglicherweise weniger von alleine dieses Thema ansprechen, da es nicht offensichtlich mit außerschulischen Aktivitäten in Verbindung steht. Zudem könnte das Thema schambehaftet sein, insbesondere wenn es im näheren Umfeld keine als vertrauenswürdig empfundenen Erwachsenen gibt. Um die Möglichkeit zur Reflexion über den Wunsch nach solchen Beziehungen zu schaffen, wurden Fragen zu diesem Themenbereich ebenfalls in den Fragebogen aufgenommen.

#### 4.2.2. Aufbau

Die beiden Forschungsfragen, die darauf abzielen, die Faktoren, die die Verbindlichkeit beeinflussen, sowie konkrete Möglichkeiten zur Förderung der Verbindlichkeit zu identifizieren, bildeten die Grundlage für die Ausrichtung des Workshops. Beim Workshop erhielt jeder Teilnehmer ein Klemmbrett mit einem Fragebogen und zwei Stapeln, die die zuvor genannten sieben Bereiche beinhalteten (siehe Abb. 3). Alle Fragebögen und Karten hatten jeweils eine Nummer, damit Anonymität gewahrt werden kann. Der Fragebogen wurde während des Workshops in mehreren Etappen auf interaktive Weise bearbeitet, wobei Erklärungspausen und Gruppenarbeiten eingebaut wurden. Außerdem wurde er so konzipiert, dass sowohl quantitative als auch qualitative Methoden verwendet wurden, um eine umfassende Analyse der verschiedenen Bereiche zu ermöglichen. Dieser Ansatz ermöglichte nicht nur einen quantitativen Vergleich, sondern auch eine vertiefende qualitative Exploration, die zusätzliche Einblicke in die Natur der Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit gewährte. Der Leitfaden zu dem Workshop sowie der Fragebogen sind in den Abschnitten A.2.1 und A.2.1 des Anhangs zu finden.



Abbildung 3: Klemmbrett, das jeder bekommen hat

Der Fragebogen war wie folgt aufgeteilt:

1. Als Einstieg wurde ein „mentimeter“ (ein Computerprogramm für Echtzeit-Feedback) genutzt, bei dem alle Teilnehmenden bis zu drei bevorzugte Freizeitaktivitäten eingeben konnten.
2. Die erste Seite des Fragebogens konzentrierte sich auf demografische Daten, allgemeine Fragen zu regelmäßigen (mindestens einmal wöchentlichen) persönlichen Aktivitäten der Jugendlichen sowie vier Likert-Skala-Fragen (von 1 = stimme überhaupt nicht zu bis 4 = stimme voll und ganz zu) zur Bewertung ihrer aktuellen Situation in Bezug auf Freizeitaktivitäten.
3. Im Anschluss erfolgten zwei Fragen, die interaktiv bearbeitet wurden, bei der vier bzw. fünf Körbe von 1 bis 4, einschließlich einem „egal“-Korb (für die zweite Frage), aufgestellt wurden. Die Jugendlichen sollten ihre sieben Karten pro Frage auf die entsprechenden Körbe verteilen (Likert-Skala von 1 bis 4).
4. Die nächsten beiden Seiten befassten sich mit den Wünschen der Jugendlichen. Hier sollten sie je Bereich ankreuzen, ob sie sich das Wünschen oder nicht. Bei einem „Ja“

sollten sie ihren Wunsch näher erläutern und falls vorhanden, direkt Ideen dazu angeben. Bei einem „Nein“ war keine weitere Erklärung erforderlich.

5. An diesem Punkt nahmen die Jugendlichen an einer interaktiven Aufgabe teil, bei der sie fünf Minuten Zeit hatten, bis zu fünf Gründe auf statische Karten zu schreiben, warum sie regelmäßig außerschulische Angebote nutzen.
6. Nach Ablauf dieser Zeit wurden die Gruppen neu gemischt, jede bestehend aus vier bis fünf Teilnehmenden. Diese hatten 10 Minuten Zeit, ihre Karten zu kategorisieren und mögliche Überbegriffe zu finden. Anschließend präsentierte jede Gruppe ihre Gründe für eine Minute. Ziel war es, unterschiedliche Perspektiven zu hören, an die zuvor möglicherweise nicht gedacht wurde.
7. Die bisherigen Aufgaben wurden im nächsten Schritt zusammengefasst. Jeder Teilnehmer sollte für jede Aktivität auf der ersten Seite bis zu drei priorisierte Gründe angeben, warum er oder sie an dieser Aktivität teilnimmt. Wenn jemand anfangs nur eine Aktivität angegeben hatte, musste nur eine Box ausgefüllt werden.
8. Die abschließende Aufgabe im Fragebogen bestand darin, Gründe anzugeben und zu erklären, die die Teilnehmer daran hindern, regelmäßig an Aktivitäten teilzunehmen.
9. Abschließend wurden die großen Gruppen in kleinere Gruppen von vier bis fünf Personen aufgeteilt (nach Interessen), um in 20 Minuten ein ideales Angebot zu erarbeiten. Bei einem zweiten Workshop bildeten die vier Teilnehmenden eine Gruppe. Einige Hilfestellungen wurden auf einer Flipchart-Seite pro Gruppe bereitgestellt, die lediglich auszufüllen waren.

#### 4.2.3. Teilnehmende

Insgesamt nahmen 22 Jugendliche (12 weiblich, 9 männlich, 1 divers) im Alter von 13 bis 19 Jahren ( $M = 16,7$ ,  $Md = 17$ ) aus zwei christlichen Jugend- (18 Teilnehmende) und einem Kunsttreff (vier Teilnehmende) teil. Das Durchschnittsalter beträgt 16,68 mit einer Standardabweichung von 1,5 und einen Median von 17 Jahren. Die Entscheidung, die ersten beiden Jugendgruppen zu kombinieren, wurde getroffen, da an einem dieser beiden Treffs nur vier Jugendliche aktiv teilnehmen und das Ziel war, eine gewisse Dynamik in den Workshops zu erreichen. Bei dem dritten Workshop war die Situation, dass der Kunsttreff spontan zusagte und zu diesem Zeitpunkt keine weiteren Jugendtreffs an einem Workshop teilnehmen konnten. Aus diesem Grund war es nicht möglich, sie mit einer anderen Gruppe zu mischen, weswegen dort nur vier interessierte Jugendliche waren. Die Dauer des Workshops betrug etwa zweieinhalb Stunden für die größere Gruppe und nur etwa eine Stunde für die kleinere Gruppe.

### 4.3. Teil 2.2: Observation im Piustreff

#### 4.3.1. Ausgangspunkt

Da es nicht möglich war, im Piustreff einen Workshop durchzuführen, wurde dieser zwei Mal aufgesucht. Einmal am 15.11.2023, um beim gemeinsamen Kochen mitzumachen und ein zweites Mal am 24.11. vor dem Mitternachtssport, um mit einem Mitarbeiter, der bereits im Treff aufgewachsen ist, zu reden.

#### 4.3.2. Aufbau

Es wurde möglichst ohne auffällige Mittel, wie parallel Notizen, oder anderweitig Aufzeichnungen machen, gearbeitet, sondern nur im Nachhinein mit Hilfe eines Gedächtnisprotokolls. Diese Methode wurde gewählt, um nicht als eine „Beobachterin“ in die Privatsphäre der Jugendlichen einzudringen. So wurde während des Kochens oder beim spontan Spielen mit den Jugendlichen geredet. Insbesondere gaben die Gespräche mit den Mitarbeitenden große Einblicke in die Aspekte der Verbindlichkeit, auch wenn dies wiederum nur die Sicht der Mitarbeitenden ist.

#### 4.3.3. Teilnehmende

Am Kochabend wurden mit vier Mädchen und einem Jungen Gespräche geführt, die alle in die achte und neunte Klasse gehen. Außerdem wurde mit den Mitarbeitenden des Abends geredet, deren Alter nicht bekannt ist. Beim nächsten Abend wurde insbesondere mit einem Mitarbeitenden, der Mitte 30 ist geredet sowie mit ca. sieben Jungs, die in die siebte Klasse gehen, mit denen Karten gespielt wurde.

### 4.4. Teil 3: Interviews

#### 4.4.1. Ausgangspunkt

In den Workshops wurde aktiv für die Teilnahme an den semistrukturierten Interviews und dem Co-Design-Projekt geworben. Auf Grundlage der erhobenen Daten aus den Workshops wurden maßgeschneiderte, offene Interviewleitfäden für jede teilnehmende Person entwickelt. Dies ermöglichte eine präzise und differenzierte Berücksichtigung der einzelnen Antworten sowohl aus den Fragebögen als auch aus den Interviews. Die Interviews hatten eine Dauer zwischen 40 und 61 Minuten, im Durchschnitt dauerten sie 53 Minuten. Sie wurden an verschiedenen Orten durchgeführt, entsprechend den Präferenzen der Teilnehmenden, darunter Online-Plattformen, öffentliche Orte und das eigene Zuhause, wenn bereits eine Vertrautheit vorhanden war.

#### 4.4.2. Aufbau

Alle Interviewleitfäden wurden grob in Kategorien unterteilt, darunter „Allgemeine Fragen“, „Fragen zu Wünschen“, „Fragen zu angegebenen Gründen“, „Fragen zur Erklärung der regelmäßigen Teilnahme“, „Fragen zu Hinderungen“ und „Definitionen“. Diese Kategorien wurden aus dem Fragebogen übernommen, wobei bestimmte Fragen wie „Wie würdest du Verbindlichkeit bzw. Commitment definieren?“ immer gestellt wurden, während andere je nach Ausrichtung des Interviews angepasst oder vollständig verworfen wurden.

#### 4.4.3. Teilnehmende

An den semistrukturierten Interviews nahmen acht interessierte Jugendliche (fünf männlich, drei weiblich) aus allen bisherigen Jugendtreffs teil. Es gab noch einen weiteren interessierten Teenager, der jedoch aufgrund eines persönlichen Grundes im Zeitrahmen dieser Arbeit nicht mehr weiter machen konnte. Die Jugendlichen waren zwischen 15 und 18 Jahre alt, mit einem Durchschnittsalter von 16,75, einer Standardabweichung von 1,0 und einem Median von 17.

## 4.5. Teil 4: Co-Design Workshop

### 4.5.1. Ausgangspunkt

Auf Grundlage der bisherigen Ergebnisse wurde ein Co-Design-Workshop konzipiert, der in Zusammenarbeit mit den interviewten Personen durchgeführt werden sollte. In diesem Workshop wurde das konkrete Konzept für eine Plattform entwickelt, die die Verbindlichkeit im Kontext der lokalen Jugendarbeit fördert.

### 4.5.2. Aufbau

Der Co-Design Workshop folgte folgender Struktur:

1. 11:00-11:30 Uhr Icebreaker: Die Teilnehmenden aus drei Jugendgruppen haben Gelegenheit, sich kennenzulernen.
2. 11:30-11:50 Uhr Erklärung und Zielsetzung: Durch die Vorstellung eines YouTube-Videos (Bitkom [@bitkomverband], 2016) und die Notierung der vier Hauptmerkmale einer Plattform auf einer Flipchart wurde ein einheitliches Verständnis geschaffen. Anschließend erfolgte die Klärung des Workshop-Ziels.
3. 11:50-12:20 Uhr Vorstellung von Gründen und Diskussion: Die während der Workshops und Interviews gesammelten Gründe werden auf vorbereiteten Karten präsentiert und gemeinsam überprüft. Es erfolgte eine Diskussion über mögliche Ergänzungen. Daraufhin werden wertschöpfende Interaktionen zu diesen Gründen gebrainstormed, und jeder Teilnehmende vergibt fünf Sticker für die ihm bzw. ihr wichtigsten Interaktionen im Angebot.
4. 12:20-12:50 Uhr Bildstimuli: Bilder von Aktivitäten aus den bisherigen Ergebnissen werden ausgelegt. Jeder Teilnehmende wählte fünf Bilder aus, die einen persönlich ansprechen. Die Gründe zum Auswählen der Bilder werden im Anschluss in der Gruppe besprochen. Anschließend erfolgt ein Brainstorming zu möglichen Formaten und Aspekten des Angebots.
5. 12:50-13:15 Uhr Card Sorting: An einer Wand werden Karten zu Gründen, wertschöpfenden Interaktionen, Stimuli und vorherigem Brainstorming sortiert.
6. 13:15-14:15 Uhr Gemeinsames Mittagessen
7. 14:15-14:45 Uhr Rollenzuweisung: Durch individuelles Brainwriting werden Rollen für die Plattform erarbeitet. In Gruppen erfolgt ein Brainstorming, und die erarbeiteten Rollen werden auf einer Flipchart nach Drewel et al. (2019, S.5) zugeordnet.
8. 14:45-15:30 Uhr Interface-Gestaltung: Die Jugendlichen erarbeiteten das Aussehen des konkreten Interfaces mithilfe von Anfangsfragen, die die Darstellung von Informationen, das Format, die Kommunikation usw. betreffen.
9. 15:30-16:00 Uhr Regeln und Rahmenbedingungen: Festlegung dieser in einer Gruppendiskussion.
10. 16:00-17:00 Uhr Customer Journey: Diese wird mit Hilfe von Lego dargestellt.

In den Schritten eins bis fünf arbeiteten die Jugendlichen vor allem mit farblich unterschiedlichen Karten, die selbst kategorisiert wurden. Gründe wurden beispielsweise in Gelb, wertschöpfende Interaktionen in Orange und Brainstorming-Karten individuell beschriftet.

### 4.5.3. Teilnehmende

Am geplanten Co-Design Workshop am 10.02.2024 sollten sieben der acht zuvor interviewten Jugendlichen teilnehmen. Allerdings gab es am Tag zuvor zwei Absagen. Eine Person hatte sich aufgrund eines Fußballturniers im Datum vertan, kam jedoch am nächsten Tag noch für den ersten Teil des Workshops. Eine Stunde vor Beginn meldeten sich zwei weitere Jugendliche aufgrund positiver Corona-Tests ab. Somit nahmen letztendlich drei Jugendliche (zwei männlich, eine weiblich), im Alter zwischen 17 und 19 Jahren ( $M = 18$ ,  $Md = 18$ ,  $SD = 1,0$ ), aus dem Jugendtreff der Autorin teil. Unter Einbeziehung des Jugendlichen, der für die ersten beiden Stunden anwesend war, ergibt sich ein Durchschnittsalter von 17,75 Jahren, eine Standardabweichung von 0,96 und ein Median von 17,5 Jahren.

## 4.6. Teil 5: Evaluierung

### 4.6.1. Ausgangspunkt

Um eine geeignete Fokusgruppe zur Evaluation des erarbeiteten Konzepts auszuwählen, wurde der Ansatz gewählt als Teilnehmende die Jugendlichen des Co-Design Workshops und mind. einen ihrer selbstgewählten Freunde zu nehmen. Diese Entscheidung wurde getroffen, da Freundschaft ein wesentlicher Faktor für Verbindlichkeit ist und im Konzept von zentraler Bedeutung ist. Zusätzlich sollte die Größe einer Fokusgruppe für Kinder bzw. Jugendliche laut Adler et al. (2019) irgendwo zwischen drei und zwölf Personen liegen. Es sollte auch kein größerer Altersunterschied von zwei Jahren vorhanden sein, obwohl bei zwei Personen, die deutlich jünger sind, eine Ausnahme gemacht wurde, da sie Teil dieser Freundesgruppe sind. Weitere Best Practices umfassen das Stellen von kurzen, klaren und leicht verständlichen Fragen, die dennoch offen formuliert sind. Aus diesem Grund wurde im Voraus ein Leitfaden erstellt, der präzise Fragen enthält, aber auch Raum für mögliche Richtungsänderungen lässt. Was die Dauer betrifft, werden für Kinder über acht Jahren 60-90 Minuten und für Erwachsene ein bis zwei Stunden empfohlen (S. 3-4). Eine weitere Empfehlung ist, eine zusätzliche Person zu haben, die Notizen macht und assistiert (S. 8). Zu diesem Zweck wurde eine neutrale Person ausgewählt, die im Vorfeld beim Kochen geholfen hat und nicht tiefer mit dem Thema vertraut war, um objektive Notizen zu ermöglichen. Auf diese Weise konnten die Notizen der Autorin mit denen der Assistentin verglichen werden, was zu einer objektiveren Auswertung beitrug. Für das geeignete Setting wurden ebenfalls einige Empfehlungen aus der Literatur berücksichtigt. Teilnehmende sollten um einen Tisch sitzen, um sich gut sehen und hören zu können (S. 8). Außerdem wird das Bereitstellen von Snacks und Getränken empfohlen, was aufgrund des Konzepts bereits von Bedeutung war und zusätzlich nach Sullivan-Bolyai et al. (2014) generell zu Beginn empfohlen wird, um das Kennenlernen zu erleichtern. Um die Evaluation greifbar zu gestalten, wurden wie in jedem bisherigen Workshop taktile Gegenstände verwendet, wie verschiebbare Karten oder Sticker für Abstimmungen. Dies ermöglichte eine interaktivere Gestaltung der Tests, was auch bei Jugendlichen empfohlen wird. Für die Aufzeichnungen haben die Autorin und eine, bis zu dem Zeitpunkt unbeteiligte, Person, beide parallel am Laptop Notizen gemacht, damit wichtige Diskussionen und Punkte festgehalten werden können.

#### 4.6.2. Aufbau

Der Ablauf der Fokusgruppensitzung gestaltete sich wie folgt:

1. 18:00-18:30 Uhr Gemeinsames Essen
2. 18:30-18:35 Uhr Vorstellung der Person, des Zwecks des Treffens und Erläuterung des Ziels
3. 18:35-19:00 Uhr Präsentation des erstellten Konzepts, Diskussion und Anpassungen am Ablauf, Voting von „gefällt mir überhaupt nicht“ bis „gefällt mir sehr“, anschließende Ideensammlung und Diskussion über konkrete Angebotskategorien
4. 19:00-19:10 Uhr Voting und Diskussion über die erarbeiteten wertschöpfenden Interaktionen
5. 19:10-19:30 Uhr Diskussion darüber, warum jemand an den Aktivitäten teilnehmen würde oder nicht, und ob man jemanden dazu einladen würde oder nicht
6. 19:30-19:50 Uhr Diskussion und Voting über Kommunikationsmittel (Schwarzes Brett, WhatsApp Community, App mit Lo-Fi Prototyp)
7. 19:50-20:00 Uhr Diskussion über Rahmenbedingungen & Regeln

#### 4.6.3. Teilnehmende

Aufgrund der signifikanten Rolle von Freundschaft im Kontext der Verbindlichkeit lautete die Anweisung an die drei Jugendlichen, die das Konzept im Rahmen des Co-Design Workshops entwickelt haben, mindestens einen Freund oder eine Freundin mitzubringen, um das Konzept zu evaluieren. Infolgedessen konnte die Evaluierung am 02.03.2024 mit insgesamt neun Jugendlichen (drei männlich, sechs weiblich) durchgeführt werden, deren Altersspanne von 13 bis 19 Jahren reichte ( $M = 17,1$ ,  $Md = 18$ ,  $SD = 2,2$ ). Wie zuvor erwähnt, waren zwei der Teilnehmerinnen 13 und 14 Jahre alt, was normalerweise bei Fokusgruppen mit Jugendlichen nicht empfohlen wird. In diesem speziellen Kontext ergab es jedoch Sinn, da sie mit ein paar der Personen immer wieder gemeinsam interagieren. Aufgrunddessen, dass zwei Teilnehmende ihre Freunde aus der Schule eingeladen hatten, kannten sich nicht alle, trotz der Vertrautheit der Co-Design Workshop-Teilnehmenden und der beiden jüngeren Mädchen, die dem gleichen Jugendtreff angehören.

## 5. Ergebnisse

### 5.1. Teil 1: Erste Google Forms Umfrage

#### 5.1.1. Auswertung

Zu diesem Zeitpunkt kam noch nicht MAXQDA zum Einsatz. Daher wurde die Auswertung manuell mithilfe einer Kombination aus einem Miro Board und der CSV-Tabelle aller Ergebnisse durchgeführt. Auf dem Miro Board wurde für jedes Schlagwort ein virtueller Notizzettel erstellt, um eine flexible Verschiebung zu ermöglichen. Dies erwies sich bei der Kategorisierung als hilfreich, indem ähnliche Begriffe physisch zusammengeführt wurden, um anschließend Überbegriffe zu identifizieren. Diese Kategorisierung wurde für sämtliche Fragen auf dem Miro Board durchgeführt und ist in Abbildung 4 ersichtlich. Eine exportierte PDF aller Einzelantworten der Umfrage ist im Abschnitt A.1.1 des Anhangs zu finden. Nach einer vergangenen Zeitspanne und der Verwendung von MAXQDA als Analysetool wurden die Antworten erneut, unter Verzicht auf das miro-Board, codiert und kategorisiert. Dies erfolgte mit dem Ziel, am Ende ein umfassenderes Bild der codierten Kategorien zu erhalten und nicht nur die Ausschnitte einzelner Gruppen und Abschnitte zu berücksichtigen. Daher zeigen sich Unterschiede in den Zahlen und Kategorien im Vergleich zueinander. Dennoch bestätigen diese Unterschiede einander, da trotz der Variationen grundsätzlich gleiche Leitmotive abgeleitet werden können. Im Folgenden wird hauptsächlich auf die Ergebnisse des miro-Boards eingegangen.

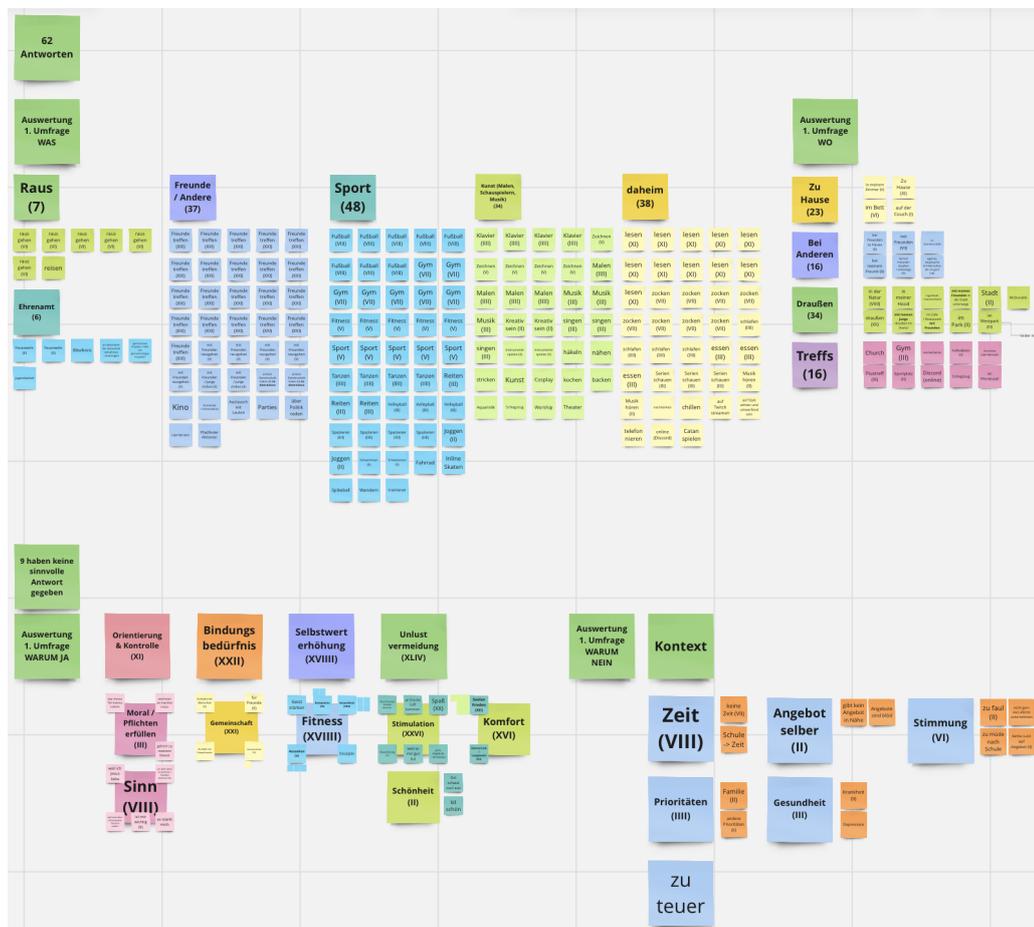


Abbildung 4: Miroboard zur Kategorisierung und Auswertung der Google Forms Ergebnisse

### 5.1.2. Ergebnisse

**Frage 1 Was machst du gerne in deiner Freizeit?** Es wurde deutlich, dass sportliche Aktivitäten einen bedeutenden Stellenwert für Jugendliche einnehmen, da sie 48 Mal erwähnt wurden. Die Angaben lassen jedoch offen, ob diese Aktivitäten allein oder mit Anderen durchgeführt werden, es sei denn, es handelt sich um spezifische Aktivitäten wie „Fußball“, die zwangsläufig eine gemeinsame Ausführung implizieren. In Fällen wie „Sport“ oder „Fitness“ bleibt unklar, welche konkreten Tätigkeiten damit gemeint sind, abgesehen davon, dass diese sportlicher Natur sind. Die detaillierten Ergebnisse, was als sportliche Aktivität kategorisiert wurde, sind in Abbildung 5 nachvollziehbar.

<b>Sportliche Tätigkeit</b>	<b>Erwähnungen</b>	<b>Sportliche Tätigkeit</b>	<b>Erwähnungen</b>
Fußball	<b>8</b>	Joggen	<b>2</b>
Gym	<b>7</b>	Schwimmen	<b>2</b>
Fitness	<b>5</b>	Fahrrad	<b>1</b>
Sport	<b>5</b>	Inline Skaten	<b>1</b>
Tanzen	<b>4</b>	Spikeball	<b>1</b>
Volleyball	<b>3</b>	Wandern	<b>1</b>
Spazieren	<b>3</b>	Trainieren	<b>1</b>

Abbildung 5: Auflistung aller Erwähnungen () sportlicher Tätigkeiten aus der Google Forms Umfrage

Die beiden folgenden Kategorien waren „Freunde / Andere“ und „Tätigkeiten, die alleine von zu Hause aus gemacht werden“. Bei der zweiten Kategorie wurde die Annahme getroffen, dass diese Aktivitäten in der Regel allein ausgeführt werden. Um dies für die häufig genannte Aktivität des Lesens zu überprüfen, wurde dies in Workshops bzw. Fragebögen abgefragt, wobei sich herausstellte, dass Jugendliche tendenziell lieber allein lesen. Aufgrund der Unklarheit darüber, ob das Spielen von Videospiele („zocken“) allein oder mit anderen erfolgt, wurden jeweils die Hälfte der sieben Aussagen dieser Aktivität in jeder Kategorie zugeordnet. Somit wurde „Freunde / Andere“ in 40,5 Fällen genannt, während eine alleinige Tätigkeit zu Hause 34,5 Mal genannt wurde. Mit 34 Erwähnungen folgt die Kategorie „Künstlerische Tätigkeiten“. Danach wurden nur noch zwei kleinere Kategorien identifiziert: „Draußen“ (sieben EWG) und „Ehrenamt“ (sechs EWG). Detailliertere Ergebnisse sind in Tabellen im Anhang unter A.1.2 abgebildet, um ein umfassenderes Bild von der Entstehung der Kategorien anhand der Daten zu vermitteln.

**Frage 2 Wo verbringst du deine Freizeit am liebsten?** Anhand der Antworten zu dieser Frage wird deutlich, dass Jugendliche einerseits gerne „draußen“ sind und andererseits die Gesellschaft von anderen schätzen. Es bleibt offen, ob das „Rausgehen“ auch mit anderen erfolgt, obwohl dies explizit dreimal erwähnt wurde. Der Begriff „draußen“ wurde 34 Mal genannt, wobei 12 Mal explizit von „draußen“ und neun Mal von „in die Natur gehen“ die Rede war. Der nächstgenannte Ort war mit 23 Nennungen das Zuhause. Anschließend folgen mit jeweils 16 Nennungen Treffpunkte wie die Harderbastei (eine EWG), Piustreff (drei EWG), christliche Jugendgruppe (eine EWG), aber auch Orte wie der Fußballplatz (zwei EWG), Sportplatz (zwei

EWG) und der Westpark (drei EWG). Weitere 16 Erwähnungen beziehen sich darauf, etwas „mit anderen“ zu unternehmen, sei es mit Freunden (sieben EWG), bei Freunden zu Hause (zwei EWG) oder mit ihnen unterwegs (zwei EWG). Da Treffpunkte ebenfalls oft in Gesellschaft von Freunden oder anderen Menschen aufgesucht werden, könnten die beiden Kategorien in „Orte mit Freunden“ zusammengeführt werden, was dann insgesamt 32 Nennungen ergibt. Aus diesen Antworten wird deutlich, dass der gewählte Ort einerseits abwechslungsreich sein soll, andererseits jedoch stark mit der Anwesenheit von Freunden verbunden ist. Eine Aussage bringt dies treffend auf den Punkt: „*Egal wo, hauptsache mit Menschen, die ich gern hab*“ (männlich, 17).

**Frage 3** Wenn du mindestens 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre bitte warum. Diese Frage zielt darauf ab, eine erste Ebene tiefer zu gehen und herauszufinden, aus welchen Motiven und Bedürfnissen Jugendliche regelmäßig an außerschulischen Aktivitäten teilnehmen. In Abschnitt 2.1.5 wurden bereits die vier Grundbedürfnisse Orientierung und Kontrolle, Lustgewinn / Unlustvermeidung, Bindung sowie Selbstwerterhöhung / -schutz erörtert. Bei der Analyse der bereitgestellten Daten wurden zunächst die in-vivo-Aussagen auf miro extrahiert, gruppiert und schließlich den vier Grundbedürfnissen zugeordnet. Im Folgenden werden jeweils acht Beispiele für jedes Bedürfnis präsentiert, um den Gedankengang der Kategorisierung aus Abbildung 6 besser nachvollziehbar zu machen.

1. „um Gott näher zu kommen“ -> Kategorie: Sinn -> Bedürfnis: Orientierung & Kontrolle
2. „weil man es machen muss“ -> Kategorie: Moral / Pflichten erfüllen -> Bedürfnis: Orientierung & Kontrolle
3. „Zeit mit Freunden verbringen kann“ -> Kategorie: Gemeinschaft -> Bedürfnis: Bindung
4. „Kontakt mit Menschen“ -> Kategorie: Gemeinschaft -> Bedürfnis: Bindung
5. „Muskeln aufzubauen“ -> Kategorie: Fitness -> Bedürfnis: Selbstwerterhöhung / -schutz
6. „um gesund zu bleiben“ -> Kategorie: Fitness -> Bedürfnis: Selbstwerterhöhung / -schutz
7. „Weil es Spaß macht“ -> Kategorie: Stimulation -> Bedürfnis: Lustgewinn / Unlustvermeidung
8. „einfach bisschen chillen und Zeitvertreiben“ -> Kategorie: Komfort -> Bedürfnis: Lustgewinn / Unlustvermeidung

Auf diese Weise wurden die Aussagen erst für sich kategorisiert und dann den vier Bedürfnissen zugeordnet. Wie die Verteilung ist, sieht man in der folgenden Tabelle in Abbildung 6. Von den 62 Antworten waren neun nicht auswertbar, da diese nicht sinnvoll waren. Auf Basis dieser Zahlen kann man klar erkennen, dass das Bedürfnis Unlustvermeidung ganz weit vorne steht, danach das Bindungsbedürfnis, gefolgt von Selbstwerterhöhung- bzw. -schutz. Orientierung und Kontrolle spielen jedoch ebenfalls eine Rolle. Vor allem Spaß steht im Rahmen der Unlustvermeidung ganz weit vorne, da alleine Spaß 20 Mal genannt wurde.

Bedürfnis	Kategorie	Erwähnungen	Bedürfnis	Kategorie	Erwähnungen
<b>Orientierung &amp; Kontrolle</b>			<b>Selbsterhöhung/-schutz</b>		
	Sinn	8		Gesundheit	9
	Moral \ Pflichten erfüllen	3		Aussehen	5
<b>Bindung</b>			<b>Unlustvermeidung</b>		
	Freunde	10		Kompetenz	3
	Gemeinschaft	6		Geist stärken	1
	Kontakt mit Menschen	5		Disziplin	1
	Kontakt mit Erwachsenen	1		Stimulation	26
				Komfort	16
				Schönheit	2

Abbildung 6: Auflistung der Kategorien aus miro, von der Google Forms Umfrage hergeleitet

Wie bei dem Abschnitt zu der Auswertung der Umfrage bereits erwähnt, wurde im Nachgang unabhängig vom miro-Board nochmals in MAXQDA codiert.

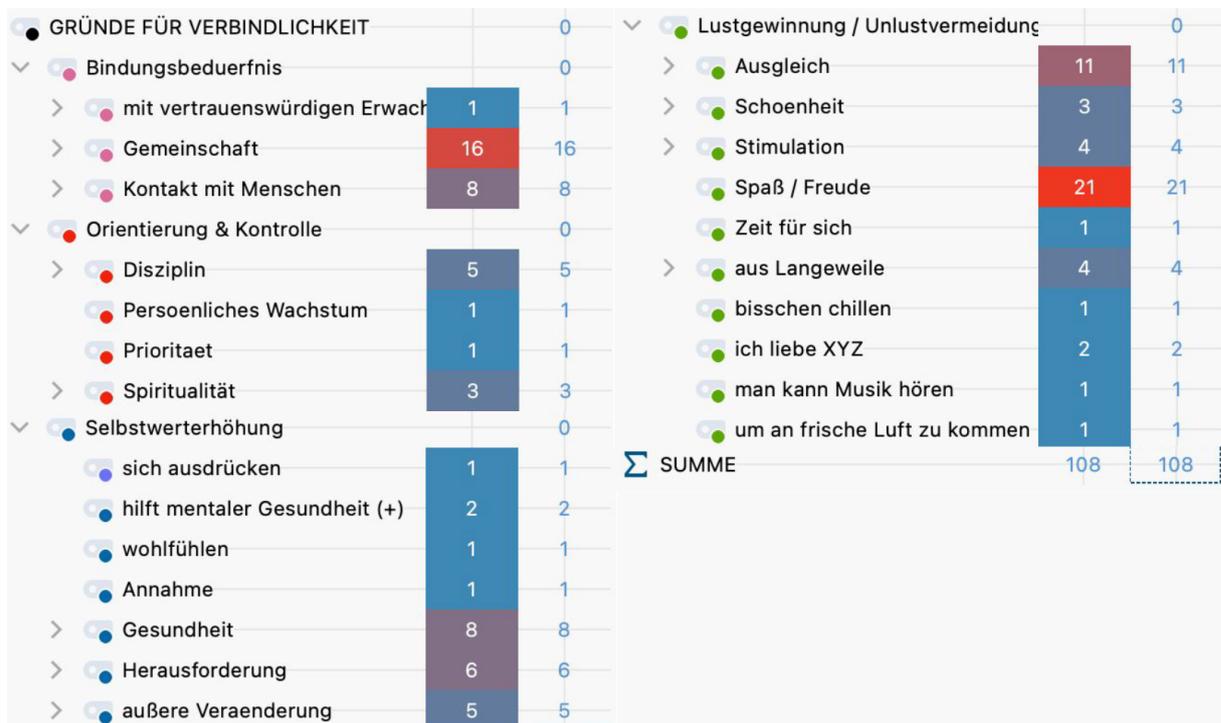


Abbildung 7: Auflistung der Kategorien aus MAXQDA, von der Google Forms Umfrage hergeleitet

In Abbildung 7 ist zu erkennen, dass bei der erneuten Analyse mit MAXQDA insgesamt mehr Codierungen durchgeführt wurden. Dennoch lässt sich der Trend ablesen, dass das Bedürfnis der Unlustvermeidung (49 Codes) nahezu doppelt so häufig zugeordnet werden kann wie das Bindungsbedürfnis (25 Codes), gefolgt von Selbsterhöhung (24 Codes) und Orientierung & Kontrolle (zehn Codes). Diese Darstellung bietet einen ähnlichen, jedoch präziseren Blickwinkel

---

auf die Bedürfnisse, die insbesondere für Jugendliche im Zusammenhang mit Verbindlichkeit von Relevanz sind. Anfangs war nicht geplant, Bedürfnisse als Hauptantreiber zur Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten zu nennen, jedoch war das die Richtung, die nach dieser ersten Umfrage eingeschlagen wurde und bestätigt somit Bedürfnisse als einen der Faktoren zum „Warum“ von Fredricks et al. 2002.

**Frage 4** Wenn du nicht 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre bitte warum. Im Unterschied zu den Ergebnissen der dritten Frage weisen diese Antworten darauf, dass wenn es um Hinderungsgründe geht, weniger ihre Bedürfnisse im Vordergrund stehen, sondern eher äußere Umstände. Der dominierende Faktor, der hier eine Rolle zu spielen scheint, ist „keine Zeit“. Dieser Grund wurde insgesamt 24 Mal genannt, wobei er acht Mal explizit genannt wurde. Dies entspricht 33,3 Prozent aller Angaben, warum ein Angebot nicht wahrgenommen wird. Andere genannte Themen umfassten die eigene Stimmung (sechs EWG), andere Prioritäten (vier EWG), Gesundheitsgründe (drei EWG), die Beschaffenheit des Angebots selbst (zwei EWG) und finanzielle Aspekte (eine EWG).

## 5.2. Teil 2.1: Workshops

### 5.2.1. Auswertung

Die qualitative Auswertung der Fragebogenantworten erfolgte, indem je Person die Antworten in einem Word-Dokument festgehalten wurden, während die quantitativen Daten in einer Excel-Tabelle erfasst wurden. Dies ermöglichte eine differenzierte Auswertung der quantitativen Resultate mittels Excel sowie eine tiefgehende qualitative Analyse der offenen Antworten durch den Einsatz von MAXQDA. Da jeder Teilnehmende eine zufällige Nummer auf seinem Fragebogen stehen hatte, war es möglich die Daten der Excel-Tabelle denen des Word-Dokuments zuordnen zu können.

## 5.2.2. Ergebnisse Quantitativer Teil

### Quantitative Fragen aus dem Fragebogen

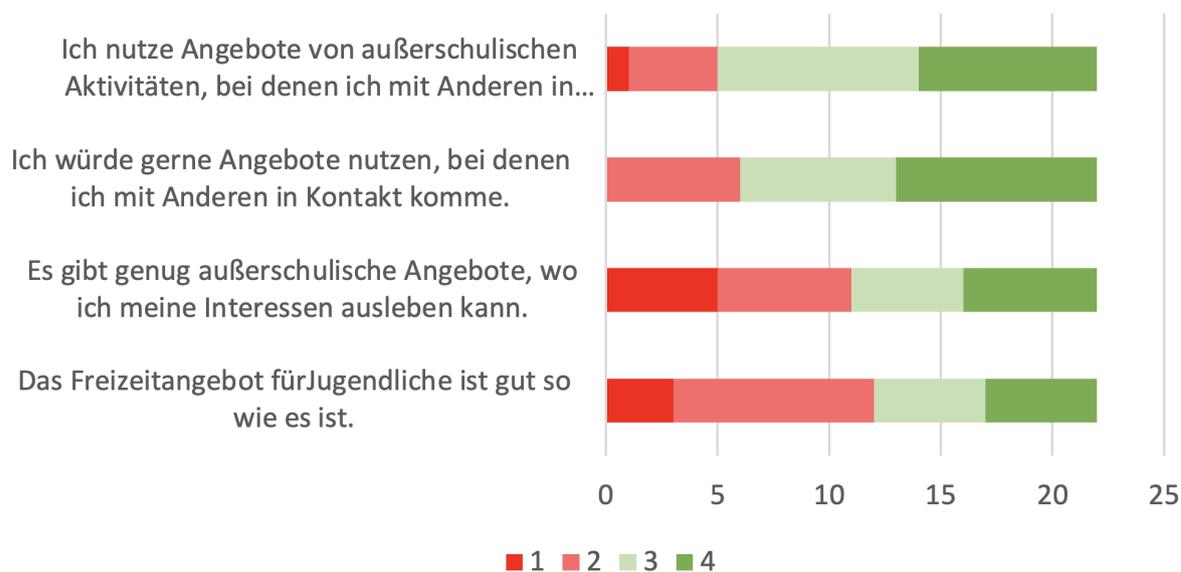


Abbildung 8: Ergebnisse aus den Workshops zu allgemeinen Fragen zum aktuellen Stand ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen)

Die quantitativen Fragen des Fragebogens umfassten eine Likertskala von 1 = stimme überhaupt nicht ein bis 4 = stimme voll und ganz ein, wie bereits erwähnt wurde. In Abbildung 8 wird ersichtlich, dass 17 der 22 Jugendlichen die Angebote eher bzw. voll und ganz nutzen ( $M = 3,1$ ,  $SD = 0,9$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ). Bei der zweiten Frage zeigt sich, dass keiner überhaupt nicht bereit wäre, Angebote zu nutzen, bei denen Kontakte zu anderen hergestellt werden können. Die Tendenz deutet darauf hin, dass ein Großteil (> 70 %) solche Angebote gerne nutzen würde ( $M = 3,2$ ,  $SD = 0,9$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ). Die folgenden beiden Fragen sind von Interesse, da sie verdeutlichen, dass die persönliche Einschätzung, ob es ausreichend außerschulische Aktivitäten gibt, um Interessen zu verfolgen, sowie die Beurteilung des bestehenden Angebots, stark variieren. Bei der dritten Frage betrug der Durchschnittswert 2,5, die Standardabweichung 1,1, der Standardfehler 0,2 und der Median 2,5. Im Vergleich zu den vorangegangenen Fragen zeigt sich ein deutlicher Rückgang von 0,5 im Durchschnittswert und eine erheblich höhere Standardabweichung. Bei der vierten Frage lag der Durchschnittswert ebenfalls bei 2,5, die Standardabweichung bei 1,0 und der Standardfehler bei 0,2. Hier ist der Median trotz eines Mittelwerts von 2,5 mit einem Wert von 2 bemerkenswert. Diese Zahlen bieten erste Anhaltspunkte, jedoch erfordert eine angemessene Interpretation zusätzliche qualitative Daten.

## Was machst du gerne in deiner Freizeit mit Anderen?

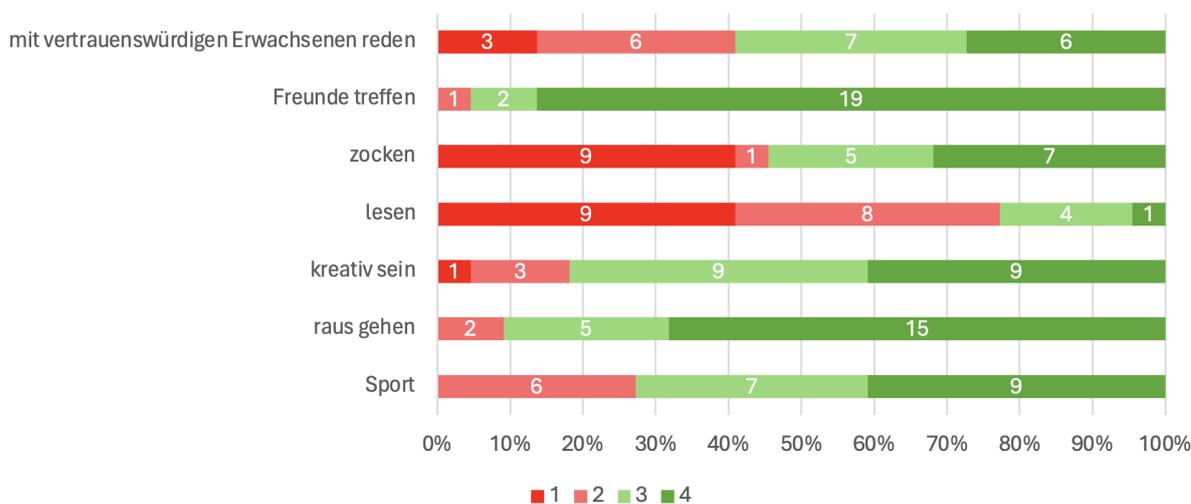


Abbildung 9: Ergebnisse aus den Workshops was Jugendliche gerne mit anderen in ihrer Freizeit machen ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen)

Wie man in Abbildung 9 sehen kann, lautete die nächste Fragestellung „Was machst du gerne in deiner Freizeit *mit Anderen*?“. Diese Abbildung zeigt deutlich, dass Jugendliche nicht gerne mit anderen lesen ( $M = 1,9$ ,  $SD = 0,9$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $N = 22$ ), auch wenn sie es gerne alleine machen, wie bereits in den Ergebnissen der ersten Umfrage auffiel. Das Zocken ( $M = 2,5$ ,  $SD = 1,3$ ,  $SEM = 0,3$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ) und das Gespräch mit vertrauenswürdigen Erwachsenen ( $M = 2,7$ ,  $SD = 1,0$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ) wurden relativ ähnlich bewertet, wobei deutlich mehr Menschen angaben, überhaupt nicht gerne zu zocken, und bei der Möglichkeit, mit vertrauenswürdigen Erwachsenen zu sprechen, mehr Offenheit besteht. Eine mögliche Interpretation für die 40 Prozent, die „1“ oder „2“ angekreuzt haben, könnte in einem mangelnden Verständnis liegen. Ein Satz wie „Gibt es so etwas wie vertrauenswürdige Erwachsene überhaupt noch?“ wurde während eines Workshops scherzhaft geäußert. Zusätzlich wurde auch danach gefragt, was gerne gemacht wird. Daher ist es nachvollziehbar, dass Jugendliche tendenziell lieber draußen sind oder Sport treiben als mit Erwachsenen zu sprechen, obwohl der Median dennoch bei 3 liegt. Dies führt zum Thema Sport. Hier zeigt sich, wie auch bei den anderen Themen, dass die am häufigsten genannten Aktivitäten aus der ersten Umfrage hier bestätigt werden. Sport ( $M = 3,1$ ,  $SD = 0,8$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ) und kreatives Schaffen ( $M = 3,2$ ,  $SD = 0,9$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 3$ ,  $N = 22$ ) werden im Durchschnitt eher gerne gemacht und 40 Prozent geben an, dies sehr gerne zu tun. Auf dem zweiten Platz steht „raus gehen“ ( $M = 3,6$ ,  $SD = 0,7$ ,  $SEM = 0,1$ ,  $Md = 4$ ,  $N = 22$ ). Um genauer zu erfahren, was dieser Begriff für die Jugendlichen persönlich bedeutet, wurde sie gebeten, bei einer Bewertung von „3“ oder „4“ ein Kreuz zwischen Stadt und Natur zu setzen (mit der Möglichkeit, beides anzukreuzen) und zusätzlich ein offenes Feld auszufüllen. Rausgehen bedeutet laut dieser Gruppe gleichermaßen Natur (15 EWG) und Stadt (15 EWG). Zusätzlich gab es zehn Nennungen wie „spazieren gehen“ (drei EWG), „Club / Feiern gehen“ (zwei EWG), „Westpark“ (zwei EWG) und weitere Einzelnennungen.

Anhand dieser Daten kann rausgehen so definiert werden, sich irgendwo außerhalb des eigenen Zuhauses aufzuhalten. An erster Stelle dessen, was Jugendliche gerne in ihrer Freizeit mit anderen tun, steht eindeutig das Treffen mit Freunden. Der Durchschnitt hierfür liegt bei 3,8,

mit einer Standardabweichung von 0,5, einem Standardfehler von 0,1 und einem Median von 4. Dies bestätigt erneut die Ergebnisse der ersten Google Forms Umfrage, bei der der Kontakt zu Freunden oder Menschen, also das Bindungsbedürfnis, eine hohe Rolle spielte. Abgesehen davon sind das „rausgehen“, Sport und Kreativität ebenfalls Aktivitäten, die sehr gerne in der Freizeit mit anderen unternommen werden.

## BIST DU GLÜCKLICH MIT DEN MÖGLICHKEITEN MIT ANDEREN ... ZU KÖNNEN?

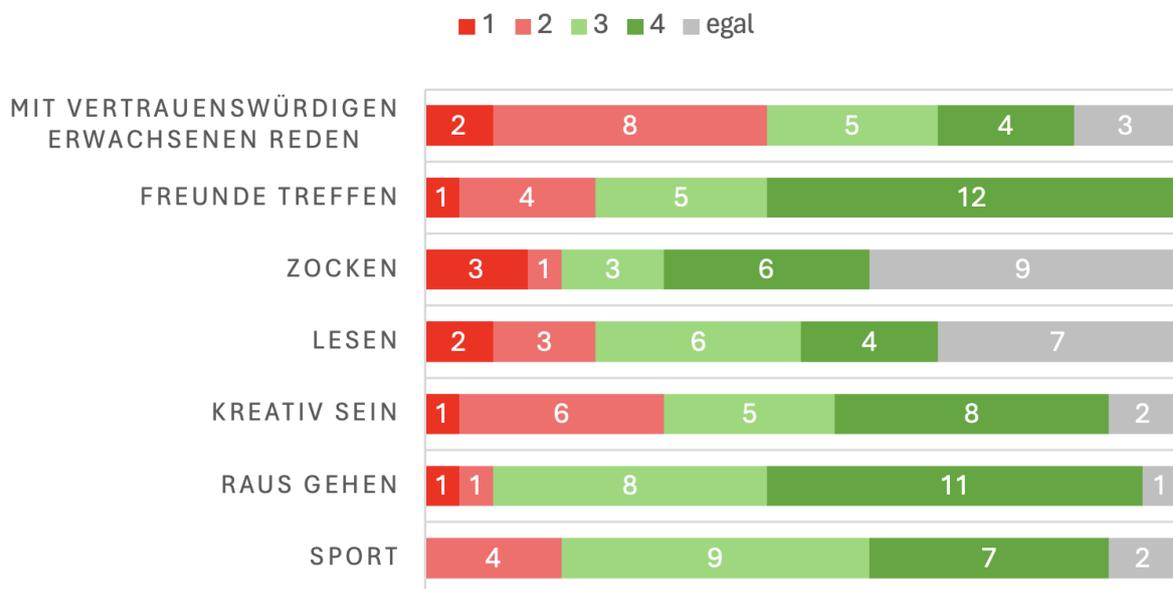


Abbildung 10: Ergebnisse aus den Workshops wie glücklich Jugendliche mit den einzelnen Angeboten zu den jeweiligen Kategorien sind ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen)

Beim genauen Lesen der Frage in Abbildung 10 wird deutlich, dass der Satz bei den ersten beiden Optionen keinen Sinn ergibt. Dies wurde jedoch während des Workshops genauer erläutert. Da dies nach wie vor der aktive Teil war, bei dem die Jugendlichen ihre Zettel auf die fünf Boxen verteilen konnten, konnte dies angemessen erklärt werden. Sie wurden beispielsweise aufgefordert, die Frage „Bist du glücklich mit den Möglichkeiten *Freunde treffen* zu können?“ zu bewerten. Die fünfte Box war mit „mir egal“ beschriftet. Hier konnten die Jugendlichen ihre Zettel einwerfen, wenn sie beispielsweise keinen Sport betreiben, es jedoch auch nicht als etwas betrachten, das sie gerne tun würden, sodass dieses Thema für sie unerheblich ist. Bei der Auswertung wurden diese „mir egal“-Aussagen nicht berücksichtigt, da das Ziel darin bestand, herauszufinden, wie zufrieden oder unzufrieden die Jugendlichen mit den Möglichkeiten in ihren Interessensgebieten sind. An dieser Stelle ist es auch sinnvoll, den nächsten Teil des Fragebogens zu berücksichtigen. Dort sollten die Jugendlichen alle Kategorien ankreuzen, für die sie sich mehr oder andere Angebote wünschen. Zudem gab es einen qualitativen Teil, der später genauer erläutert wird. Diese beiden Ergebnisse können gut miteinander verglichen werden, um festzustellen, ob Jugendliche nicht nur generell zufrieden oder unzufrieden sind, sondern ob sie sich auch konkret zusätzliche Angebote wünschen. Obwohl

## QUANTITATIVER TEIL DER WÜNSCHE

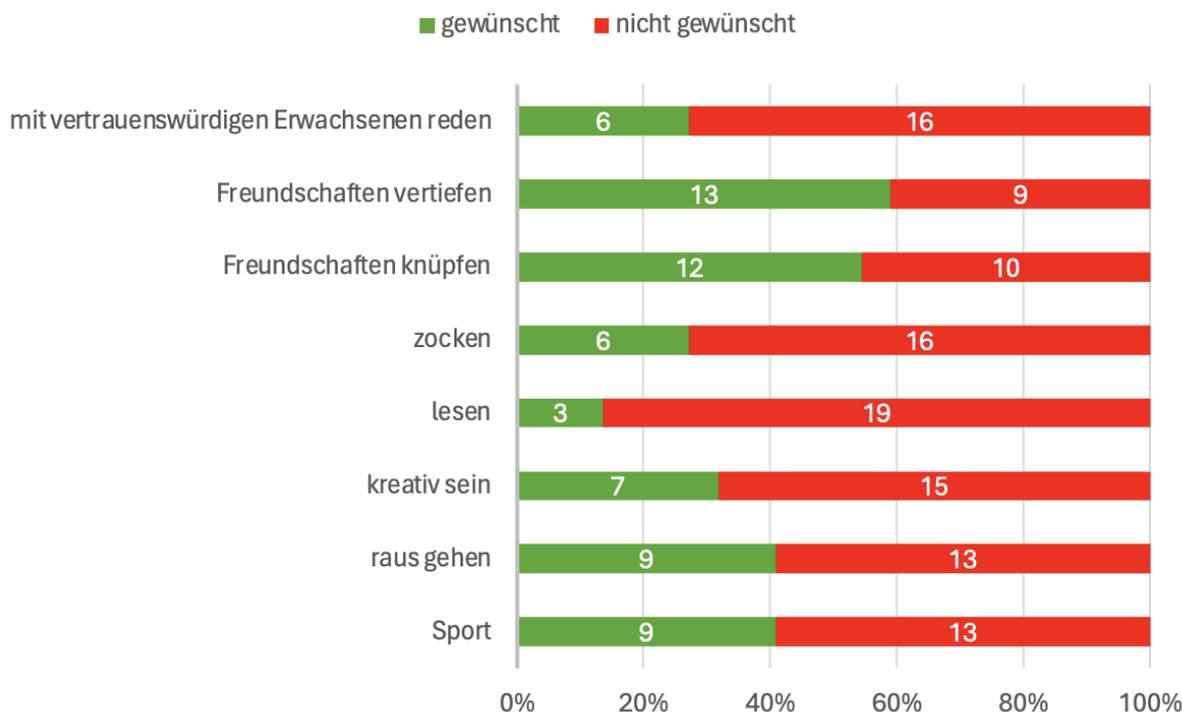


Abbildung 11: Ergebnisse aus den Workshops in welchen Kategorien sich neue oder weitere Angebote gewünscht werden, ohne Berücksichtigung auf die qualitativen Äußerungen ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen)

Jugendliche durchschnittlich am wenigsten zufrieden mit den Möglichkeiten sind, mit vertrauenswürdigen Erwachsenen zu sprechen ( $M = 2,6$ ,  $SD = 1,0$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 2$ ,  $N = 19$ ), wie man in Abbildung 10 erkennen kann, äußerten nur sechs Jugendliche im Anschluss den Wunsch nach mehr oder anderen Angeboten in dieser Kategorie (siehe Abb. 11). Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass Jugendliche im Durchschnitt für die Kategorie „Raus gehen“ die höchste Zufriedenheit mit den Möglichkeiten haben, Freunde zu treffen ( $M = 3,3$ ,  $SD = 0,9$ ,  $SEM = 0,2$ ,  $Md = 4$ ,  $N = 22$ ). Dennoch äußerten sie gleichzeitig die meisten Wünsche nach mehr oder anderen Angeboten im Zusammenhang mit „Freundschaften vertiefen“ und „Freundschaften knüpfen“. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass in Abbildung 10 allgemein die Zufriedenheit in diesen Bereichen abgefragt wurde, während die Fragen in Abbildung 11 direkt auf spezifische Angebote abzielten. Dies lässt darauf schließen, dass der Kontakt zu vertrauenswürdigen Erwachsenen als Mangel wahrgenommen, jedoch ein konkretes Angebot dafür nicht gewünscht wird. Zur besseren Übersichtlichkeit im Vergleich sind die Ergebnisse der beiden Fragen in Abbildung 12 nebeneinander der Reihenfolge nach dargestellt. Bemerkenswert an den beiden Tabellen in Abbildung 12 ist, dass alle Kategorien, wenn auch die Reihenfolge von „Raus gehen“ und „Freundschaften“ vertauscht ist, dieselbe Anordnung aufweisen. Eine anfängliche Vermutung könnte gewesen sein, dass Jugendliche in den Bereichen, in denen sie mit den vorhandenen Angeboten unzufrieden sind, auch einen Wunsch nach mehr oder anderen Angeboten äußern. Jedoch zeigt sich genau das Gegenteil. In Kategorien, in denen Jugendliche am zufriedensten sind, äußern sie auch den Wunsch nach Erweiterung oder

Kategorie Zufriedenheit	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>SEM</i>	<i>MD</i>	<i>N</i>	Kategorie Wünsche	%-satz	<i>N</i>
Raus gehen	<b>3,4</b>	0,8	0,2	4	<b>21</b>	Freundschaften vertiefen	<b>59%</b>	<b>13</b>
Freunde treffen	<b>3,3</b>	0,9	0,2	4	<b>22</b>	Freundschaften knüpfen	<b>55%</b>	<b>12</b>
Sport	<b>3,2</b>	0,7	0,2	3	<b>20</b>	Raus gehen	<b>41%</b>	<b>9</b>
Kreativ Sein	<b>3</b>	1	0,2	3	<b>20</b>	Sport	<b>41%</b>	<b>9</b>
Zocken	<b>2,9</b>	1,3	0,3	3	<b>13</b>	Kreativ Sein	<b>32%</b>	<b>7</b>
Lesen	<b>2,8</b>	1	0,2	3	<b>15</b>	Zocken	<b>32%</b>	<b>7</b>
Mit vertrauenswürdigen Erwachsenen reden	<b>2,6</b>	1	0,2	2	<b>19</b>	Mit vertrauenswürdigen Erwachsenen reden	<b>27%</b>	<b>6</b>
						Lesen	<b>17%</b>	<b>3</b>

Abbildung 12: Auswertung der Zufriedenheit und der Wünsche nebeneinander

Variation der Angebote. Die Ursache dafür lässt sich einerseits durch die Bedürfnisse nach bestimmten Angeboten erklären, wie es aus der Literatur und den Ergebnissen der Google Forms Umfrage hervorgeht. Hierbei spielen das Bedürfnis der Lustgewinnung und das Bindungsbedürfnis eine entscheidende Rolle für die aktive Teilnahme an Angeboten. Die Kategorie „Lesen“ lässt sich durch die Präferenz der Jugendlichen, dies nicht in Gruppen zu tun, und somit die geringere Relevanz für diese Arbeit, erklären. Das Bedürfnis, mit vertrauenswürdigen Erwachsenen zu sprechen, wird als Mangel wahrgenommen, aber ein entsprechendes Angebot würde möglicherweise als wenig spaßig empfunden. Spaß ist jedoch bis zu diesem Zeitpunkt der wichtigste Faktor, der die aktive Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten beeinflusst. Des Weiteren könnte die individuelle Vorstellung darüber, was ein solches Angebot beinhalten würde, die Wünsche beeinflusst haben. Wenn die Vorstellung darin besteht, mit beliebigen Erwachsenen zu sprechen, wäre es verständlich, dass dies nicht unbedingt gewünscht wird. Zudem entstehen vertrauensvolle Beziehungen oft nebenbei, während man Angebote besucht, die primär aus anderen Gründen, wie beispielsweise Sport, wahrgenommen werden. Bei der Kategorie „Zocken“ könnte dieses Phänomen dadurch erklärt werden, dass bei der Frage, ob die Jugendlichen damit zufrieden sind, nur 13 Teilnehmer angegeben haben, dass es für sie von Bedeutung ist. Hingegen wurden bei der Frage, welche Angebote sie sich wünschen, alle 22 Teilnehmer berücksichtigt.

### 5.2.3. Ergebnisse Qualitativer Teil

**Mentimeter** Um den Workshop aufzulockern, durften die Jugendlichen zu Beginn anhand eines Mentimeter über menti.com ihre Präferenzen bezüglich außerschulischer Aktivitäten mit anderen Teilnehmern äußern. Jede Person hatte die Option, bis zu drei Antworten auf die Frage „Welche außerschulische Aktivität macht ihr am liebsten mit Anderen?“ zu notieren. Im ersten Workshop mit 18 Teilnehmenden wird deutlich, wie bedeutend das Element der Kommunikation ist. Die Abbildung 13 links zeigt eine Wordcloud, in der hervorgeht, dass das Redeb mit anderen als äußerst relevant wahrgenommen wird und als bevorzugte Aktivität gilt. Gleichzeitig wird ersichtlich, dass Sport, darunter Fußball, Volleyball oder Gymnastik, eine bedeutende Rolle spielt. Zudem spiegelt sich die vertraute Dynamik der beiden Jugendgruppen wider, da die humorvolle Aussage „jonny küssen“ mehrfach auftaucht. Auf der rechten Seite ist die Beteili-

gung von Jugendlichen aus dem Kunsttreff erkennbar. Auch hier manifestiert sich eine vertraute Dynamik, indem sie „6“ humorvoll als ihre bevorzugte Aktivität angeben. Während des Workshops wurde bemerkt, dass die Teilnehmenden beim Ausfüllen tuschelten und lachten, dieses Verhalten wurde durch die Ergebnisse erklärt.



Abbildung 13: Ergebnisse des Mentimeter im ersten Workshop (links,  $N = 18$ , zwei Jugendgruppen) und im zweiten Workshop (rechts,  $N = 4$ , eine Jugendgruppe)

**Wöchentlich wahrgenommene Aktivitäten** Zu Beginn des Fragebogens wurden die Teilnehmer gefragt, an welchen Aktivitäten sie mindestens einmal pro Woche mit anderen Jugendlichen teilnehmen. Eine übersichtliche Darstellung bietet Abbildung 14, die verdeutlicht, dass Sport 19 von 22 Mal wöchentlich praktiziert wird. Anschließend folgen kreative Tätigkeiten, Jugendtreffs sowie das Treffen mit Freunden.

	Häufigkeit	Prozent
Sport	19	86,36
Kreativität	11	50,00
Jugendtreff	10	45,45
mit Freunden	8	36,36
zocken	2	9,09
Gottesdienst	2	9,09
Pfadfinder	1	4,55
Hauskreis in einer Gemeinde	1	4,55
Gemeindearbeit	1	4,55
Familie helfen	1	4,55
DOKUMENTE mit Code(s)	22	100,00
DOKUMENTE ohne Code(s)	0	0,00
ANALYSIERTE DOKUMENTE	22	100,00

Abbildung 14: Screenshot aus MAXQDA mit Aktivitäten, die mind. einmal die Woche mit Anderen ausgeführt werden ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen)

**Wünsche** Die quantitativen Ergebnisse der Wünsche wurden bereits im vorherigen Abschnitt behandelt. Die nachfolgenden Interviews ermöglichten jedoch eine vertiefte Analyse der Hintergründe und Erklärungen zu diesen Wünschen. In diesem Abschnitt wird genauer aufgezeigt, welche konkreten Wünsche genannt wurden. Aufgrund der Vielzahl an Wünschen wird hier nur

auf einige eingegangen, jedoch ist eine vollständige Übersicht der Codierungen zu diesem Thema in den Abbildungen 15 und 16 zu finden.

Wünsche für Angebote mit Anderen	0
Lesekreis	1
zocken	0
Orte in Städten	1
vor Ort	3
mehr Konnektivität & Zusammenspielen	1
preiswerte Angebote	1
kompatible online Spiele (für versch. Plattformen)	1
Bibel lesen	2
mit Erwachsenen reden	2
fremde Person für Redebedürfnis	3
Seelsorge	1
Mentoring	1
Kreativ sein	0
töpfern	1
Lego bauen	1
gemeinsame handwerkliche Projekte	1
führt zu Gespräch / Kontakt	1
Ideen teilen ohne ausgeschlossen zu werden	1
basteln oder häkeln	1
musikalische Sachen mit Anderen ausprobieren	1
gemeinsam kreativ sein	1
Natur	2

Abbildung 15: Ausschnitt 1 aus den genaueren Codierungen zu den Wünschen von MaxQDA

Natur	2	neue Freundschaften	1
legale Frei-Camp-Tage	1	Ich lerne gerne neue Leute kennen	2
Natur kennenlernen	1	um andere Leute zu finden	1
baut Freundschaften aus	1	Bubbles verschmelzen zum besseren zusammenleb...	2
Wasserfälle & Sonnenschein	1	Aktivitäten zwischen Jugendtreffs	1
sonst nur am Handy	1	mit gleichen Interessen	2
wird zu wenig gesehen	1	ist gut	2
Wandern	2	ist cool	2
Skifahren	1	Sport	0
Freundschaften vertiefen	2	coole Gym-Gruppen	1
weil Problem mit Leuten zu verknüpfen	1	So Calestenics, aber so dafür fehlen coole Trim-Dic...	1
bewusst Zeit zum Vertiefen	2	anständiger Volleyballverein	1
Verbundenheit ist schön	1	offene Fußballfelder	1
tiefe Freundschaften wichtig	1	für Anfänger die etwas älter sind	1
Programme zum Reden	1	gemeinsames Workout	1
Vermeidung Kontaktverlust	1	andere Sportmöglichkeiten	4
Ideen zum Vertiefen geben	1	Basketball	1
damit Beziehungen nicht zu oberflächlich bleiben	3	oft zu voll, kein Platz	1
zwischen Jugendlichen mehr machen	1	mehr Angebote mit Menschen	1
immer gut	3		

Abbildung 16: Ausschnitte 2 und 3 aus den genaueren Codierungen zu den Wünschen von MaxQDA

Wie bereits im vorherigen Abschnitt hervorgehoben, war es überraschend zu sehen, dass trotz der allgemeinen Zufriedenheit im Bereich der Freundschaften der Wunsch, diese zu vertiefen, in 17 Fällen geäußert wurde (siehe Abb. 16). Individuelle Gründe für diesen Wunsch wurden von den Teilnehmenden genannt, wie beispielsweise: „Weil ich Probleme habe, mit Leuten zu verknüpfen (20\_m\_interested, Pos. 22)“ oder „Weil Freundschaften häufig auf oberflächlicher Ebene bleiben (8\_w\_interested, Pos. 17)“ genannt. Diese Äußerungen könnten auf

verborgene Einsamkeit deuten, selbst wenn bestehende Freundschaften vorhanden sind. Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass diese Vermutung nicht bestätigt werden kann, da das Thema Einsamkeit nicht explizit abgefragt wurde. Dennoch lässt sich definitiv schlussfolgern, dass ein Bedarf besteht, Freundschaften zu intensivieren. Weitere häufig genannte Themen waren lokale Zockmöglichkeiten (drei EWG), die Forderung nach erweiterten Sportangeboten wie offenen Fußballfeldern (vier EWG) und der Wunsch, mit fremden Erwachsenen zu sprechen, die als Außenstehende Ratschläge geben können (drei EWG). Auf das „Warum?“ wurde in den Interviews eingegangen.

**Gründe warum man wo hingeht** In dieser Aufgabe erhielt jede Person fünf elektrostatische Zettel, auf denen bis zu fünf Gründe angegeben werden konnten, warum sie regelmäßig an außerschulischen Aktivitäten teilnehmen oder was es benötigen würde, damit sie regelmäßig daran teilnehmen würden. Da in der Google Forms Umfrage bereits die psychischen Grundbedürfnisse verwendet wurden, um die bisher induktiv erarbeiteten Bedürfnisse zu kategorisieren und zu benennen, wurden diese hier erneut verwendet. Die Fragen wurden zunächst mit in-vivo-Codes codiert, dann kategorisiert und anschließend den vier Bedürfnissen zugeordnet. Bei der Kategorisierung wurden ebenfalls die eigenen Kategorisierungen der Jugendlichen aus der Gruppenarbeit berücksichtigt, wie in Abbildung 17 ersichtlich mit Begriffen wie „Ausgleich“, „Spaß“ oder „Menschen“.

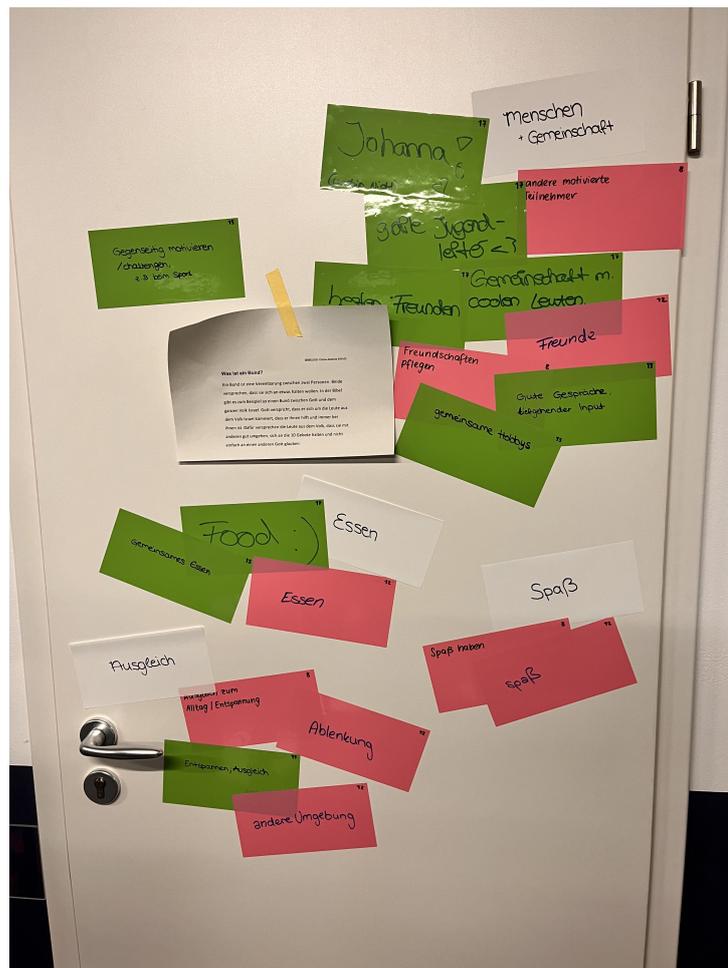


Abbildung 17: Gründe von einer Gruppe im Workshop kategorisiert

Die Auswertung bestätigt erneut, dass Unlustvermeidung und Bindung die wichtigsten Gründe sind. Im Gegensatz zur Google Forms Umfrage wurden sie dieses Mal jedoch ähnlich oft genannt (siehe Abb. 18), und nicht wie zuvor, bei der fast doppelt so viele Angaben zur Unlustvermeidung gemacht wurden wie zur Bindung. Bei genauerer Betrachtung könnte das Bindungsbedürfnis möglicherweise sogar wichtiger sein als die Unlustvermeidung, da „Freunde“ 18 Mal als Grund genannt wurden, während „Spaß“ und „Freude“, die am häufigsten in der Kategorie „Lustgewinnung / Unlustvermeidung“ genannt wurden, nur neun Mal auftraten. Weitere relevante Codierungen, die häufiger als fünf Mal genannt wurden, sind „Kontakt mit Menschen“ (sieben EWG), „Essen“ (sechs EWG) und „Stimulation“ (fünf EWG). Essen wurde unter Unlustvermeidung eingestuft, da teilweise nur das Wort „Essen“ auf die Karte geschrieben wurde. Es könnte jedoch auch unter Bindungsbedürfnis fallen, da einmal gemeinsames Essen notiert wurde und es in diesem Zusammenhang mehr um die Gemeinschaft im Kontext des Essens ging.



Abbildung 18: Gesamtnennungen der Gründe in psychischen Grundbedürfnissen kategorisiert von MAXQDA

Selbstwerterhöhung spielt ebenfalls eine bedeutende Rolle, vor allem was sportliche Aktivitäten betrifft. In diesem Kontext streben Jugendliche vor allem danach, gesund und fit zu sein, besser auszusehen und gleichzeitig Herausforderungen zu begegnen. In anderen Kontexten sind Aspekte wie die Fähigkeit zur Selbstexpression oder das Erlernen neuer Fähigkeiten ebenfalls wichtig, wenn auch nicht in dem Maße wie die zuvor genannten Gründe. Die Aspekte der Orientierung und Kontrolle umfassen generell erwünschte Disziplin und persönliches Wachstum. Aufgrund der hohen Anzahl von Teilnehmenden aus einem christlichen Kontext wurde jedoch besonders häufig Spiritualität im Sinne von „Gott oder Jesus kennenlernen“ genannt. Unter „Was es braucht“ wurden die Zettel codiert, deren Fokus war was es brauchen würde, dass man regelmäßig ein Angebot aufsuchen würde. Dies waren hauptsächlich Einzeläußerungen wie „Zugang zu Materialien, die mir sonst nicht zur Verfügung stehen“ (20\_m\_interested, Pos. 25), „Geld“ (14\_w\_interested, Pos. 20) oder „gemeinsame Hobbys“ (15\_w, Pos. 24). Ein Thema, das zweimal aufkam, war eine gute Verbindung zu den Jugendleitern. Es ist durchaus sinnvoll, dass dies ein relevanter Faktor ist, der die Bereitschaft beeinflusst, regelmäßig an einem Angebot teilzunehmen. Dieses Thema wird im Rahmen des Co-Design-Workshops erneut aufkommen.

**Priorisierte Gründe zur regelmäßigen Teilnahme** An dieser Stelle war die Aufgabe je angegebener Aktivität aus der ersten Aufgabe die Top drei Gründe, die in der vorigen Aufgabe erarbeitet und vorgestellt wurden, anzugeben und zu priorisieren. Da die Gründe und Prioritäten je nach Aktivität variieren können, sollte dies für jede einzelne Aktivität separat ausgefüllt werden. Dies ermöglicht eine klare Identifizierung der wichtigsten Motive, aus denen Menschen

regelmäßig an außerschulischen Aktivitäten mit anderen teilnehmen. In Bezug auf diese Arbeit ergeben sich aus diesen Gründen die Schlüsselfaktoren, die die Verbindlichkeit beeinflussen. Am häufigsten, jeweils neunmal, wurden als erste Priorität Freunde und Spaß als wichtigste Gründe für die Teilnahme genannt. Der drittwichtigste Grund wurde als „Geistliches“ bezeichnet, was sich aus Beispielzitate aus dem Fragebogen zu den priorisierten Gründen ergibt: „Gott: Gott näher zu kommen“ (3\_w, Pos. 30) oder „über Jesus lernen auf persönlicher Basis“ (6\_m\_interested, Pos. 33). Hier bestätigen sich die Gründe, die generell im vorigen Absatz unter „Orientierung und Kontrolle“ codiert wurden. Als zweithöchste Priorität wurden in zehn Fällen weiterhin Freunde und in acht Fällen Spaß genannt. Hier steht jedoch als dritthöchste Priorität „neue Menschen“. Dies unterstreicht, dass das Kennenlernen neuer Personen ebenfalls eine bedeutende Rolle spielt. Als dritthöchste Priorität wurde erneut der Grund „Freunde“ als wichtigster innerhalb dieser Priorität genannt. Anschließend folgt eine Überkategorie von Ordnung, die mit Disziplin und Struktur im Leben zusammenhängt. Daraufhin kommen verschiedene Codierungen, die jeweils zweimal genannt wurden. Eine detaillierte Übersicht bietet die nächste Abbildung 19.

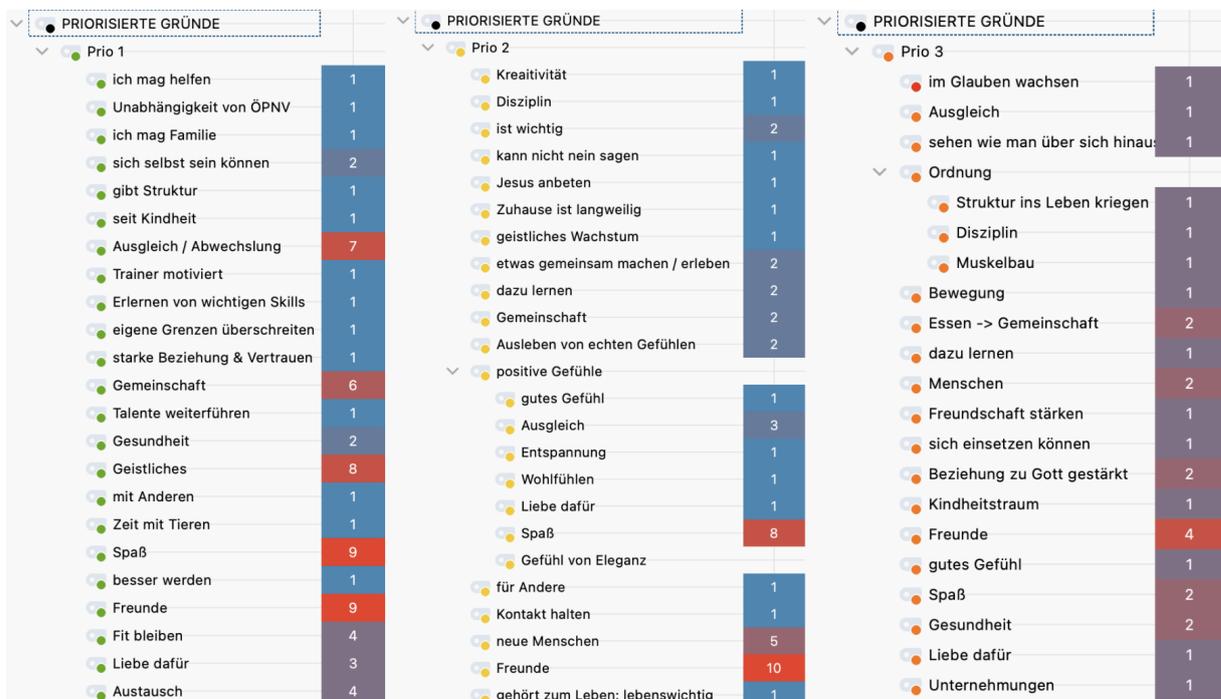


Abbildung 19: Codierungen der verschiedenen Prioritäten von wichtigster (links) zu unwichtigster (rechts)

Zusammenfassend lässt sich aus allen bisherigen Ergebnissen ableiten, dass die psychischen Grundbedürfnisse, insbesondere das Bindungsbedürfnis im Kontext von Freundschaft und das Bedürfnis nach Lustgewinnung im Zusammenhang mit Spaß und weiteren positiven Emotionen, eine bedeutende Rolle im Entscheidungsprozess Jugendlicher für die Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten spielen.

**Wichtigste Hinderungsgründe zur Teilnahme** Wie aus Abbildung 20 hervorgeht, lassen sich drei maßgebliche Themenbereiche identifizieren, die die Gründe für die unregelmäßige Teilnahme Jugendlicher an außerschulischen Aktivitäten umfassen. Der überwiegende Faktor ist die Zeit, gefolgt von der Stimmung und den öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV). Zeit und ÖPNV

stellen externe Faktoren dar, während die Stimmung einen internen Faktor darstellt. Im Hinblick auf die Zeit wurde vor allem die Schule und die damit verbundenen Aufgaben als entscheidende Einflussgröße genannt. In Bezug auf die Stimmung wurde häufig angeführt, dass fehlende Motivation und die daraus resultierende Unlust die Teilnahme verhindern. Der ÖPNV erwies sich insbesondere für diejenigen als relevanter Faktor, die außerhalb des Kerngebiets von Ingolstadt wohnen. Weitere signifikante Themenbereiche beinhalten die Gruppendynamik, wobei eine Abneigung gegenüber der Gruppe oder zwischenmenschliche Konflikte, die sich negativ auf die Stimmung auswirken, dazu führen können, dass die Jugendlichen keine Lust verspüren zu kommen. Außerdem spielen psychische Gründe eine Rolle. Hierbei wurden spezifisch die Themen Aufmerksamkeitsdefizitsyndrom (ADS), Ängste vor der Bewertung durch andere, der Vergleich mit Peers und Introvertiertheit angesprochen.



Abbildung 20: Codierungen der meist genannten Hinderungsgründe

#### 5.2.4. Idealangebote

Zum Schluss wurden die Jugendlichen nach Interessen in vierer bzw. fünfer Gruppen geteilt und sollten innerhalb von 20 Minuten ihr eigenes Idealangebot erarbeiten. Dazu wurde ihnen ein Flipchart Papier mit vorgegebenen Fragen gegeben, welches sie zusammen ausfüllen sollten. Die vier erarbeiteten Idealangebote sind:

- Große Sportanlage, an der viele verschiedene Sportarten stattfinden können und die für alle offen ist
- Ein selber gestalteter Jugend Gottesdienst (von Jugendlichen für Jugendliche), der daraus besteht Gottesdienst und Freizeit gemeinsam zu verbringen

- Ein kreatives „Get-Together“
- Ein kostenfreier Sportpark

Hier kann man wieder erkennen, dass Sport, Kreatives und Geistliche Themen für die befragte Gruppe an Jugendlichen sehr relevant sind. Wie genau die einzelnen Angebote zusammengesetzt sind, kann man im Anhang unter A.2.2 finden. Was jedoch interessant ist, sind die Gründe, warum genau diese Angebote ideal wären. Diese sind zusammengeschnitten in Abbildung 21 sichtbar. Gemeinsame Nenner sind breitgefächerte bzw. variierende Angebote, die es vereinfachen Freunde mitnehmen bzw. finden zu können. Zudem sollte es kostenlos sein, oder mindestens einen angemessenen Preis für Jugendliche veranschlagen. Einer Gruppe war vor allem die eigene Entscheidungsmöglichkeit wichtig, da es ihnen Spaß macht zu organisieren.

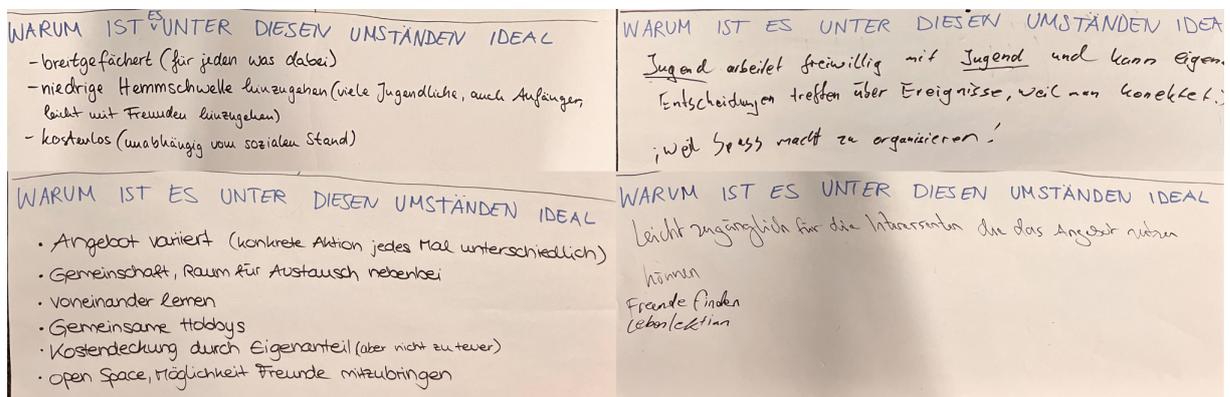


Abbildung 21: Im Workshop erarbeitete Gründe der vier Gruppen, warum ihr Angebot für sie ideal ist

### 5.3. Teil 2.2: Observation im Piustreff

#### 5.3.1. Auswertung

Während der Busfahrt nach den Besuchen im Piustreff wurden Notizen auf der Notiz-App des Handys gemacht, um die Eindrücke möglichst zeitnah festzuhalten. Diese wurden anschließend zusammengefasst und mit weiteren Erinnerungen, die sich aus den Notizen ergaben, in den folgenden Absätzen niedergeschrieben.

#### 5.3.2. Konkrete Beobachtungen

Beim Kochabend, der von 18:00-21:30 Uhr besucht wurde, bestand die Gelegenheit, mit vier Mädchen und einem Jungen ins Gespräch zu kommen. Da zu diesem Zeitpunkt keine engere Beziehung bestand, waren sie recht schüchtern. Allerdings war deutlich zu erkennen, dass einige Jugendliche neugierig waren und in die Küche schauen wollten, um zu sehen, wer Neues da ist. Im Verlauf des Gesprächs kamen verschiedene Aktivitäten zur Sprache, die sie gerne machen, darunter Reden, Schminken, Rausgehen und Schlafen. Des Weiteren meinte der Junge, dass er gerne kocht und daher öfter am wöchentlichen Kochabend teilnimmt. Abgesehen davon besuchen sie den Jugendtreff unregelmäßig und geben an, sonst nicht viel in ihrer Freizeit zu unternehmen. Da an diesem Abend Sushi zubereitet wurde, kam es zu längeren Wartezeiten, während derer die Jugendlichen im Gebäude herumgingen und nicht unbedingt zum Gespräch bleiben wollten.

In einem Gespräch mit dem Mitarbeiter, der das Kochen anbietet, wurde deutlich, dass sich seiner Wahrnehmung nach die Jugendlichen in den letzten 12 Jahren nicht wesentlich verändert haben und möglicherweise eher wertkonservativer geworden sind. Jedoch hat sich mit dem Umzug in das neue Gebäude im Oktober 2022 einiges geändert. Dort kamen insgesamt weniger Jugendliche, wodurch die Kochgruppe regelmäßig von denselben Personen besucht wurde. Diese Situation hat sich mit dem Umzug in das neue Gebäude geändert, da es dort eine größere Fluktuation gibt. Dennoch kennen sich die verschiedenen Teenager relativ gut, da sie größtenteils aus der Nachbarschaft kommen. Daraus schließt dieser Mitarbeiter, dass sie möglicherweise kein Angebot benötigen, zu dem sie regelmäßig gehen müssen.

Eine besondere Beobachtung war, als einer der Jugendlichen kein Geld dabei hatte und ein anderer aus der Gruppe das Getränk für ihn bezahlte.

Beim zweiten Besuch, der von 18:00 bis 22:00 Uhr andauerte, wurde hauptsächlich ein Gespräch mit einem anderen Mitarbeiter, der selbst in diesem Treff aufgewachsen ist, geführt. Seine Perspektive auf die Jugendlichen ist geprägt von Bedenken darüber, wie sich die Jugend verändert hat. Insbesondere kritisiert er, dass die jüngere Generation heute weniger verbindlich sei, was seiner Meinung nach in der Vergangenheit anders war. Er bietet jeden Freitag den Mitternachtssport an und meinte diesbezüglich: „Meine Gruppe, meine Regeln, und wer sich nicht daran hält, der darf auch gehen.“ Diese Aussage fiel, nachdem er die Respektlosigkeit der Jugendlichen untereinander sowie gegenüber ihren Eltern thematisierte, was er auf die Handy-nutzung zurückführt. Das Gespräch wurde an diesem Punkt recht tiefgreifend, als er über die Perspektivlosigkeit der Jugendlichen sprach. Sie glauben seiner Ansicht nach, dass sie einen Lebensstil nachahmen können, wie er in den sozialen Medien dargestellt wird. Die Schule bietet ihnen wenig Perspektive, und da sie z.B. kaum in Sport Vereinen aktiv sind und freie Plätze immer seltener werden, verbringen sie viel Zeit allein mit ihren Handys. Sein Vorschlag besteht darin, mehr offene Sportplätze zur Verfügung zu stellen, damit diese wieder verstärkt für zwischenmenschliche Interaktionen genutzt werden können, ohne dass dies verbindlich ist.

Nach diesem Gespräch ergab sich spontan die Möglichkeit, mit einigen Jungs das Kartenspiel Durak zu spielen, wobei einige lockere Gespräche geführt werden konnten. Dabei gaben sie an, dass sie aus Langeweile jeden Tag zum Treff kommen. Anschließend wurde mit einem Jungen Kicker gespielt, der angab, dass er nur ein- bis zweimal pro Woche kommt, was er als selten empfindet. Der Grund dafür ist, dass seine Freunde hier regelmäßig anzutreffen sind.

Aus diesen Unterhaltungen lassen sich erneut bestätigende Schlussfolgerungen ziehen, obwohl diese Jugendlichen aus einem vollkommen anderen Umfeld stammen als diejenigen aus den Workshops. Hier ist die Langeweile ein viel stärkerer Beweggrund für ihren Besuch, teilweise kommen sie sogar täglich, wenn auch unregelmäßig. Ablenkung und Abwechslung wurden bereits in den Workshops als wichtige Gründe genannt. Ein weiterer Grund war die Anwesenheit von Freunden, was ebenfalls beobachtet werden konnte, da beispielsweise Mädchen oft Hand in Hand durch das Gebäude liefen oder die Gruppen, die bei beiden Besuchen vor Ort waren, ähnliche Konstellationen aufwiesen.

## 5.4. Teil 3: Interviews

### 5.4.1. Auswertung

Die Interviews wurden nach Zustimmung eines Erziehungsberechtigten bei Jugendlichen unter 18 Jahren aufgezeichnet. Anschließend wurden sie mithilfe von Cockatoo, einem KI-Tool,

transkribiert und unter Verwendung von MAXQDA codiert und ausgewertet. Hierbei wurden zunächst in-vivo Codes erstellt, aus denen sich Kategorien und Subkategorien ableiten ließen. Auf diese Weise konnten neben den qualitativen Daten auch quantitative Schlussfolgerungen und Interpretationen gezogen werden.<sup>1</sup> Im Folgenden wird auf die wesentlichen, sich wiederholenden Leitmotive eingegangen.

#### 5.4.2. Ergebnisse

**Definitionen häufig genannter Themen** Zu Beginn der Ergebnisse ist es sinnvoll, genauer zu betrachten, wie die Teilnehmenden verschiedene Begriffe definieren. Einige Definitionen, wie Verbindlichkeit, die für diese Arbeit relevant sind, wurden bei allen Befragten abgefragt, während andere, wie die Bedeutung von „fit sein“, nur dann erörtert wurden, wenn sie aufkamen. Das Wort „**Verbindlichkeit**“ wurde nicht von allen von Anfang an verstanden, weshalb häufig der Begriff „Commitment“ verwendet wurde, der bei einigen Jugendlichen gebräuchlicher ist. Bei der Frage nach der Bedeutung von Verbindlichkeit bzw. Commitment im Zusammenhang mit außerschulischen Aktivitäten kam insbesondere der Aspekt der Verbundenheit zum Vorschein (siehe Abb. 22). Es wurde deutlich, dass man sich entweder mit der Aktivität selbst oder den Menschen verbunden fühlt. Dies führte zu einem neuen Thema, nämlich der Verbundenheit, die offensichtlich ein maßgeblich wichtiger, in den Interviews der wichtigste, Aspekt von Verbindlichkeit ist (drei EWG,  $N = 3$ ). Es wurde wiederholt betont, dass Essen das Gefühl der Verbundenheit mit anderen fördert. Ein Teilnehmer beschreibt es folgendermaßen: *„Es verbindet einen, weil man macht auch dasselbe gerade im selben Moment und auch wieder einen Anreiz zu reden.“* (4\_m\_Interview, Pos. 131) Eine andere Teilnehmerin äußerte: *„Wenn man zusammen isst, dann ist man gezwungen, nebeneinander zu sitzen. Und das ist halt ein bisschen langweilig, wenn dann niemand spricht. Und beim Kochen hat man wieder dieses Ding mit, man hat was zu tun. Und ich finde, also mir persönlich zumindest, fällt es viel einfacher, mit Leuten zu reden, wenn ich irgendwas zu tun habe.“* (8\_w\_Interview, Pos. 45)



Abbildung 22: Codierungen zur Definition von Verbindlichkeit (links) und zu Verbundenheit (rechts)

<sup>1</sup> Alle Transkripte inklusive Codierungen und Codesystemen wurden aufgrund der Länge zusätzlich auf einem Stick abgegeben und sind nicht im Anhang zu finden

Abschließend zu diesem Thema fasst es eine Jugendliche gut zusammen: *„Ja, ich finde Zusammenessen immer schön. Auch wenn Freunde herkommen oder so. Und wir essen zusammen, Essen macht glücklich, Freunde machen glücklich. [...] Freunde allein sind auch gut. Essen an sich auch gut. Aber zusammen... das ist das Beste.“* (14\_w\_Interview, Pos. 42). Wenn das Gefühl der Verbundenheit zur Aktivität oder zu den Menschen vorhanden ist, fällt es den Personen leichter, sich zu einer regelmäßigen Teilnahme zu verpflichten. Auffällig war auch das Problem, wie negativ behaftet das Wort „Verbindlichkeit“ oft ist. Drei Personen haben immer wieder betont, dass sie Verbindlichkeit im Zusammenhang mit einer wöchentlichen Veranstaltung für Jugendliche eher hinderlich finden, da dies eine Hürde darstellen und inneren Stress verursachen kann, ob man teilnehmen kann oder nicht, weil solche Angebote mit einer gewissen Strenge verbunden sind.

Aspekte des „**Wohlfühlens**“ sind, wenn Empathie vorhanden ist, Rücksicht aufeinander genommen wird oder, anders ausgedrückt, wenn *„der Vibe passt“*. Jugendliche empfinden Wohlbefinden in einem „*Safe Space*“, der selbstverständlich von der jeweiligen Gruppe abhängt (insgesamt fünf Einzelnennungen).

„**Spaß**“ entsteht durch die Freude an einer Aktivität, *„wenn man so Sachen tut, die einem Freude bereiten“* (8\_w\_Interview, Pos. 37), insbesondere durch das Spielen von Spielen und das Vorhandensein von Humor, wie es in neun Äußerungen von vier Jugendlichen erläutert wurde. Gemeinschaft spielt ebenfalls eine Rolle: *„Man kann halt dann auch gleichzeitig noch Zeit mit Leuten verbringen“* (20\_m\_Interview, Pos. 20) und wurde in diesem Zusammenhang sechs Mal erwähnt. *„Wenn die Harmonie im Team passt“* (1\_m\_Interview, Pos. 45) und die Kommunikation mit anderen vorhanden ist, sind ebenfalls wichtige Elemente erfüllt, was jeweils vier Mal genannt, was den Aspekt der Gemeinschaft erweitert. *„Dann kann man da drüber reden, man kommt ins Gespräch mit den anderen Leuten. Ja das macht Spaß...hoffentlich“* (4\_m\_Interview, Pos. 23) Die Harmonie im Team ist mit der Aussage verbunden, dass die Gruppendynamik passen sollte. Diese passt, wenn diese *„nicht zu verkrampft, dass man so auf Krampf unbedingt nett sein muss oder sowas, dass man halt ehrlich zueinander sein muss“* (1\_m\_Interview, Pos. 25). Um Spaß zu haben, ist es wichtig, sowohl man selbst sein zu können als auch sich wohlfühlen. Dies verdeutlicht, dass Spaß eng mit dem Bedürfnis der Lustgewinnung verbunden ist, aber gleichzeitig auch stark das Bedürfnis nach Bindung reflektiert. Anhand dieser Definitionen, ebenso wie der Definition von Gemeinschaft, lässt sich eine klare Wechselwirkung zwischen Gemeinschaft und Spaß erkennen. Ohne Gemeinschaft ist es kaum möglich, Spaß zu haben, und umgekehrt genauso.

„**Gemeinschaft**“ wird durch aktive Kommunikation (sechs EWG,  $N = 5$ ), gemeinsame Aktivitäten oder Zusammenarbeit (fünf EWG,  $N = 5$ ), geteilten Spaß (drei EWG,  $N = 3$ ), gegenseitiges Kennen (zwei EWG,  $N = 1$ ) und den sozialen Austausch mit Freunden (zwei EWG,  $N = 2$ ) gekennzeichnet. Diese Verbundenheit erstreckt sich sogar über schwierige Zeiten, da Gemeinschaft auch gemeinsames Trauern einschließt. Die Größe der Gemeinschaft ist variabel und kann bereits ab einer einzelnen Person bestehen. Ein wesentliches Element ist die Hingabe von Zeit füreinander, *„dass man halt Zeit miteinander verbringt, die man extra dafür sich nimmt“* (8\_w\_Interview, Pos. 40) um Beziehungen zu pflegen und zu vertiefen. Zudem fördern ähnliche Moralvorstellungen das Verständnis und die Kohärenz innerhalb der Gemeinschaft.

„**Freundschaft**“ wiederum ist eng mit Gemeinschaft verbunden. In diesem Kontext wurde Freundschaft als zwischenmenschliche Beziehung definiert, in der Kommunikation eine zentrale Rolle spielt (elf EWG,  $N = 6$ ). Sie basiert auf einem wechselseitigen Verständnis des (Innen-)

Lebens der beteiligten Personen, was durch regelmäßige und gerne geteilte Zeit sowie gemeinsame Unternehmungen gefördert wird. Man „kennt“ sich wirklich: *„Mit wirklich kennen meine ich, man weiß was im Leben abgeht von dem anderen, also wirklich gut“* (4\_m\_Interview, Pos. 121). *„Enge Freundschaft, die sieht man halt öfters“* (9\_m\_Interview, Pos. 52). Wie oft man enge Freunde sieht, schaut bei jedem anders aus. Das geht von täglichem Austausch bis hin zu spätestens einmal im Monat. Das wichtige ist, dass man sich regelmäßig sieht. Die Akzeptanz und das Verständnis füreinander sowie das Teilen ähnlicher Ziele, Werte, Interessen und Humor spielen eine wichtige Rolle. Ein grundlegendes Element ist das Vertrauen zwischen den Freunden, das durch schriftliche Kommunikation, ein positives Bauchgefühl, gegenseitiges Neckeln, Freundlichkeit und den gemeinsamen Spaß am Miteinandersein gestärkt wird. Die Beziehung zeichnet sich durch Gegenseitigkeit aus, selbst wenn sie gelegentlich ohne direkte Kommunikation auskommt. Zärtlichkeit, nicht petzen und auf einer Ebene zu sein, ist ebenfalls Teil für eine solche Freundschaft. Menschen, die man näher kennenlernen möchte, zeichnen sich durch eine ausgeprägte Offenheit und Toleranz aus. Zudem ist die Bereitschaft, aktiv in den Dialog zu treten, sowie der Wunsch nach gemeinsamer Zeit von Bedeutung.

Da Sport für einige sehr wichtig ist, sollten die Begriffe **„fit / gesund sein“** und **„sich auspowern“** definiert werden, wenn sie gefallen sind. Auspowern bedeutet einstimmig *„wenn man bewusst die Grenze überschreitet und dann einfach fertig ist“* (9\_m\_Interview, Pos. 27). Fit bzw. gesund zu sein, bedeutet hauptsächlich körperliche Ausdauer zu haben und regelmäßig Sport zu machen, so meinte ein Teilnehmer *„wenn du nicht 30 Minuten so im Dauerlauf durchziehen kannst. In deinem eigenen Tempo, also musst nicht mal schnell laufen. Das ist für mich unfit“* (1\_m\_Interview, Pos. 34). Weitere Aspekte sind Beweglichkeit, Gleichgewicht und gesunde Ernährung.

**Gründe warum es (nicht) genug außerschulische Möglichkeiten gibt** Durch die quantitative Analyse des Fragebogens konnten die Interviews genutzt werden, um genauer zu ergründen, warum Jugendliche die Ansicht vertreten, dass außerschulische Möglichkeiten entweder ausreichend oder unzureichend vorhanden sind. Es zeigt sich ein deutlicher Trend: Jugendliche, deren Interessen im Bereich des Sports liegen, tendieren dazu, mit den vorhandenen Angeboten zufrieden zu sein. Dies wurde in vier Fällen hervorgehoben, wobei die Befragten angaben, dass es ausreichend Sportangebote gibt, was ihre positive Einschätzung erklärt. Eine Teilnehmerin mit kreativen Interessen äußerte sich dazu: *„Was sportliche Aktivitäten betrifft, finde ich, dass es genug Angebote gibt. Aber im künstlerischen oder sogar musikalischen Bereich gibt es außer der Musikschule eigentlich nichts.“* (7\_w\_Interview, Pos. 1). Ein sportbegeisterter Jugendlicher erklärte: *„Ich denke, es gibt genug Fußballclubs, Sportvereine oder Fitnessstudios, wo man sich anmelden könnte. Generell gibt es viele sportliche Aktivitäten. Zumindest aus meiner Perspektive gibt es davon in Ingolstadt genug.“* (9\_m\_Interview, Pos. 1). Dies erklärt, warum das Angebot als „ausreichend“ eingestuft wurde. Einmal wurde erwähnt, dass es genug Musikangebote gibt. In diesem Kontext kann erwähnt werden, dass die Person in einer Jugendband in der Kirche aktiv ist, am Schulorchester teilnimmt und Gesangsunterricht in der Musikschule erhält. Somit könnte man in Frage stellen, ob es tatsächlich an ausreichenden kreativen Angeboten mangelt, jedoch haben verschiedene Jugendliche dies immer wieder betont. Im Folgenden finden sich einige Auszüge aus den Interviews:

- *„Ich würde sogar sagen, vielleicht gibt es die sogar, die [kreativen] Angebote, aber die werden nicht gut kommuniziert.“* (8\_w\_Interview, Pos. 1)
- *„Also ich finde zumindest sehe ich die [Angebote, die mich interessieren] halt überhaupt nicht. Und wenn ich halt mal so danach suche, gibt es hier in der Umgebung irgendwie*

*so organisierte Gruppen für Sachen, in die ich mich interessiere, ist halt so gar nicht so.“ (20\_m\_Interview, Pos. 1)*

- *„Ja, genau, weil ich wünsche mir mehr Vielfältigkeit wo ich mich dann ausprobieren kann was mal zu machen.“ (4\_m\_Interview, Pos. 1)*
- *„Ich finde beim Sport zum Beispiel ist es relativ klar spezifiziert in die verschiedenen Sportarten und die verschiedenen Altersgruppen, aber wenn man jetzt in die Kreativrichtung geht, dann hat man halt Kreativ-Workshop und nicht so, wir machen keine Ahnung, wir machen Malen, wir machen Schriftkunst. Das finde ich auch cool, wenn es so ein bisschen breiter aufgefächert wäre. Also mehr und spezifischer.“ (8\_w\_Interview, Pos. 2)*

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Hauptgrund gegen ausreichende Angebote, wie von den Teilnehmenden genannt, darin besteht, dass es nicht ausreichend Angebote in ihrem Interessensbereich gibt (acht EWG,  $N = 5$ ). Ein weiterer genannter Grund ist, dass die gewünschten Orte bereits häufig von vielen Menschen besucht werden (drei EWG,  $N = 2$ ).

**Wann ein Angebot gut ist** Unabhängig davon, ob das aktuelle Angebot als gut oder schlecht bewertet wird, sollte jeder Teilnehmende definieren können, was ein gutes Angebot für ihn oder sie ausmacht. Die wichtigsten Bestandteile eines guten Angebots sind laut vier Interviews Flexibilität und gute Erreichbarkeit. Ebenso sollte jeder die Möglichkeit haben, etwas zu finden, das ihn interessiert, und dabei einen Anbieter haben, der kompetent genug ist, das Angebot angemessen umzusetzen. Auch die Verfügbarkeit von Ansprechpartnern ist entscheidend. Eine Teilnehmerin beschreibt es wie folgt: *„wir können eigentlich immer herkommen und haben auch immer irgendeinen Ansprechpartner, mit dem wir reden können. Und auch wenn wir irgendeine Aktivität halt machen wollen, können wir eigentlich mit der Chefin reden. Und dann wird versucht, irgendwas herzukriegen. [...] sie sind einfach da und unterstützen uns und alles, aber schränken uns jetzt nicht wirklich ein.“ (7\_w\_Interview, Pos. 5-6)* Hinzu kommen ausreichend gute Materialien und ein attraktiver Standort.

**Warum machen Jugendliche Sport bzw. Kreatives?** Die Interessensgebiete aller Interviewten liegen insbesondere im Bereich von Sport und Kreativem. Aus diesem Grund ist es von Interesse zu verstehen, warum sie überhaupt diese Aktivitäten machen.

Im Bereich der kreativen Aktivitäten wird hauptsächlich darauf abgezielt, sich auszuleben oder sich selbst auszudrücken (drei EWG,  $N = 3$ ), aber auch, um Erfahrungen aus dem Leben zu verarbeiten (zwei EWG,  $N = 2$ ). Zusätzlich wird betont, dass während solcher Tätigkeiten Gespräche geführt werden können (eine EWG). Da jedoch nur drei von acht Jugendlichen ihre Hauptinteressen in diesem Bereich haben, ist die Datensättigung hier noch nicht erreicht und erfordert weitere Untersuchungen.

Im sportlichen Bereich lässt sich hingegen klar feststellen, dass acht von 19 Aussagen psychologische Gründe betonen, insbesondere die Fähigkeit, den Kopf freizubekommen oder allgemeiner gesagt das „Abschalten“ (acht EWG,  $N = 4$ ). Ein Interviewpartner äußerte sich dazu wie folgt: *„Ja, weil es gibt das Abschalten und ich glaube, wenn man Sport macht, dann schaltet man irgendwie ab, weil man sich halt einfach bewegt und auf die Sache konzentriert und den Ball möchte und nicht irgendwie denken muss, ja was denken die anderen gerade oder so oder was ist eigentlich der Input davon. Also Bewegung ist halt einfach entspannen.“ (9\_m\_Interview, Pos. 8)* Darüber hinaus wird in drei Fällen von zwei Personen erwähnt, dass Sport eine Ablenkung ermöglicht, bzw. man *„auch einfach mal die Probleme oder sonstige Sorgen erstmal zur Seite schieben kann. Dass du deinen neuen Fokus, also dass du nach dem*

„Nichts-Denken“ dich wieder besinnen kannst, dass du vielleicht neue Denkanstöße bekommen hast oder sowas, dass du jetzt anders über die Situation denkst oder so.“ (1\_m\_Interview, Pos. 48). Es werden auch andere Gründe genannt, wie zum Beispiel „sich Bewegen ist gesund“ (20\_m\_Interview, Pos. 63). Solche Aussagen wurden vier Mal von zwei Personen erwähnt, oder einfach fit zu bleiben (drei EWG,  $N = 3$ ).

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass kreative Aktivitäten eher zur Selbstentfaltung genutzt werden, während Sport dazu dient, den Kopf frei zu bekommen, sich abzulenken und gleichzeitig fit zu bleiben.

**Wichtigste Hinderungsgründe** Die bedeutendsten genannten Hinderungsgründe sind Schule (acht EWG,  $N = 5$ ) und der damit verbundene Stress, sowie der ÖPNV (acht EWG,  $N = 5$ ), wie in Abbildung 23 dargestellt, da einige der Interviewten nicht direkt in Ingolstadt leben. Die Schule stellt einen zeitlichen Faktor dar, „weil ich mein Abi mache, also zur Zeit in der Oberstufe bin, dann geht viel Zeit für Schule drauf.“ (1\_m\_Interview, Pos. 59), wie ein Interviewter betont. Es muss jedoch auch angemerkt werden, dass für manche Personen Schule kein Grund ist, nicht zu erscheinen: „Aber zum Malkurs gehe ich tatsächlich immer hin, weil das so meine erste Priorität ist. Und ich lieber einfach an einem Tag am Wochenende halt extra daheim bleibe, um Schulzeug abzuarbeiten, als dass ich meinen Mittwoch irgendwie opfere.“ (7\_w\_Interview, Pos. 37), „I: verstehe ich das richtig, dass du dann einfach eher die Schulsachen nicht machst, um dafür dann deine anderen Sachen zu machen? P: Ja.“ (1\_m\_Interview, Pos. 59) oder „dann gehe ich lieber dahin und anstatt zu lernen, weil das ist mir jetzt irgendwie wichtiger, weil die Person ist mir wichtiger.“ (8\_w\_Interview, Pos. 49). Letztendlich ist der entscheidende Faktor, warum jemand ein Angebot nicht wahrnimmt, eine andere Priorität, wie in umgekehrter Richtung festgestellt wurde: „Es ist immer schade, es abzusagen, aber Schule hat einfach mehr Priorität“ (14\_w\_Interview, Pos. 63). Der externe Faktor ÖPNV ist jedoch tatsächlich ein ernstzunehmendes Hindernis. Ein Teilnehmer berichtet: „bei mir kommen die Busse teilweise sehr random, teilweise auch gar nicht manchmal. Also manchmal stehe ich da, warte auf den Bus und dann kommt einfach keiner. Und die kommen halt sehr schlecht. Und wenn ich irgendwo in einen anderen Stadtteil von Ingolstadt will, dann muss ich halt so, bin ich halt wahrscheinlich eine Stunde lang unterwegs.“ (20\_m\_Interview, Pos. 85). Eine anderer Jugendliche erklärt: „dann schaue ich halt schon vorher oft einfach, okay, kommen da jetzt heute Busse? Nee, okay, dann gehe ich nicht, weil ich will nicht irgendwie zwei Stunden da noch länger in der Stadt stehen müssen, weil ich nicht nach Hause komme oder andersrum“ (8\_w\_Interview, Pos. 51). Weitere genannte Gründe sind Faulheit, andere Termine, das Nicht-Kommen von Freunden, fehlende passende Angebote und einige weitere, die in Abbildung 23 zu sehen sind.

Codesystem	3 Interviews
▼ Hinderungsgründe	
• Schule	8
• ÖPNV	8
• keine Lust	6
• Prioritäten	5
• Eltern / Familie	4
• Faulheit	2
• Daheim helfen	2
• kein passendes Angebot	2
• Termine, die man nicht ändern kann	2
• Freunde kommen nicht	1
• anstrengende Trainer	1
• einfach allein sein wollen	1

Abbildung 23: Codierungen der Hinderungsgründe aus den Interviews

**Entscheidungsprozess zum (Nicht-) Wahrnehmen einer Aktivität** Jetzt stellt sich die bedeutende Frage, wie Jugendliche entscheiden, ob sie ein Angebot aufsuchen oder nicht. Dabei spielen sowohl die von ihnen festgelegten Prioritäten als auch die Frage, wer kommt, eine wichtige Rolle (sechs EWG,  $N = 4$ ). Die Prioritäten können entweder bereits festgelegt sein, wie es eine Teilnehmerin ausdrückt: „*da gehe ich tatsächlich immer jede Woche hin, weil ich mir halt Prioritäten setze*“ (7\_w\_Interview, Pos. 37), oder sie können sich je nach aktueller Lust ändern: „*und bei weniger einfach so priorisieren, wo ich mehr Lust habe.*“ (8\_w\_Interview, Pos. 4). Ein Teilnehmer verdeutlicht die Bedeutung anderer teilnehmender Jugendlicher: „*Weil wenn ich die Menschen halt nicht kenne von der einen, dann entscheide ich mich gleich eher für die andere.*“ (4\_m\_Interview, Pos. 334), während ein anderer betont: „*Man braucht schon mindestens einen Freund, den man schon mal hat.*“ (9\_m\_Interview, Pos. 47). Vier Personen betonen sechs Mal in ihrem Entscheidungsprozess die Wichtigkeit von wer kommt. Besonders bei einer Person spielt die Meinung der Eltern eine große Rolle: „*Ja, also ich nehme ihr das nicht übel, weil ohne sie würde ich schon selten hingehen [...] Auch wenn ich so sage, ich hab keinen Bock, meine Mama sagt immer, dass ich hingeh. Sie sagt immer, dass ich hingehen soll*“ (14\_w\_Interview, Pos. 66 & 70). Ebenso ist die Art der Aktivität relevant, ob man diese mag und ob man in dem Moment auch Lust auf diese Aktivität mit der vorhandenen Gruppe hat (vier EWG,  $N = 3$ ). Weitere, seltener genannte Faktoren sind Zeit (zwei EWG,  $N = 2$ ), die Verantwortlichkeit (zwei EWG,  $N = 1$ ) und ob man Verantwortung trägt (eine EWG).

**Bedürfnisse von Jugendlichen im Bezug zu Aktivitäten** Die Frage, welche Bedürfnisse Jugendliche in Bezug auf Aktivitäten haben und was vorhanden sein sollte, damit sie regelmäßig an Angeboten teilnehmen oder was kultiviert werden müsste, damit sie gerne teilnehmen würden, steht im Folgenden im Fokus.

Wie aus Abbildung 24 deutlich hervorgeht, ist das Bindungsbedürfnis am bedeutendsten. Dies äußert sich durch die Kommunikation mit anderen Menschen (26 EWG, acht Interviews) und die Gemeinschaft mit anderen (22 EWG, acht Interviews). Diese beiden Kategorien machen bereits 19 Prozent (48 von 258) aller Nennungen von Bedürfnissen aus.



Abbildung 24: Bedürfnisse, die aus den Interviews gezogen und codiert wurden

In Abbildung 24 wurde versucht, die Bedürfnisse den jeweiligen Codierungen zuzuordnen, was nicht immer eindeutig möglich war, da einige Kategorien verschiedenen Bedürfnissen zugeordnet werden können. Zum Beispiel ist die Gruppenzugehörigkeit sowohl der Orientierung und Kontrolle zuzuordnen: „*Es ist beruhigend zu wissen, dass sich andere gleichaltrige Menschen auch Gedanken über Sachen machen, über die ich mir vielleicht auch Gedanken mache.*“ (7\_w\_Interview, Pos. 25), als auch dem Bindungsbedürfnis: „*Also, natürlich hat man seinen Freundeskreis. Und wenn der halt nicht da ist, dann stimmen die Leute halt irgendwie nicht*“ (9\_m\_Interview, Pos. 11), und der Selbstwerterhöhung: „*Die einen wollen nichts mit der Außenseiterin machen und die Außenseiterin fühlt sich halt komplett alleine*“ (14\_w\_Interview, Pos. 8). Insgesamt sind etwa 42 Prozent (109 EWG) aller Codierungen dem Bindungsbedürfnis zuzuordnen, was die klare Mehrheit darstellt. Danach folgen eng aufeinander die Selbstwerterhöhung mit etwa 20 Prozent (52 EWG), die Unlustvermeidung mit 19 Prozent (50 EWG) und die Orientierung & Kontrolle mit etwa 18 Prozent (47 EWG).

Zusammenfassend lässt sich erneut feststellen, dass Beziehungen zu anderen Menschen zwar von grundlegender Bedeutung sind. Jedoch tragen auch Spaß und Abwechslung, die Möglichkeit des Lernens von anderen oder die Akzeptanz von Anderen zu einer Vielzahl von Komponenten bei, die gemeinsam zu einem Ort führen, der für Jugendliche ansprechend ist und sie dazu motiviert, regelmäßig daran teilzunehmen.

**Wie man Freundschaften vertiefen und knüpfen kann** Im Workshop wurde ein starker Wunsch nach Angeboten geäußert, die dabei helfen, Freundschaften zu knüpfen (12 von 22 Jugendlichen) oder zu vertiefen (13 von 22 Jugendlichen). In den anschließenden Interviews wurde dieser Aspekt näher untersucht. Es wurde deutlich, dass für das Knüpfen von Freundschaften gemeinsame Aktivitäten von zentraler Bedeutung sind (sechs EWG,  $N = 3$ ), da sie dazu beitragen, Gespräche anzuregen und gemeinsame Erlebnisse zu schaffen: „*Ich würde sagen, du musst halt mehr so Sachen unternehmen, damit du halt auch enger wächst. [...] Dann habe ich mich mit [...] meinen jetzigen guten Freunden, angefreundet, weil wir halt jedes Mal zusammen aufeinander gesessen waren sozusagen. Und halt jede Woche uns gesehen haben, auch mal in der Pause und so waren, auch mal so Wandertag oder so, oder wie heißt des so Klas-*

senfahrten, haben wir halt alles zusammen gemacht. Und dann wächst halt auch irgendwie so eine Freundschaft dadurch.“ (1\_m\_Interview, Pos. 17-18) Eine weitere Teilnehmerin meinte: „Häufig, also zumindest auch am Anfang find ich von so Freundschaftsprozessen, hilft das total, mir zumindest“ (8\_w\_Interview, Pos. 46). Öffentliche Orte wurden ebenfalls als geeignete Orte zum Kennenlernen genannt (vier EWG, N = 2). Daher ist es wichtig, dass eine Plattform so gestaltet ist, dass regelmäßig gemeinsame Ausflüge und Aktivitäten organisiert werden, um Freundschaften zu fördern und einen Ort zu schaffen, der dies begünstigt. Das Vertiefen von Freundschaften erfordert weitere Maßnahmen. Ein zentraler Aspekt ist der regelmäßige Austausch (acht EWG, N = 5). Wie das aussehen kann, beschreibt eine Person folgendermaßen: „Am Anfang des Trainings einfach ein bisschen zusammensitzen. Fragen wie die Woche war, lachen miteinander“ (14\_w\_Interview, Pos. 31). Das Schaffen gemeinsamer Erinnerungen durch Unternehmungen ist ebenfalls von großer Bedeutung (sechs EWG, N = 5): „Das ist das Hauptding, dass man vielleicht irgendwelche Erlebnisse gemeinsam hat“ (8\_w\_Interview, Pos. 20), „Aber wenn wir zusammen was reden oder vielleicht neue Erlebnisse miteinander planen, machen, gemacht haben, dann redest du halt darüber. [...] Das stärkt auch irgendwie, weil du die vergangenen Sachen so nochmal an sie denkst und dann denkst du, ja, eigentlich war es schon eine schöne Zeit“ (1\_m\_Interview, Pos. 51). Damit geht einher: „Zeit. Blödsinn machen. Zusammen erleben. Zusammen drüber lachen. Einfach diese typische Zeit und dann passt es halt irgendwann.“ (9\_m\_Interview, Pos. 56). Dieses Zitat fasst die weiteren Aspekte der Zeit, Spaß, sich wohlfühlen und mehr gut zusammen. Diese Aspekte können nicht erzwungen werden, sondern müssen natürlich entstehen, da Jugendliche dies sofort erkennen.

**Konkrete Wünsche nach Angeboten** Während der Interviews äußerten die Jugendlichen konkrete Wünsche, insbesondere der Wunsch nach offenen Orten kam häufig vor (25 EWG, N = 8). Diese Orte können verschiedene Formen annehmen, sei es ein offenes Sportgelände, ein Ort zum Spielen von Videospiele oder was von den Jugendlichen als „Stay-Ins“ bezeichnet wurde, ein Begriff für offene Treffpunkte. Die Vorstellung, wie ein solcher Ort aussehen soll, wurde von den Jugendlichen wie folgt beschrieben: „Es gibt gemütliche Sitzgelegenheiten, ganz spezifisch, es gibt warmes Licht, es ist warm in dem Raum selber, vielleicht Leute mit Musik im Hintergrund, es sind hoffentlich sympathische Menschen da, also diese, keine Ahnung, wohlühlende Atmosphäre, weiß ich nicht, ob es das gut beschreibt. Und ich glaube, dann wird es schon dafür sorgen, dass man dann auch gerne hinkommt und deswegen auch regelmäßig, weil man es gerne mag.“ (8\_w\_Interview, Pos. 19) oder „da sind so Tische, da ist ein Raum, da ist jetzt nicht unbedingt kalt, vielleicht muss es keine Heizung sein, aber dass halt nicht Minusgrade sind oder so, dass du dich einfach da hinsetzen kannst und du wirst nicht rausgeschmissen. Und dann, ja, dann bist du halt dort. Oder vielleicht auch so einfach so Parks-mäßig. Aber so nicht diese alten runtergekommenen Parks, sondern so neuere. Aber die muss jetzt nicht unbedingt so Spielsachen haben“ (1\_m\_Interview, Pos. 4). Des Weiteren sollten solche Orte Verantwortliche haben und einige Angebote bieten, wie zum Beispiel gemeinsames Lego-Bauen oder Spielen von Videospiele, einschließlich LAN-Partys. Ein allgemeiner Wunsch ist auch, dass die Angebote vielfältiger werden (sechs EWG, N = 4): „P: Ja, genau, weil ich wünsche mir mehr Vielfältigkeit wo ich mich dann ausprobieren kann was mal zu machen“ (4\_m\_Interview, Pos. 8). Weitere Wünsche beinhalten mehr Outdoor-Aktivitäten, Angebote mit ausreichend guten Ressourcen, wie ein Jugendlicher betonte: „weil ich hab halt einfach dieses Wissen über Pilze und sowas nicht und genauso hab ich halt auch nicht Ton zu Hause, den Ofen zu Hause oder halt auch wirklich so das praktische Wissen, um dann halt da so wirklich Sachen dann anwenden zu können“ (20\_m\_Interview, Pos. 53).

## 5.5. Teil 4: Co-Design Workshop

### 5.5.1. Auswertung

Zur Auswertung wurde MAXQDA genutzt, da man damit ebenfalls Bilder codieren kann. Hier wurden als Code Farben die Farben der Karten genutzt und die Beschriftungen zum größten Teil direkt als Codenamen genutzt. Dies ist beispielhaft in Abbildung 25 dargestellt. Hier sieht man die genauen Codes aus der rechten Wandhälfte mit den dazugehörigen Obercodes.

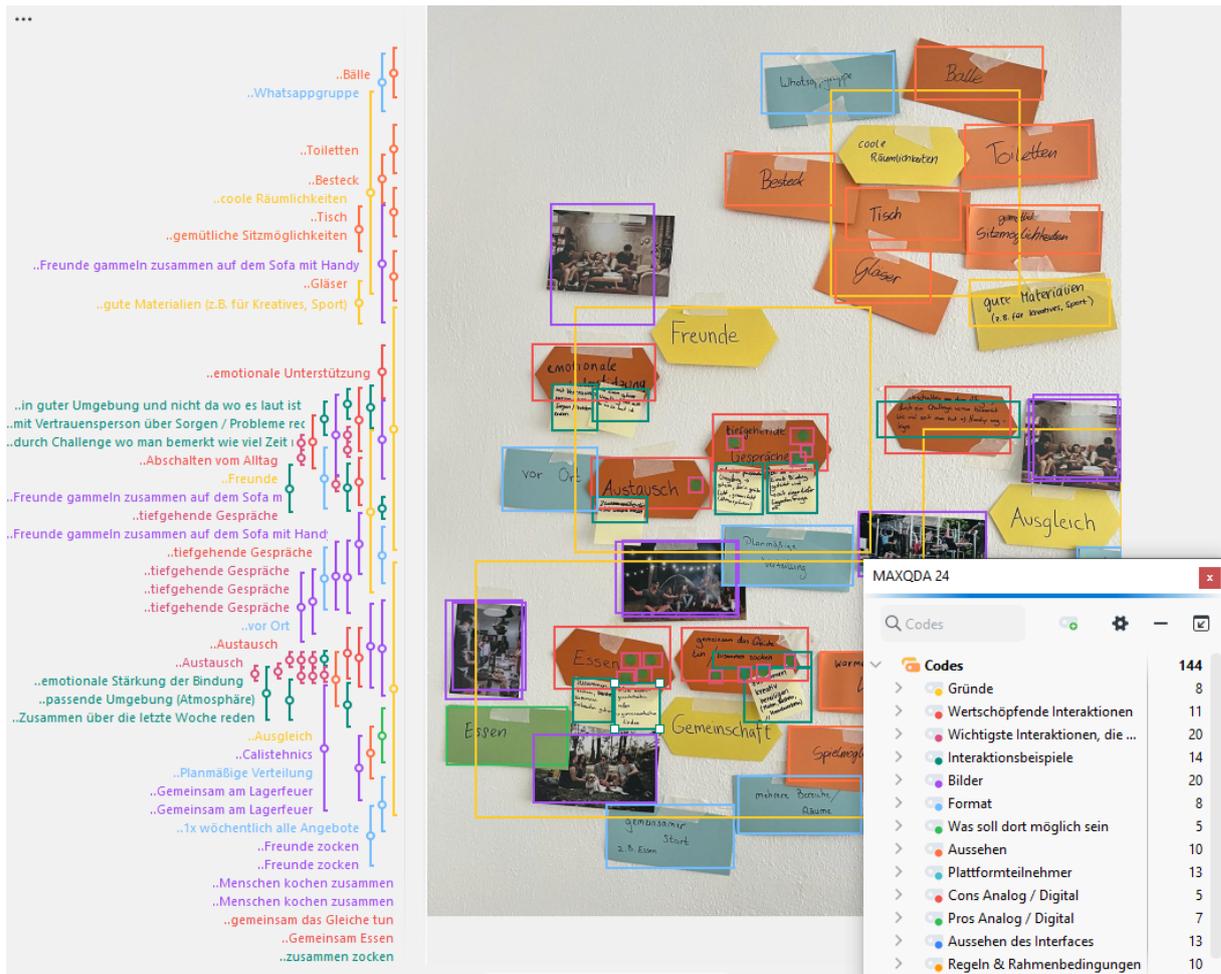


Abbildung 25: Beispielhafte Darstellung, wie in MaxQDA die Ergebnisse des Co-Design Workshops codiert wurden

Alle Ergebnisse dieses Abschnitts wurden in einem Zeitrahmen von fünf Stunden erarbeitet und bilden das Grundgerüst für die Plattform. Diese Workshop-Ergebnisse liefern Antworten auf Forschungsfrage 2, die sich damit befasst, wie Verbindlichkeit konkret im Kontext der lokalen Jugendarbeit gefördert werden kann.

### 5.5.2. Card Sorting

Der erste Abschnitt des Workshops wurde hauptsächlich schrittweise auf einer Wand erarbeitet und begann mit einigen vorgegebenen Gründen zur Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten, die aus vorherigen Interviews stammten und auf gelbe Zettel geschrieben wurden.

Zu Beginn konnten diese noch ergänzt werden, was auch geschah, beispielsweise mit „Gute Materialien (z.B. für Kreatives, Sport)“ und „Coole Räumlichkeiten“. Nach dem ersten Block, gemäß Schritt 5 des Abschnitts 4.5.2, wurde die Wand, wie in Abbildung 26 sichtbar, finalisiert.



Abbildung 26: Card Sorting nach Schritt 5 des Workshops

### 5.5.3. Wertschöpfende Interaktionen

Die abgestimmten Interaktionen umfassen „Icebreaker“, „Gemeinsam Essen“, „Zusammen rumblödeln“, „emotionale Unterstützung“, „Austausch“, „Abschalten“, „Tiefgehende Gespräche“, „Gemeinsam das Gleiche tun“ und erneut „Essen“. Jeder Teilnehmer hatte die Möglichkeit, für jede Interaktion fünf Stimmen abzugeben. Insgesamt wurden 20 Stimmen abgegeben, da zu diesem Zeitpunkt noch ein Teilnehmer, der um 12 Uhr an einem Fußballturnier teilnehmen musste, anwesend war. Die Interaktion „Essen“, die zweimal genannt wurde, erhielt mit fünf Stimmen die meisten Stimmen. Anschließend folgten „Tiefgehende Gespräche“ und „Gemeinsam das Gleiche tun“ mit jeweils vier Stimmen. Alle vier Teilnehmer wählten diese drei interaktiven Elemente aus, was darauf hinweist, dass sie als besonders wertvoll erachtet werden. Daher sollten diese im Konzept unbedingt berücksichtigt werden. „Icebreaker“ und „Zusammen rumblödeln“ erhielten jeweils drei Stimmen, während „Austausch“ eine Stimme erhielt. Dies verdeutlicht erneut, dass das Bindungsbedürfnis wahrscheinlich als wichtiger erachtet wird als Lustgewinnung. Die drei wichtigsten Interaktionen stehen alle in Verbindung mit der Bindung, während darauf folgende Interaktionen eher mit Spaß assoziiert werden.

Um die wertschöpfenden Interaktionen genauer zu veranschaulichen, wurden konkrete Bei-

spiele in Erwägung gezogen. Unter der Interaktion „Essen“ wurden Aktivitäten wie gemeinsames Kochen, Backen und Einkaufen sowie das Teilen von Essensgewohnheiten genannt. Dies fördert den Zusammenhalt und ermöglicht das Entdecken von Gemeinsamkeiten. Im Kontext von „Tiefgehenden Gesprächen“ wurde betont, dass eine geeignete Umgebung wichtig ist, beispielsweise mit Sitzgelegenheiten und passender Atmosphäre (z.B. gedämpftes Licht). Tiefgehende Gespräche, die die emotionale Bindung stärken, könnten durch die Verwendung von tiefergehenden Fragen erleichtert werden. Zudem wurden Icebreaker-Spiele als mögliche Optionen vorgeschlagen. Der Begriff „Das Gleiche tun“ erklärt sich von selbst, wobei spezifische Aktivitäten wie gemeinsame kreative Betätigungen oder das Spielen von Spielen genannt wurden.

Die Zuordnung von Gründen, Interaktionen, Brainstorming zum Konzept und zugehörigen Stimuli wurde physisch durch Card Sorting vorgenommen, wie in Abb. 25 dargestellt. Diese Darstellung ermöglicht einen tieferen Einblick in die Assoziationen der Jugendlichen. Um die Übersichtlichkeit zu wahren, wird im Folgenden auf sämtliche Gründe und die damit verbundenen Karten eingegangen. Im Kontext dieser Analyse dient die nachstehende Legende zur Erklärung der Farbkarten:

- gelbes Sechseck = Grund
- orangenes Sechseck = wertschöpfende Interaktion
- kleine gelben Sticky Notes = Interaktionsbeispiele
- blaues Rechteck = Format
- grünes Rechteck = was dort möglich sein soll
- orangenes Rechteck = Aussehen
- Bilder = ausgewählte Stimuli

Die von den Jugendlichen ergänzte Begründung „*coole Räumlichkeiten*“ wurde aufgeführt. Dabei wurden logischerweise nur Ausstattungsmerkmale wie Besteck, Tisch oder Gläser ergänzt, da Räumlichkeiten nicht unbedingt spezifische Interaktionen, sondern lediglich den Raum dafür schaffen. Die Bedeutung des Essens für die Teilnehmenden wird hier deutlich, da einige der Ausstattungsmerkmale in Verbindung mit Essen stehen. In enger Verbindung zu den Räumlichkeiten steht der Aspekt der Gemeinschaft. Hier werden beispielsweise warmes Licht, mehrere Bereiche/Räume oder Spielmöglichkeiten genannt, die eng mit den Räumlichkeiten verknüpft sind. Auch als Interaktion und „Was soll dort möglich sein“ wird erneut Essen angegeben. Diese Interaktion und das gemeinsame Tun sind die beiden wichtigsten wertschöpfenden Interaktionen aus der Abstimmung. Zudem wird vorgeschlagen, dass das Format mit einem gemeinsamen Start, beispielsweise mit Essen, beginnen sollte. Bei den Stimuli wurden Bilder mit Motiven wie gemeinsamem Kochen, Picknicken und Lagerfeuer machen ausgewählt. Das Campingbild wurde zwischen den Kategorien Gemeinschaft und Freunde platziert, was darauf hindeutet, dass diese beiden Gründe Überschneidungen aufweisen. Ein weiteres Bild zeigt Freunde auf der Couch mit Handys in der Hand. Hier werden Interaktionen wie emotionale Unterstützung, Austausch und tiefgehende Gespräche genannt, die ebenfalls als wichtige Interaktionen betrachtet werden. Die Teilnehmenden betonen wiederholt die Bedeutung des Treffens vor Ort mit Freunden. Dies unterstreicht, dass Freunde und Gemeinschaft die wichtigsten Interaktionen umfassen. Die Interaktion des Abschaltens vom Alltag wird auch zwischen Freunde und Ausgleich platziert. Das Bild der Freunde auf dem Sofa wird erneut genutzt, und Stimuli wie Calisthenics und gemeinsames Zocken werden angezeigt. Hier wird das Format ergänzt, dass

es einmal pro Woche stattfinden sollte. Die Bilder zeigen, dass Ausgleich in verschiedenen Formen auftreten kann, sei es beim „Gammeln“, Sport oder Zocken. Die Hauptsache ist, sich zu entspannen und etwas anderes zu tun als üblich. Das Kochbild wird erneut zwischen Spaß und Freunde platziert und repräsentiert ein wiederkehrendes Motiv, das fast alle Gründe vereint, sei es Spaß, Freunde oder Gemeinschaft. Wie bereits aus den vorherigen Ergebnissen abgeleitet, darf Spaß nie fehlen. Auch wenn die Vorstellungen von Spaß für jeden unterschiedlich sind, gibt es gemeinsame Elemente. Die Bilder zeigen Jungs, die mit Lego spielen, sowie eine LAN-Party, Basketballspielen und gemeinsames Malen. Zudem sollten eine Musikbox oder Instrumente nicht fehlen. Die Definition von Spaß fiel den Jugendlichen während der Interviews schwer. Als Interaktion wurde *„zusammen rumblödeln oder einfach rumalbern => einfach Spaß haben“* notiert, mit dem Beispiel *„in die Stadt zu gehen und irgendwelche Leute zu nerven“*. Alle Teilnehmenden gaben an, dass sie potenziell an allen Stimuli hier Spaß hätten, sei es beim Sport, Kreativsein oder gemeinsamen Blödsinnmachen (ob beim Zocken oder Lego spielen ist egal). Das Wichtigste ist, es mit Leuten zu tun, die man mag. Abwechslung ist eng mit Spaß verbunden, wie bereits in den Interviews herauskristallisiert wurde. Obwohl es an sich Spaß macht, in die Stadt zu gehen und dort Leute zu nerven, würde dies auf Dauer langweilig werden. Aus diesen Ergebnissen kann man schließen, dass Abwechslung wichtig ist. Die Bilder zeigen Freunde auf einem Berg und erneut das Lagerfeuerbild. Diese Aktivitäten ermöglichen es, *„mal rauszukommen“* und etwas Anderes zu tun, was Ausflüge sehr wichtig macht. Diese sollten ebenfalls in der Plattform möglich sein, ebenso wie naheliegende Angebote wie ein Tisch für Kreatives und Essen oder die Nähe zu Sportangeboten wie einem Fußballplatz oder einer Wiese. Dies würde es den Jugendlichen ermöglichen, je nach Lust und Laune verschiedene Aktivitäten auszuwählen. Schließlich wurde in den bisherigen Datenerhebungen oft genannt, dass man gerne zu einer Aktivität geht, um neue Menschen kennenzulernen. Dies sollte in der Plattform möglich sein und ist ein wichtiges Merkmal. Es sollte möglich sein, verschiedene Angebote für Jugendliche in der Plattform zu verknüpfen, dies könnte durch die Aufteilung in Interessensgruppen erfolgen. Damit Freundschaften überhaupt entstehen können, sind auch Icebreaker sehr wichtig. Als Stimulus wurde das große Gruppenbild gewählt, das für die Person, die es ausgewählt hat, auch interkulturellen Austausch darstellen sollte.

Durch die Analyse dieser Wand wird deutlich, wie eng alle Gründe miteinander verflochten sind. Es gestaltet sich nahezu unmöglich, Spaß zu haben, wenn keine Freunde oder Gemeinschaft vorhanden sind, es sei denn, die Aktivität selbst wird so sehr gemocht, dass sie alleine genossen werden kann. Umgekehrt gilt dasselbe. Selbst wenn man kontinuierlich etwas tut, das einem Spaß macht, besteht ein eindeutiges Verlangen nach Abwechslung. Diese kann durch vielfältige Aktivitäten oder den Kontakt zu neuen Menschen erreicht werden. Dabei sollte auch der Einfluss der Räumlichkeiten und der durch sie geschaffenen Atmosphäre nicht unterschätzt werden.

#### 5.5.4. Infrastruktur

Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt, hatten die Jugendlichen klare Vorstellungen darüber, wie die Struktur der Plattform aussehen sollte. Diese umfasst zum einen eine WhatsApp-Community als Kommunikationsmittel, dessen genaue Ausgestaltung im folgenden Unterabschnitt 5.5.5 näher erläutert wird. Das Grundkonzept sieht vor, dass sich alle Teilnehmer einmal wöchentlich treffen, gemeinsam mit einer Mahlzeit starten und dann in Interessensgruppen aufteilen. Hierbei betonten sie die Notwendigkeit, sich vor Ort zu versammeln, wobei der Ort mehrere Räume haben sollte, die vielseitig nutzbar sind. Jeder Teilnehmer kann sich wöchentlich neu entscheiden, welcher Gruppe er beim nächsten Treffen beitreten möchte, um die Verbindung zu anderen Jugendlichen und Angeboten zu gewährleisten. Besonders hervorge-

hoben wurde die Bedeutung des gemeinsamen Essens sowie die Notwendigkeit von Tischen für kreative Aktivitäten. Des Weiteren wurde betont, dass der Ort in der Nähe von öffentlichen Sportanlagen wie Fußballplätzen oder Wiesen liegen sollte. Weitere wichtige Aspekte bezüglich des Erscheinungsbildes des Ortes waren Spielmöglichkeiten, warmes Licht, Besteck, Gläser, gemütliche Sitzgelegenheiten, Toiletten, Bälle sowie Musikboxen oder Instrumente zum Ausleihen – vergleichbar mit anderen existierenden offenen Jugendtreffs. Bezüglich der Rollenverteilung auf der Plattform wurden im Brainstorming Ideen entwickelt. Die Nutzenden sollten sowohl Jugendliche als auch junge Erwachsene sein, die Interesse an sozialen Kontakten, Gemeinschaft, neuen Erfahrungen und persönlicher Weiterentwicklung haben. Die Anbietenden sollten identifizierbare Personen sein, die zumindest grundlegende Kompetenzen für die Organisation eines Angebots mitbringen. Partner könnten die Stadt Ingolstadt, weitere Sponsoren sowie die City Church sein, zu der die Jugendlichen im Workshop gehörten. Der Nachbarschaftstreff „encounter“, der den Workshop beherbergte, könnte möglicherweise als erster Treffpunkt dienen, auch wenn er nicht alle Anforderungen erfüllt. Die Überlegungen zum Eigentümer blieben jedoch unsicher, da die genaue Rolle nicht klar definiert wurde. Laut der Definition von Drewel (2019, S. 5) kontrolliert der Eigentümer das intellektuelle Kapital und verwaltet die Architektur, wie es beispielsweise bei Google der Fall ist. Solche Erklärungen waren ebenfalls mit Hilfe von gelben Sticky Notes auf der Flipchart dargestellt (siehe Abb. 27). Die Teilnehmer kamen zu dem Schluss, dass eine zuverlässige und verantwortliche Person benötigt wird, die sich um die Organisation der Angebote und die Kommunikation mit Anbietern, Partnern und anderen kümmert.

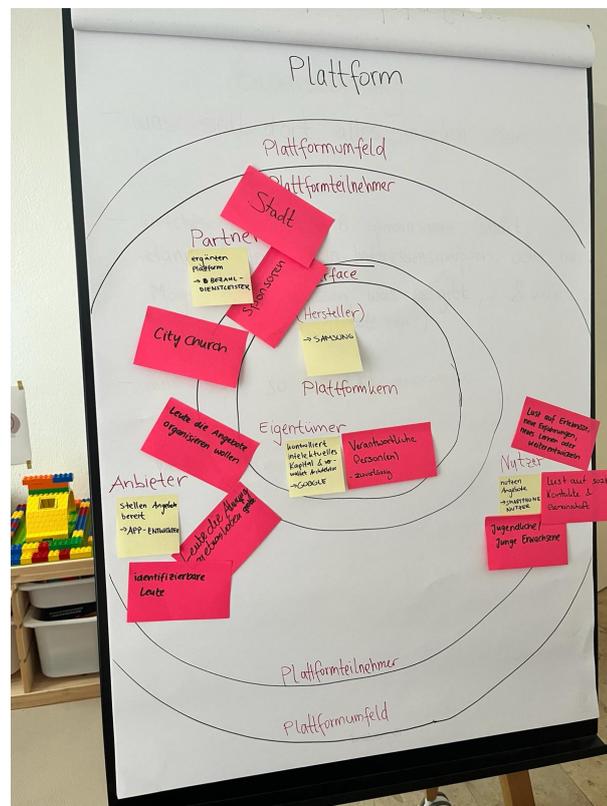


Abbildung 27: Ausgefüllte Flipchart für die Verteilung der Plattformrollen (rosa Zettel von Teilnehmenden, gelbe Zettel als Erklärung bereits vorgegeben)

### 5.5.5. Interface für Kommunikation

Zuvor wurde bereits auf das analoge Interface, den Ort, an dem Treffen teilweise stattfinden oder nur beginnen sollen, eingegangen. Denn frühzeitig zeigte sich, dass die Interaktionen zum größten Teil vor Ort stattfinden sollten. Dennoch muss Kommunikation anderweitig stattfinden können, weshalb WhatsApp als bevorzugter Kommunikationskanal dienen sollte. Zunächst wurde die Idee eines lokalen Schwarzen Bretts vorgeschlagen, auf dem die Angebote der nächsten Woche veröffentlicht werden könnten. Dies wurde sehr wahrscheinlich vorgeschlagen, da es als Beispiel auf dem Flipchart stand. Jedoch wurde schnell klar, dass dies allein für Jugendliche nicht ausreichend ist, da sie sich selten Termine merken und keinen Überblick behalten. Die Diskussion führte zur Erkenntnis, dass WhatsApp-Gruppenbenachrichtigungen beispielsweise von Vereinen Jugendlichen ermöglichen, auf Ereignisse zu reagieren und sich an Teilnahmetermine zu erinnern. Dies führte zur Überlegung, dass eine App in solchen Fällen für Push Benachrichtigungen nützlich sein könnte, wobei Zurückhaltung bestand, eine App nur für ein einzelnes Angebot herunterzuladen. Das geschieht nur, wenn der Rest des Freundeskreises ebenfalls diese App hätte und man diese tatsächlich dafür nutzt. Die Vor- und Nachteile von digitalen und analogen Elementen wurden dann spontan notiert. Gegen rein analoge Kommunikationsmittel wie Zettel spricht, dass sie leicht verloren gehen können. Die Diskussion ergab, dass Zettel von Jugendlichen oft mitgenommen, aber dann selten erneut betrachtet werden. Außerdem muss sich dann jemand um die Organisation, also das Drucken und Verteilen oder Aufhängen der Zettel kümmern. Ein Argument für Plakatwerbung ist ihre auffällige Wirkung. Ein Konsens wurde darüber erzielt, dass eine Kreidetafel vor Ort sein sollte, jedoch allein nicht ausreichend ist. In Bezug auf digitale Kommunikation wurde festgestellt, dass Websites schwer zu finden sind und Jugendliche nicht aktiv danach suchen. Gleichzeitig wird WhatsApp als unkomplizierter empfunden. Für digitale Kommunikation spricht hingegen die Möglichkeit eine größere Anzahl von Menschen zu erreichen, die sonst möglicherweise nicht in die Gruppe eingebunden wären. Zudem ermöglicht eine App das Erhalten von Benachrichtigungen, was von den Jugendlichen als bedeutendster Vorteil angesehen wurde. Weitere spezifische Vorteile, die ausschließlich für WhatsApp genannt wurden, beinhalten die Möglichkeit für Administratoren, über die Plattform Angebote zu kommunizieren. Darüber hinaus können sich Teilnehmer durch Reaktionen anmelden, was zumindest eine grobe Übersicht über die Anmeldungen ermöglicht. Die flexible Einbindung von Erinnerungen wurde ebenfalls als vorteilhaft herausgestellt.

Bei der Diskussion über die Ausgestaltung des Interfaces gab es kurzzeitig Frustration, da eine Person den Zweck einer Plattform nicht verstand und somit keine konkreten Ideen beisteuern konnte, da die Überzeugung war, dass keiner so eine Plattform nutzen würde. An dieser Stelle wurde das Gesamtkonzept erneut von Grund auf erläutert. Diese Klarstellung war von Bedeutung, um genauer darauf einzugehen, dass das Ziel darin besteht, etwas zu entwickeln, wovon die Jugendlichen selbst überzeugt wären und wohin sie gerne gehen würden. Durch die erneute Ausführung dieser Idee und der bisherigen Ergebnisse entstand ein verbessertes Verständnis. Bei der Erläuterung lag der Fokus besonders darauf, dass es zu Beginn keine groß angelegte Angelegenheit wäre. Stattdessen könnten beispielsweise diese drei Jugendlichen eine Aktivität auswählen, die sie anspricht, und dann ihre Freunde dazu einladen. Aufgrund sämtlicher bis zu diesem Zeitpunkt vorliegenden Ergebnisse wurde die hohe Bedeutung von Freundschaften deutlich, da viele nur dann an einem Angebot teilnehmen würden, wenn ihre Freunde ebenfalls dabei sind. Nach dieser Klärung konnten die Arbeiten wieder produktiv fortgesetzt werden.

Es wurde darauf hingewiesen, dass sich das Interface möglicherweise je nach Entwicklungsverlauf in der Anfangs- und späteren Phase unterscheiden könnte, insbesondere wenn das Projekt erfolgreich ist und Skalierbarkeitsprobleme auftreten. In der Anfangsphase, die von

einer geringen Teilnehmerzahl geprägt ist, ist ein schwarzes Brett vorgesehen, auf dem wöchentlich aktualisierte Angebote platziert werden. Zu Beginn sollen kreative, sportliche und Freizeitangebote vor Ort angeboten werden. Die Kommunikation erfolgt knapp mit Informationen zu Wann?, Was?, Wo? und konkreten Ansprechpartnern auf dem Schwarzen Brett. Da dies zu Beginn nur eine begrenzte Anzahl von Angeboten sind, bietet diese Methode eine übersichtliche Darstellung. Zusätzlich steht für die Kommunikation eine WhatsApp Community zur Verfügung, der jeder durch einen berechtigten Ansprechpartner vor Ort beitreten kann. Diese Community verfügt über einen automatischen Ankündigungsbereich, in dem nur Administratoren Beiträge veröffentlichen können. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, bis zu 100 Untergruppen zu erstellen, in denen alle Teilnehmenden interagieren können. Die maximale Mitgliederanzahl pro Community beträgt 2000, was zu Beginn als ausreichend angesehen wird (WhatsApp, oD).

Jedes Angebot sollte eine eigene Gruppe erhalten, in der Interessierte ihre Teilnahme bestätigen oder absagen können. Ein zusätzlicher Aspekt, der den Jugendlichen besonders wichtig war, besteht darin, dass mindestens ein teilnehmender Jugendlicher den externen Anbieter kennt. Dieser Anbietende kann entweder gleichaltrig oder erwachsen sein. Es besteht auch die Möglichkeit, dass Teilnehmende selbst zu Anbietern werden. Der Pull-Effekt wird hauptsächlich durch Empfehlungen und Einladungen von Freunden erzeugt, sowie durch das Schwarze Brett am Fenster, welches auch Jugendliche aus der Nachbarschaft anspricht.

Die bisherige Planung könnte bis zu einem gewissen Punkt effektiv sein. Jedoch entstand die Fragestellung, wie das System bei einer wachsenden Anzahl von Jugendlichen funktionieren würde, insbesondere wenn es bereits 20 verschiedene Angebote an einem wöchentlichen Tag oder sogar an verschiedenen Tagen gibt. In solch einer Situation müsste darüber nachgedacht werden, wie ein klarer Überblick über alle Angebote aufrechterhalten werden kann. Insbesondere bei manuell geschriebenen Schwarzen Brettern könnte es zu Unübersichtlichkeiten kommen, wenn beispielsweise eine Kategorie vergessen wird und dies erst am Ende bemerkt wird. Ähnliches gilt für WhatsApp-Gruppen, wenn eine lange Liste von „Wann“, „Wa“ und „Wo“ präsentiert wird. Dies würde von den Jugendlichen wahrscheinlich nicht mehr aufmerksam gelesen, da eine umfangreiche WhatsApp-Nachricht schnell unübersichtlich wird. An diesem Punkt wurde erneut die Idee einer App in Erwägung gezogen, da zu diesem Zeitpunkt bereits engagierte Jugendliche vorhanden waren, die eine App für diesen Zweck nutzen würden. Es gab bereits das Mindestmaß an Nutzern, um ausreichend Interaktion zu ermöglichen. Die Kommunikation würde weiterhin über die Untergruppen der WhatsApp-Community erfolgen, während die Organisation der Angebote über die App stattfinden würde. Insbesondere wurde die Filterfunktion als wichtig erachtet, und eine Suchfunktion könnte ebenfalls nützlich sein. Aufgrund der begrenzten Zeit und der Notwendigkeit einer bestimmten Nutzeranzahl für die App wurde dieser Punkt jedoch nicht weiter vertieft. Einem Jugendlicher, der bei der Customer Journey mit Lego nichts anfangen konnte, wurde vorgeschlagen, Wireframes für die App zu erstellen. Die Autorin hat dann wiederholt diese Wireframes „getestet“, indem verschiedene Use-Cases, wie bspw. das Filtern von Angeboten, nachgespielt wurden, was schließlich zu verschiedenen Screens mit unterschiedlichen Anforderungen führte (siehe Abb. 28).

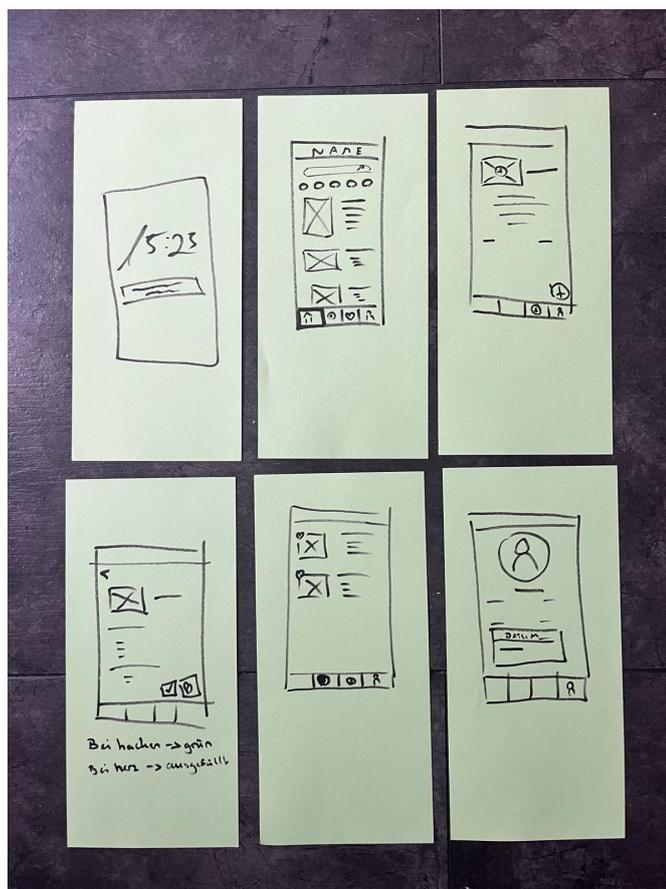


Abbildung 28: Wireframes, die spontan von einem Jugendlichen skizziert wurden

### 5.5.6. Regeln und Rahmenbedingungen

Da diese Plattform hauptsächlich für Jugendliche konzipiert ist, liegt ein besonderes Augenmerk darauf, diese Zielgruppe angemessen zu schützen. In dieser Phase wurde noch nicht explizit eine mögliche App berücksichtigt, da Jugendliche sich in der Regel weniger mit solchen Regelungen und Rahmenbedingungen auskennen. Stattdessen ging es um allgemeine Regeln, die von den Jugendlichen als notwendig erachtet werden. Dies beginnt bereits bei der Frage, wer die Plattform betreten darf. Grundsätzlich sollen alle Jugendlichen und junge Erwachsene bis zu 30 Jahren zugelassen sein. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf den Anbietern, die aufgrund ihrer Arbeit mit Jugendlichen überprüft werden müssen. Dies erfolgt sowohl durch persönliche Gespräche mit den Verantwortlichen als auch durch die Vorlage eines erweiterten Führungszeugnisses, wie es gesetzlich bei der Arbeit mit Minderjährigen vorgeschrieben ist. Die Verantwortlichen bzw. Eigentümer der Plattform müssen selbstverständlich ebenfalls ein Führungszeugnis vorweisen können. Weitere erarbeitete Verhaltensrichtlinien umfassen die Haftung der Eltern für ihre Kinder und die Übernahme der Kosten für etwaige Schäden. Ein respektvoller Umgang miteinander wird ausdrücklich gewünscht und wurde näher durch die Begriffe „Goldene Regel“ und „Nächstenliebe“ erläutert. Zudem wird Nulltoleranz gegenüber Rassismus gefordert, und es wird Respekt gegenüber den Anbietern betont, was sich in der Ernsthaftigkeit äußert, dass gemachte Zusagen auch eingehalten werden sollen.

## 5.6. Evaluierung

### 5.6.1. Auswertung

Zur Evaluierung der Umsetzbarkeit dieses Konzepts fand eine abschließende Fokusgruppensitzung mit Freunden der Teilnehmenden statt. Dabei wurden die Meinungen mittels runder Sticker auf den Karten gesammelt, wobei auch die Möglichkeit bestand, zusätzliche Karten zu ergänzen. Parallel dazu wurden während der Diskussionen Notizen von der Autorin und der neutralen Assistentin gemacht. Diese Aufzeichnungen und Karten wurden zur Analyse herangezogen und direkt im Text ausgewertet.

### 5.6.2. Testergebnisse

**Abstimmung des Konzeptes** Nach einer einführenden Erläuterung und Präsentation des entwickelten Konzepts mit einem auf Karten dargestellten, verschiebbaren Ablauf des Programms, erfolgte eine Abstimmung über die Attraktivität des Konzepts auf einer Skala von „gefällt mir überhaupt nicht“ bis „gefällt mir sehr gut“ (vier Stufen). Von neun Teilnehmenden, findet eine Person das Konzept sehr gut, fünf bewerten es als „eher gut“ und drei Personen als „eher weniger gut“. Diejenigen, die das Konzept positiv bewerteten, schätzten insbesondere die Flexibilität des Programms, die es ermöglicht, wöchentlich neu zu entscheiden, welche Aktivität man besuchen möchte. Eine Teilnehmerin lobte die Vielfalt an Angeboten und die Möglichkeit, neue Menschen kennenzulernen. Hingegen äußerten diejenigen, die das Konzept weniger mochten, Bedenken, dass ihre Freunde sich nicht dafür interessieren würden, an Aktivitäten teilzunehmen, bei denen sie kaum jemanden kennen, weil dies „cringe“ (zu deutsch: zum Fremdschämen (Khobo, 2022)) ist. Ein weiterer Kritikpunkt war die Herausforderung, in einem solchen Rahmen neue Kontakte zu knüpfen, da man tendenziell mit den gleichen Personen verweilt. Ein Teilnehmer, der das Konzept eher positiv sah, betonte jedoch den Wunsch, immer neue Menschen kennenzulernen, und betrachtete dies als einen Abzugspunkt. Zeitmangel wurde ebenfalls als Problem genannt, wobei betont wurde, dass man sich die Zeit nehmen wird, wenn man wirklich Interesse hat. Darüber hinaus spielte die Attraktivität des Angebots selbst eine wichtige Rolle, da die Priorität davon abhängt, ob das Angebot einem persönlich zusagt und ob der „Vibe“ stimmt. Letzteres wird erreicht, wenn die Atmosphäre entspannt ist und man sich problemlos mit anderen unterhalten kann, ohne dass es unangenehm wird.

**Anpassungen des Ablaufs** Beim Vorstellen des Ablaufs wurde darauf hingewiesen, dass es möglicherweise problematisch sein könnte, zuerst sportliche Aktivitäten anzubieten, da das Essen noch im Magen liegt und außerdem eine Umkleidemöglichkeit organisiert werden müsste. Diese Erkenntnis führte zu einer Diskussion über die Reihenfolge der Aktivitäten und die Sinnhaftigkeit, das Essen als zentralen Punkt zu setzen und davor und danach verschiedene Angebote anzubieten. Eine vorgeschlagene Idee war, vor dem Essen eine gemeinsame Aktivität in großer Gruppe durchzuführen, um dort die Gelegenheit zu haben, neue Leute kennenzulernen. Anschließend könnte man gemeinsam essen und danach die anderen Angebote besuchen. Auf diese Weise wäre es möglich, Zeit sowohl in großen als auch in kleineren Gruppen zu verbringen. Es wurde jedoch darauf hingewiesen, dass dies zusätzliche Zeit in Anspruch nehmen würde. Abgesehen davon wurden die einzelnen Komponenten des Konzepts gebilligt, wobei der Wunsch nach Flexibilität bei der Anordnung je nach Art der Aktivität betont wurde.

**Ideensammlung für Angebote** Während der Ideensammlung zur Konkretisierung und Verbesserung der einzelnen Angebote wurden spezifische Probleme im Zusammenhang mit Sportangeboten diskutiert. Insbesondere wurde darauf hingewiesen, dass es bei einigen Sportarten schwierig ist, das Essen zu integrieren, da das Duschen und Umziehen danach eine Herausforderung darstellen kann. Des Weiteren wurde festgestellt, dass Sportangebote im Rahmen dieses Programms eher erfolgreich sind, wenn sie Freizeitaktivitäten ähneln, während sie weniger erfolgreich sein könnten, wenn es um wettkampforientierte Sportarten geht. Falls jedoch Wettbewerbsaspekte im Spiel sind, ist es wichtig, dies deutlich in der WhatsApp Untergruppe zu erwähnen. Ein weiterer Wunsch war es, regelmäßig Abstimmungen in der WhatsApp Community durchzuführen, um herauszufinden, welche Angebote grundsätzlich gewünscht werden, damit die Programme besser auf individuelle Bedürfnisse eingehen können. Es wurde betont, dass die Uhrzeiten der Aktivitäten flexibel sein sollten, da einige Aktivitäten im Hellen besser geeignet sind, wie zum Beispiel Waldspaziergänge, und verschiedene Aktivitäten unterschiedliche Zeitdauern haben können. Generell wurde vorgeschlagen, gelegentlich gemeinschaftliche Projekte durchzuführen, wie zum Beispiel den Bau einer Hütte oder gemeinsame Reisen, da solche Aktivitäten die Bindung unter den Teilnehmenden stärken und gleichzeitig die Möglichkeit bieten, leichter neue Leute kennenzulernen.

**Abstimmung zu wertschöpfenden Interaktionen** Die sechs bedeutendsten interaktiven Elemente aus dem Co-Design-Workshop wurden eingehend diskutiert und auf den Tisch gelegt, um jedem Teilnehmer einen umfassenden Überblick zu ermöglichen. Anschließend wurde erörtert, ob noch weitere wichtige Interaktionen fehlen. Dabei wurde die neue Interaktion „Wissensaustausch / Diskussionen“ identifiziert. Obwohl sie der Interaktion „Austausch“ ähnelt, ist sie spezifischer darauf ausgerichtet, nicht nur allgemein zu kommunizieren, sondern speziell Wissen oder Ansichten auszutauschen und darüber zu diskutieren. Beim Voting erhielten „Austausch“ und „Zusammen rumblödeln“ jeweils vier Stimmen, während „Wissensaustausch“ eine Stimme erhielt. Da diese Interaktion Ähnlichkeiten zum allgemeineren Austausch aufweist, könnte man sie ebenfalls mit fünf Stimmen bewerten. Anschließend folgten „Essen“ mit drei Stimmen sowie „tiefgehende Gespräche“ und „gemeinsam das Gleiche tun“ mit je zwei Stimmen. Dies ergibt insgesamt 16 von 18 Stimmen, da jedem Teilnehmer zwei Sticker zum Abstimmen zur Verfügung standen. Somit wurden zwei Stimmen nicht genutzt, obwohl mehrfach nach der Abgabe aller Stimmen gefragt wurde. Eine Veranschaulichung des Vergleichs der Abstimmung im Gegensatz zum Co-Design-Workshop zeigt Abbildung 29. Hier wird deutlich, dass „Essen“ als weniger wichtig eingestuft wurde. Dies könnte daran liegen, dass in der Fokusgruppe nur zwei Stimmen pro Teilnehmer vergeben werden durften. Die beiden wichtigsten Interaktionen sind der Austausch (aufgeteilt in vier Mal Austausch und ein Mal Wissensaustausch) und das gemeinsame Spaßhaben. Dies bestätigt erneut die beiden wichtigsten Bedürfnisse im Zusammenhang mit Verbindlichkeit: Bindung und Lustgewinn. Während im Co-Design-Workshop von allen Teilnehmern für „tiefgehende Gespräche“ gestimmt wurde, wurde in der Fokusgruppe der allgemeinere Begriff „Austausch“ verwendet. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Teilnehmer des Co-Design-Workshops sich bereits gut kannten und eine gewisse Nähe zueinander hatten, während in der Fokusgruppe einige Personen noch fremd waren. Dennoch sind „tiefgehende Gespräche“ sowie „Wissensaustausch“ Unterkategorien des Austauschs, was darauf schließen lässt, dass insbesondere der Austausch in solchen Angeboten für Jugendliche von Bedeutung ist, sei es auf unterhaltsame, tiefgründige oder intellektuelle Weise.

## Wertschöpfende Interaktionen Voting Vergleich

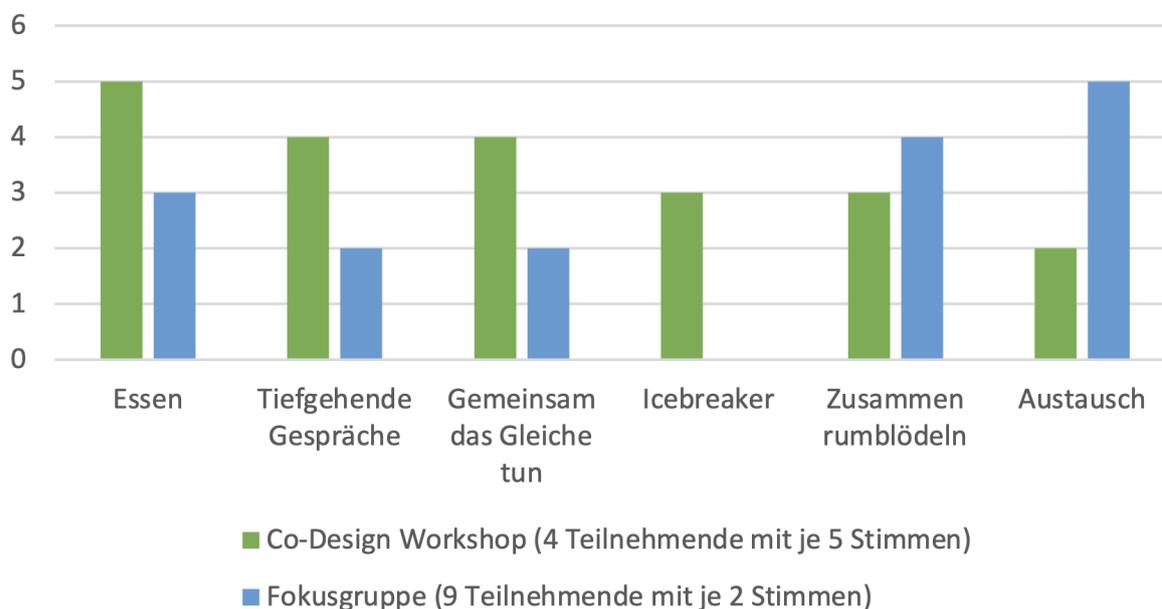


Abbildung 29: Co-Design Workshop und Fokusgruppe Voting Ergebnisse der wertschöpfenden Interaktionen im Vergleich

**Diskussionen** Nach dem Voting wurden die Teilnehmer gebeten zu diskutieren, ob sie erstens selbst wöchentlich an einem solchen Angebot teilnehmen würden und zweitens, ob sie jemanden dazu einladen würden. Bezüglich der ersten Frage wurden die Hauptgründe erörtert, warum jemand nicht teilnehmen würde: Zeitmangel, keine Lust bzw. mehr Lust auf Anderes und die Tatsache, dass viele Jugendliche sich generell nicht zu Abendaktivitäten verpflichten möchten. Ein weiterer Punkt war die Bedenken, dass viele Jugendliche nicht teilnehmen würden, wenn immer nur ein oder zwei Angebote von denselben Personen angeboten würden. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit eines breit gefächerten Angebots, um eine vielfältige Auswahl zu ermöglichen. Teilnehmer, die bereit wären, das Angebot zu nutzen, betonten die Bedeutung einer breiten Palette von Angeboten, um Langeweile zu vermeiden. Es wurde jedoch angemerkt, dass Anmeldungen für die meisten Angebote, die keine vorherige Vorbereitung sowie Material erfordern, spontan möglich sein sollten, um eine größere Beteiligung zu ermöglichen. Es sollte auch nicht zwingend erforderlich sein, jede Woche zu kommen, da dies Jugendliche eher davon abhalten würde. Die Teilnahme hänge auch davon ab, wer kommt und was geplant ist. Bei der Diskussion zur zweiten Frage gab es unterschiedliche Meinungen. Ein Lager sah feste Uhrzeiten als problematisch an, während das andere Lager die Bedeutung fester Uhrzeiten betonte, da die Woche oft durch feste Termine strukturiert ist und dass es eher eine Frage der Priorität ist, ob man kommt oder nicht. Es wurde jedoch zugestimmt, dass die Flexibilität der Uhrzeiten eher diskutiert werden könnte als flexible Wochentage. Ein weiteres Thema war die Persönlichkeitstypen der Teilnehmer: Diejenigen, die gerne neue Leute treffen, und diejenigen, die dies nicht gerne tun. Insbesondere jüngere Mädchen gaben an, dass sie ihre Freunde nicht einladen würden, da diese es nicht verstehen würden, warum man sich mit anderen Leuten treffen sollte. Ältere Teilnehmer hingegen argumentierten, dass ihre Freunde häufig Orte besuchen, weil ihre Freunde dort sind, und nicht weil sie alleine dorthin gehen würden. Sie

geschlossen daraus, dass, wenn ihre Freunde sich einmal wöchentlich an einem bestimmten Ort aufhielten, es für sie attraktiver wäre, dorthin zu kommen. Ein weiterer Grund für die Einladung von Freunden war die Vermutung, dass die Freunde das Angebot mögen und interessieren könnte. Ein Teilnehmer sprach indirekt den sogenannten Pull-Effekt an, indem er betonte, dass das Mitnehmen von Freunden dazu führen würde, dass mehr Leute kommen und man so mehr neue Leute kennenlernen könnte. Er verwies auf das Beispiel der Eisdisco in Ingolstadt, bei dem ein paar Teilnehmende an diesem Abend aufgrund einer einzelnen Person hingingen und dadurch weitere Personen dazukommen wollten. Er argumentierte, dass, wenn jeder jemanden mitbringen würde, die Beteiligung steigen würde. Viele seiner Freunde seien daran interessiert, neue Leute kennenzulernen, die sie noch nie zuvor getroffen haben.

**Diskussion zu Kommunikationsmitteln** Während des Workshops wurde das Kommunikationsmittel der WhatsApp Communities in Verbindung mit einem lokalen schwarzen Brett als bevorzugte Option identifiziert. Des Weiteren wurde die Idee einer App für die Zukunft vorgeschlagen, insbesondere für den Fall, dass die Anzahl der Angebote zunimmt, um eine bessere Übersicht über alle verfügbaren Aktivitäten zu gewährleisten. Zur Veranschaulichung wurden im Vorfeld bereits eine WhatsApp Community mit exemplarischen Nachrichten und Untergruppen eingerichtet (siehe Abb. 30), auf einer Flipchart ein prototypisches schwarzes Brett mit drei Angeboten skizziert und ein Low-Fidelity-Prototyp einer App erstellt (siehe Abb. 31), basierend auf den Wireframes aus dem Co-Design Workshop. Alle Screens können im Anhang unter Abschnitt A.5.1 gefunden werden.

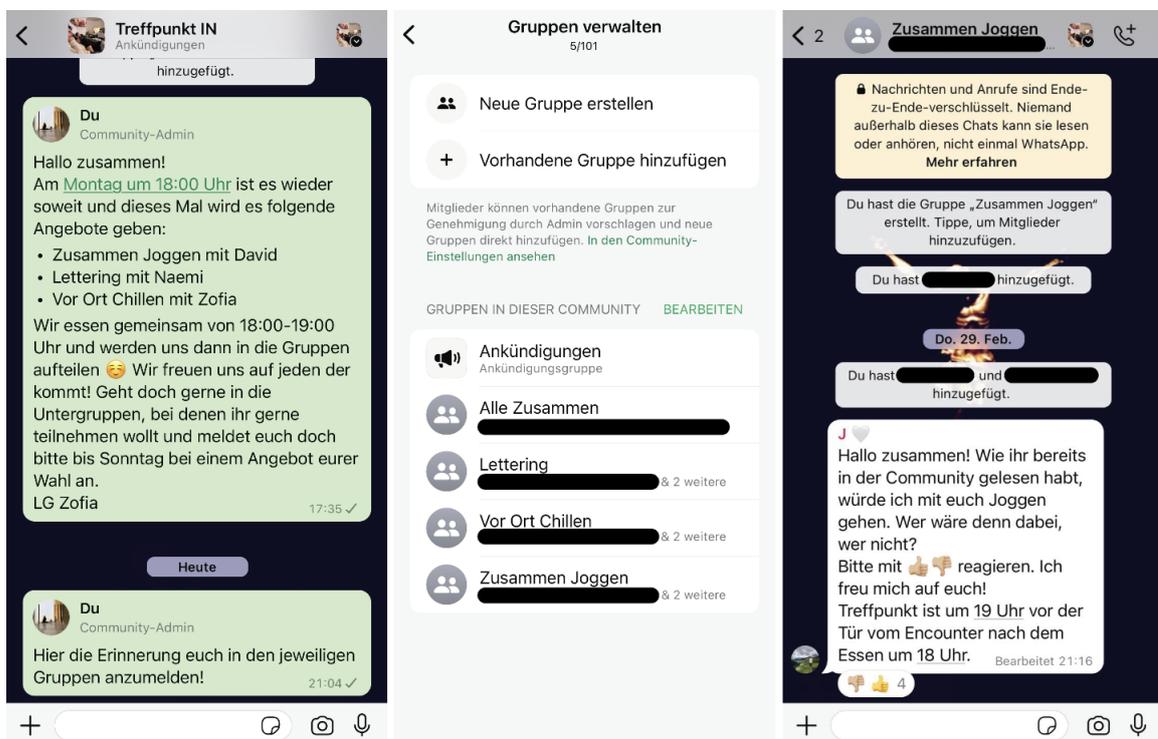


Abbildung 30: Beispiel einer WhatsApp Community Nachricht (links) und die Ankündigung einer Untergruppe (rechts)

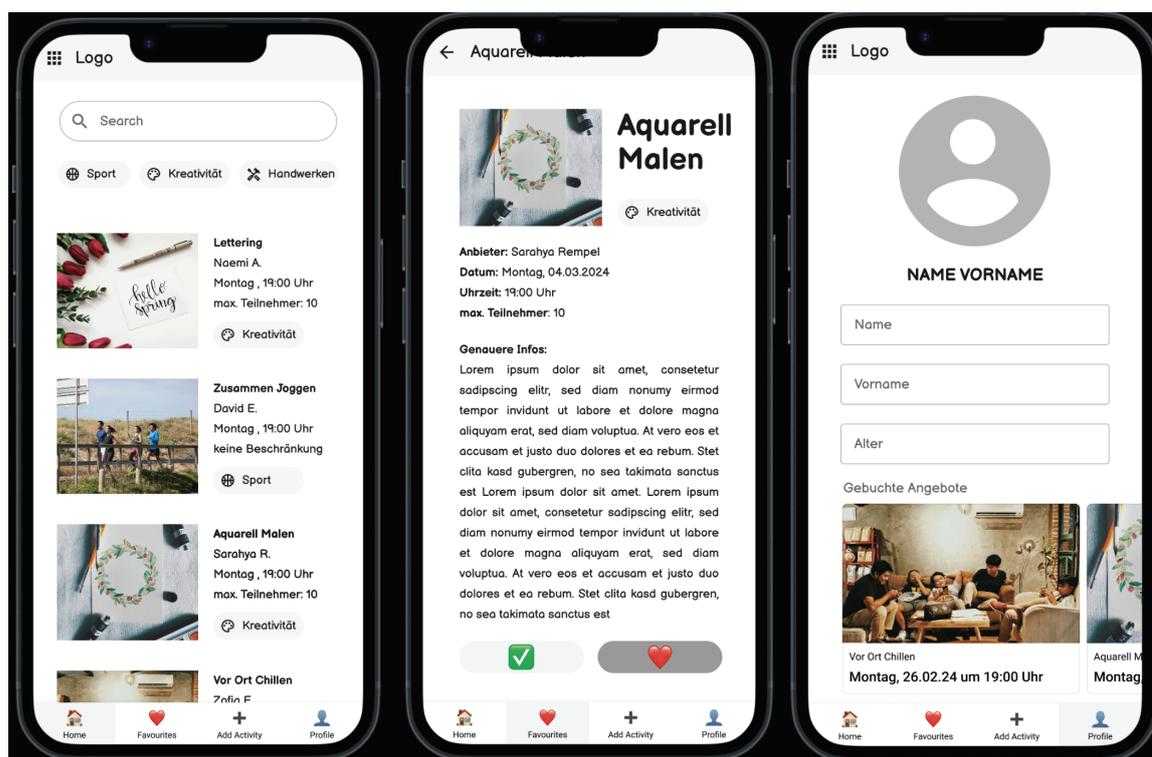


Abbildung 31: Drei beispielhafte Screens aus dem Lo-Fi Prototypen

An dieser Stelle wurde angemerkt, dass neben den Untergruppen für die einzelnen Angebote auch eine allgemeine Untergruppe für alle interessierten Jugendlichen eingerichtet werden sollte, um die Organisation gemeinsamer Projekte und Ausflüge zu ermöglichen. Alle diese Kommunikationsmittel wurden einzeln kurz erläutert und vorgeführt. Die Teilnehmer konnten den Prototypen an ihren eigenen Mobilgeräten testen, da dieser interaktiv war. Anschließend wurde darüber abgestimmt, welche beiden Kommunikationsmittel sie am besten empfinden würden, wenn es weniger als 20 Angebote gibt, und welche, wenn es mehr als 20 Angebote gibt. Bei weniger als 20 Angeboten sprachen sich alle für ein schwarzes Brett aus, während sieben der neun Teilnehmer eine WhatsApp Community bevorzugten. Die beiden Teilnehmer, die dagegen stimmten, waren eines der jüngeren Mädchen, das kein Mobiltelefon besitzt, und ein 19-Jähriger, der vor einigen Monaten beschlossen hat, nur noch ein Tastenhandy zu nutzen und daher nicht über solche Kanäle kommunizieren kann. Diese beiden Personen stellen jedoch eine Ausnahme dar, da die Mehrheit der Jugendlichen solche Kommunikationsmittel nutzt, obwohl sie etwa 20 Prozent dieser Fokusgruppe ausmachten. So besitzen in Deutschland laut Statista (Toluna Germany, 2022) 95 Prozent aller Jugendlichen zwischen 13 und 15 Jahren und 96 Prozent zwischen 16 und 18 Jahren ein Smartphone. Außerdem nutzen 88 Prozent aller 16 bis 19-Jährigen in Deutschland WhatsApp (Bitkom, 2022). Die beiden Teilnehmenden ohne Handy haben jeweils nur eine Stimme abgegeben, da weder eine App noch eine WhatsApp Community für sie sinnvoll wäre. Aus diesem Grund hat niemand für eine App gestimmt. In Bezug auf die Frage, welche beiden Kommunikationsmittel bei über 20 Angeboten genutzt werden sollten, haben sich drei für ein schwarzes Brett, sechs für die WhatsApp Community und sechs für eine App ausgesprochen. Während der Diskussion wurde betont, dass nur eines dieser Mittel gewählt werden sollte. Es wurde angemerkt, dass die Nutzung sowohl einer WhatsApp Community zum Schreiben als auch einer App für Angebote zu Verwirrung führen könnte. Daher sollte die gesamte Kommunikation auch über die App möglich sein, falls

diese verwendet wird. Zwei Teilnehmende äußerten Bedenken hinsichtlich einer App, da sie eine zu große Hürde darstellen könnte, insbesondere wenn ein Konto erstellt werden müsste und die Teilnahme an den Angeboten nur über eine Anmeldung möglich wäre. Aus diesem Grund schlugen sie die Verwendung einer Internetseite vor, auch unter Berücksichtigung des begrenzten Speicherplatzes auf Mobilgeräten. Diese Idee wurde jedoch abgelehnt, da einer der Hauptvorteile einer App die Push-Benachrichtigungen sind. Es wurde vorgeschlagen, Microsoft Teams zu nutzen, da viele Jugendliche diese Plattform bereits für die Schule verwenden. Allerdings war unklar, wie das Problem langer Nachrichten für Angebote gelöst werden könnte und welche Möglichkeiten Microsoft Teams in dieser Hinsicht bieten könnte. Es wurde angemerkt, dass die Verwendung von Microsoft Teams möglicherweise nur auf lokaler Ebene, wie in Ingolstadt, keinen Sinn ergibt, jedoch deutschlandweit durchaus sinnvoll sein könnte, insbesondere bei mehreren Angeboten. Ein weiterer Aspekt war die Korrelation zwischen der Nutzung der App und der Teilnahme an den Angeboten. Personen, die die Angebote häufig nutzen, könnten eher geneigt sein, sie auch für die App zu nutzen, im Gegensatz zu denen, die nur gelegentlich an einem Angebot teilnehmen möchten. Eine Teilnehmerin äußerte die Ansicht, dass sie Apps grundsätzlich ablehnt und nicht in Betracht zieht, sie zu nutzen, während ein anderer Teilnehmer darauf hinwies, dass er eher bereit wäre, in eine App zu schauen als auf ein schwarzes Brett. Eine neue Überlegung war, wie mit Personen umzugehen ist, die nur einmalig hineinschnuppern möchten. Würden sie dann auch die App herunterladen und sich anmelden müssen? Dies könnte eine zu hohe Hürde darstellen. Infolgedessen kamen die Teilnehmer zu dem Schluss, dass sie hauptsächlich WhatsApp-Communities nutzen oder empfehlen würden. Nach all diesen Überlegungen erscheint die Idee einer App eigentlich nicht besonders sinnvoll, da sie nicht eng mit der Lebenswelt der Jugendlichen verbunden ist. Es gibt bereits zahlreiche Plattformen, und WhatsApp wird vor allem für die Kommunikation genutzt. Dort werden bereits die meisten außerschulischen Aktivitäten koordiniert, und dieser Rahmen ist den Jugendlichen vertraut. Eine App mag zwar ansprechend klingen, aber ehrlich gesagt würden sie sie wohl nicht wirklich nutzen, da ihr einziger Zweck darin bestünde, sich für Angebote anzumelden und eine bessere Übersicht zu haben, und in dieser Hinsicht finden sie WhatsApp komfortabler.

**Diskussion über Rahmenbedingungen und Regeln** Aufgrund des knappen zeitlichen Rahmens und der zunehmenden Erschöpfung der Teilnehmenden gestaltete sich die Diskussion über die erarbeiteten Regeln in den zehn verbleibenden Minuten als herausfordernd. Das Thema des polizeilichen Führungszeugnisses stellte einen zentralen Diskussionspunkt dar, da dies insbesondere für Jugendliche eine Hürde darstellen könnte, um selbständig Angebote anzubieten. Es wurde debattiert, ob ein Führungszeugnis auch für einmalige Angebote erforderlich wäre oder lediglich für regelmäßige Aktivitäten. Jedoch konnte aufgrund der zeitlichen Restriktionen und der Verpflichtungen einiger Teilnehmenden, die den Bus erreichen mussten, kein Konsens erzielt werden. Die Diskussion zu diesem Punkt konnte daher nicht ausreichend vertieft werden.

## 5.7. Ergebnisse der Forschungsfragen

**Forschungsfrage 1: Welche Faktoren beeinflussen die Ausprägung von Verbindlichkeit zu außerschulischen Aktivitäten bei Jugendlichen in Ingolstadt?** Anhand der verschiedenen Datenerhebungen konnten die wichtigsten Faktoren erarbeitet werden. Insbesondere die Erfüllung der psychischen Grundbedürfnisse Unlustvermeidung und Bindungsbedürfnis spielen eine entscheidende Rolle. Innerhalb dieser Kategorien nehmen vor allem Spaß und Gemeinschaft eine zentrale Stellung ein. Gemeinschaft wird größtenteils im Kontext von Freundschaften erlebt, weswegen vor allem der Wunsch nach neuen und gleichzeitig vertieften Freundschaften

vorhanden ist. Wenn Gemeinschaft im Rahmen einer Aktivität erlebt wird, neigen die Jugendlichen dazu, dieser verbindlich beizutreten. Dies wurde insbesondere im ersten Workshop deutlich, in dem Freunde doppelt so häufig wie Spaß genannt wurden. Des Weiteren spiegelte sich dies in den priorisierten Gründen wider, in denen Freunde (neun EWG), Spaß (neun EWG), Geistliches (acht EWG), Ausgleich / Abwechslung (sieben EWG) und Gemeinschaft (sechs EWG) als wichtigste Priorität genannt wurden (siehe Abb. 19). Dort zeigt sich erneut das Bedürfnis nach Unlustvermeidung und Bindung.

Während der Interviews wurde erneut deutlich, wie wichtig es für Jugendliche ist, mit anderen zu kommunizieren und Gemeinschaft zu erleben. Diese beiden Aspekte sind eindeutig dem Bindungsbedürfnis zuzuordnen und wurden von allen Befragten genannt. Ebenso wurden Spaß und das Entkommen vor Langeweile als weitere bedeutende Faktoren identifiziert. Darüber hinaus wurde das Bedürfnis nach Selbstwertsteigerung im Zusammenhang mit den durchgeführten Aktivitäten häufig erwähnt. Hierbei ging es oft um die Möglichkeit, sich selbst ausdrücken und Erlebnisse verarbeiten zu können. Insbesondere im sportlichen Bereich spielt die Möglichkeit, „abzuschalten“, eine wichtige Rolle, ebenso wie der Gesundheitsaspekt. Dies legt nahe, dass, obwohl zwischenmenschliche Beziehungen und Spaß von hoher Bedeutung sind, nicht außer Acht gelassen werden sollte, dass Selbstentfaltung und das Freisetzen des eigenen Geistes ebenfalls wichtige Aspekte darstellen.

Die Gründe, warum Jugendliche nicht verbindlich an außerschulischen Aktivitäten teilnehmen, lassen sich vor allem auf externe Faktoren wie Zeit (18 EWG, Abb. 23) sowie auf innere Faktoren wie die eigene negative Stimmung (13 EWG, Abb. 23) zurückführen. In den Interviews (siehe Abb. 20) wurden insbesondere Schule (acht EWG), öffentlicher Nahverkehr (acht EWG), mangelnde Motivation (sechs EWG) und andere Prioritäten (sechs EWG) als Gründe genannt. Dies unterstreicht erneut die Mischung aus externen und internen Einflussfaktoren.

**Forschungsfrage 2: Wie kann Verbindlichkeit konkret im Rahmen der lokalen Jugendarbeit gefördert werden?** Zur Beantwortung dieser Frage, wird der endgültige Konzeptentwurf einer kontextuell anpassbaren Plattform zur Förderung nachhaltiger Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit, basierend auf den Anpassungen aus der Fokusgruppe, hier zusammengefasst.

Das Hauptziel dieser Plattform ist es, einen Treffpunkt zu schaffen, an dem Jugendliche zusammenkommen können, um Freundschaften zu knüpfen und zu vertiefen, sei es durch gemeinsame Mahlzeiten oder gemeinsame Aktivitäten. Hierfür soll ein Ort bereitgestellt werden, an dem gemeinsam gekocht werden kann und Raum zum Entspannen sowie für verschiedene Aktivitäten vorhanden ist. Derzeit ungenutzte Räume wie das encounter bieten sich als Ausgangspunkt an und sollten in der Nähe öffentlicher Anlagen wie Fußballplätze und Volleyballfelder liegen. Zudem sollten regelmäßig größere Gruppenausflüge möglich sein.

Der Ablauf des Treffens soll hauptsächlich aus gemeinsamen Mahlzeiten bestehen, wobei das wöchentliche Angebot je nach Bedarf davor oder danach stattfindet und der Wochentag immer gleich bleibt. Vor dem Essen sollte je nach Interesse zusätzlich die Möglichkeit bestehen gemeinsame Aktivitäten in einer großen Gruppe auszuüben, wobei Flexibilität bei der Teilnahme an den Angeboten besonders wichtig ist, um niemanden zu verpflichten, wöchentlich teilzunehmen. Die wichtigste Interaktion „Austausch“ kann durch das Essen und die Aktivitäten selbst gefördert werden, wobei Vielfalt und Abwechslung der Angebote und der anbietenden Personen entscheidend sind, um Langeweile vorzubeugen.

Die Diskussion in der Fokusgruppe ergab mehrheitlich die Auffassung, dass eine App nur dann sinnvoll wäre, wenn sie deutschlandweit genutzt werden könnte. Darum konnte das Thema der Skalierbarkeit nicht ausreichend behandelt werden. Obwohl die Jugendlichen die praktische Nutzung einer App anerkennen, betrachten sie die Anmeldeprozesse und die Notwendigkeit ei-

ner zusätzlichen App für Anmeldungen eher als unpraktisch, insbesondere da sie bereits über WhatsApp kommunizieren. Darum sollte die Kommunikation über eine WhatsApp Community erfolgen, wobei jede Aktivität eine eigene Untergruppe für Kommunikation zwischen den Jugendlichen und Leitern sowie Anmeldung hat. Zusätzlich gibt es eine allgemeine Untergruppe für alle Teilnehmenden, um miteinander über die Interessensgruppen hinaus zu kommunizieren.

Teilnehmen dürfen Jugendliche und junge Erwachsene bis etwa 30 Jahre. Bevor eine Aktivität angeboten werden darf, muss persönlicher Kontakt zu bereits bestätigten Ehrenamtlichen bestehen, und regelmäßige Anbietende müssen ein erweitertes Führungszeugnis vorlegen. Aufgrund des Feedbacks der Fokusgruppe sollte dies jedoch nicht für Jugendliche gelten, die gelegentlich Aktivitäten anbieten möchten. Stattdessen sollten in solchen Fällen individuelle Schutzmaßnahmen getroffen werden, wobei bei regelmäßigem Anbieten einer Aktivität ein erweitertes Führungszeugnis erforderlich wäre. Nach Empfehlung der Juleica (Betram, 2012) werden Faktoren wie das Vertrauens- und Autoritätsverhältnis, die Altersdifferenz zwischen dem Anbietenden und der Gruppe sowie die Dauer und Regelmäßigkeit der Aktivitäten bei der individuellen Entscheidung berücksichtigt. Das gewünschte Verhalten sollte respektvoll gegenüber anderen Jugendlichen und Anbietenden sein.

Die folgende Abbildung 32 stellt die einzelnen Komponenten und deren Position im Konzept übersichtlich dar, wird jedoch im Anhang unter A.4.2 größer dargestellt.

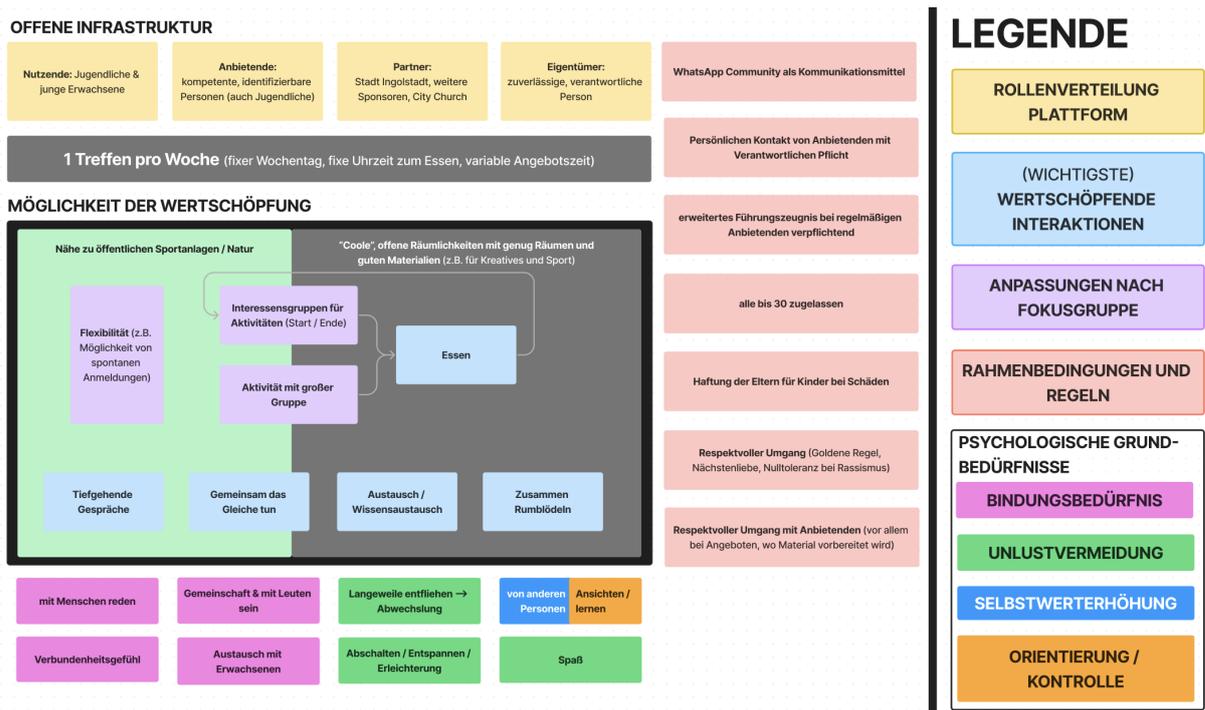


Abbildung 32: Gesamtheitliches Konzept aus dem Co-Design Workshop mit Rücksichtnahme auf die Ergebnisse der Fokusgruppe

## 6. Diskussion

Diese Arbeit befasste sich mit der Frage, welche Faktoren die Ausprägung von Verbindlichkeit zu außerschulischen Aktivitäten bei Jugendlichen beeinflussen und auf Basis dieser mit Hilfe des Co-Design Ansatzes konkrete Vorschläge eines Konzepts einer Plattform für die lokale Jugendarbeit in Ingolstadt zu machen. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere Bedarf für offene Angebote, in denen psychische Grundbedürfnisse erfüllt werden können und konkret Freundschaften vertieft und geknüpft werden können, existiert und wie dies konkret in Ingolstadt aussehen könnte. Dieser Lösungsvorschlag ist jedoch nur ein sehr grobes Framework, das man nutzen könnte, um es individuell auf die Gruppe eigener Jugendlicher anzuwenden. Das entwickelte Konzept ist zwar mit Hilfe von Jugendlichen erstellt worden, jedoch müsste es mit deutlich mehr Jugendlichen getestet werden und möglicherweise je nach Milieu mit eigenen Studien, Interviews und Co-Design Workshops, um eine angemessene Datensättigung zu gewährleisten. Das führt uns zu den Einschränkungen dieser Arbeit.

### 6.1. Einschränkungen

Ein großer Nachteil von Umfragen liegt darin, dass keine direkten Rückfragen zu den gegebenen Antworten möglich sind. Daher spiegeln die Ergebnisse der Google Forms Umfrage nur bedingt präzise die inneren Gedanken der Teilnehmenden wider und wurden möglicherweise anders kategorisiert, als es von den Personen gemeint war. Bei einigen Angaben war nicht eindeutig ersichtlich, ob die betreffende Person die Aktivität alleine oder mit anderen durchführt. Hier hätte von vornherein eine klarere Differenzierung erfolgen sollen, da das Ziel darin besteht, außerschulische Aktivitäten mit Jugendlichen zu entwickeln, die in Verbindung mit anderen Personen stattfinden sollen, mit der Motivation, Einsamkeit zu reduzieren.

Eine bedeutende Einschränkung liegt darin, dass die beiden Workshop-Gruppen sehr unterschiedlich groß waren. Diese Unterschiede in der Größe führten zu unterschiedlichen Dynamiken, die sich möglicherweise auf die erhobenen Daten ausgewirkt haben könnten. In der Gruppe mit 18 Teilnehmenden war eine hohe Lautstärke festzustellen, es gab viele Unterbrechungen, und die Konzentration nahm schnell ab. Darüber hinaus dauerte der Workshop mit vielen Teilnehmenden über zwei Stunden, was doppelt so lang war wie der Workshop mit nur vier Teilnehmenden. Ein weiterer relevanter Aspekt ist, dass nahezu alle Teilnehmenden des großen Workshops die Autorin bereits kannten oder zumindest einmal persönlich getroffen hatten. Dies kann Vor- und Nachteile haben: Einerseits waren einige Situationen bereits vertraut, was zu einer schnelleren Etablierung von Ruhe beitrug. Andererseits könnte die Unruhe darauf zurückzuführen sein, dass sie nicht den Druck verspürten, einen „ersten guten Eindruck“ zu hinterlassen. Dadurch, dass man sich kannte, kann es außerdem dazu geführt haben, dass manche Antworten nicht so ehrlich beantwortet wurden, aus Angst, dass der Fragebogen der Person zugeordnet werden kann. Andererseits kann es ebenso sein, dass manche Jugendliche aufgrund des bestehenden Vertrauens ehrlich geantwortet haben. Es wäre außerdem ratsam gewesen, den Fragebogen mit der Think-Aloud-Methode mit mehr als einer Person zu testen, vorzugsweise persönlich vor Ort. Denn während des Workshops mit 18 Teilnehmenden war es schwierig, jeden aufmerksam zu beobachten und Fragen zu klären. Zudem spiegeln die quantitativen Ergebnisse nur bedingt präzise die inneren Gedanken der Teilnehmenden wider und wurden möglicherweise anders kategorisiert, als es von den Personen gemeint war. Diese inneren Gedanken konnten nur bei den Personen, die sich für Interviews zur Verfügung gestellt haben, ansatzweise nachverfolgt werden.

Die größte Herausforderung im Zusammenhang mit den durchgeführten acht Interviews bestand in der Erreichung der Datensättigung. Gemäß Baker (2012, S. 9) wird bei qualitativen Studien empfohlen, etwa 30 Interviews durchzuführen. Diese Anzahl wurde in diesem Fall nicht erreicht, da lediglich 22 Jugendliche an den Workshops teilnahmen. Dennoch war festzustellen, dass nach einer bestimmten Anzahl von Interviews die Anzahl neuer Codes signifikant abnahm. Dies wird auch von Guest et al. (2006) unterstützt, wie aus Abbildung 33 hervorgeht, wo bereits ab sieben Interviews die neu generierten Codes von 80 auf 20 zurückgehen. Dieses Erkenntnis wurde eindeutig während der eigenen Datenanalyse der 62 Google Forms Antworten, 22 Workshop Antworten und acht Interviews bestätigt. Es ist jedoch anzumerken, dass diese Abnahme noch deutlicher ausgefallen wäre, wenn die Interviews nicht separat analysiert worden wären, um eine Beeinflussung durch bereits existierende Codes aus vorangegangenen Umfragen und Workshops zu vermeiden, da einige Codes bereits mit denen der ersten Google-Umfrage und Workshops übereinstimmten.

### Code Creation over the Course of Data Analysis

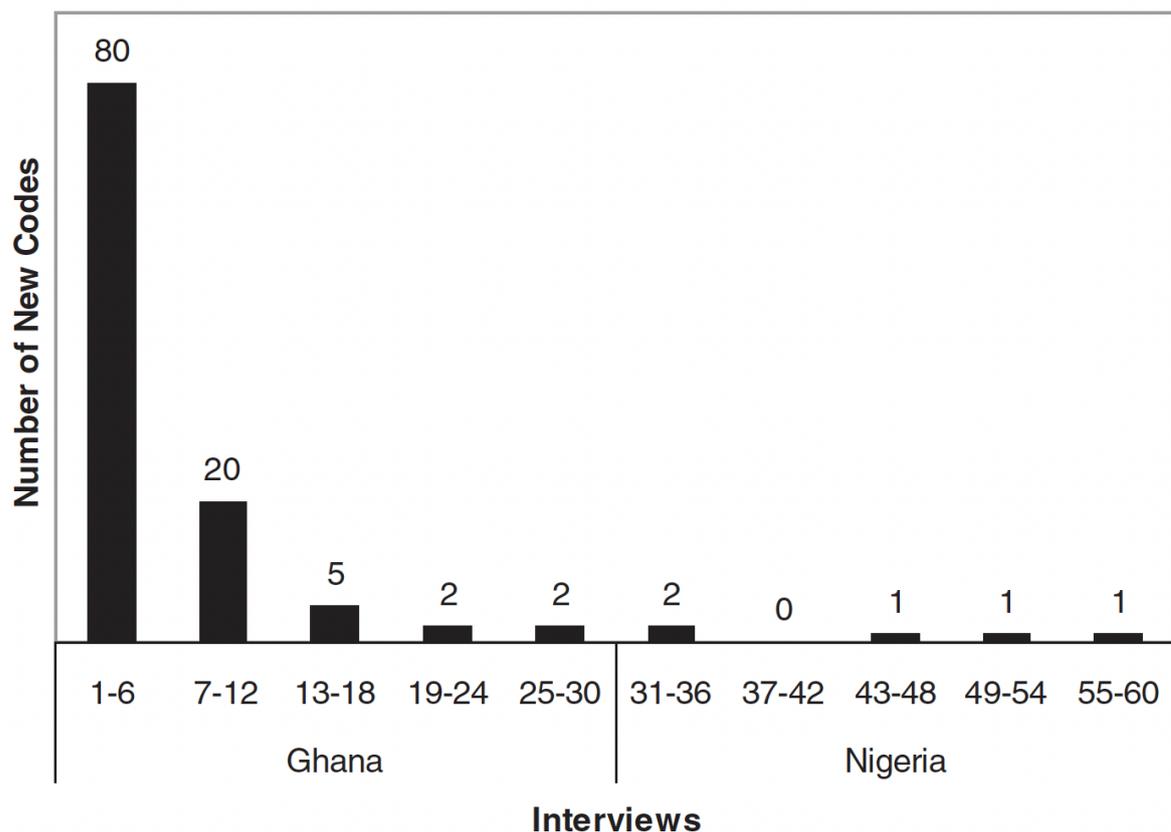


Abbildung 33: Codeerstellung im Zuge der Datenanalyse nach Guest et al. (2006, S. 67)

Eine zusätzliche Begrenzung bestand darin, dass an den Interviews mehr Jungen als Mädchen teilnahmen. Dies lag lediglich daran, dass nach den ersten Workshops mehr Jungen Interesse an einer weiteren Zusammenarbeit zeigten. Des Weiteren kam ein Interview nicht zustande, da die betreffende Person aus persönlichen Gründen nicht für ein Gespräch zur Verfügung stand. Eine weitere Herausforderung bestand darin, mit kurzen Antworten von zwei

Jugendlichen umzugehen und mehr Informationen zu erhalten. Ein weiterer unerwarteter Verlauf ereignete sich während des ersten Interviews. Zu Beginn wurde dort ausführlicher auf die Antworten der Person eingegangen, was jedoch dazu führte, dass ein paar Themen aufgrund der Zeit eher oberflächlich behandelt wurden. Dieser Umstand führte dazu, dass bei allen folgenden Interviews verstärkt darauf geachtet wurde, ausgewogen auf alle Punkte einzugehen.

Bedauerlicherweise haben vier der insgesamt acht interviewten Personen ihre Teilnahme am Workshop, aus verschiedenen Gründen, entweder einen Tag vorher oder am Tag selbst abgesagt. Ein Teilnehmer, der an einem Fußballturnier teilnahm, konnte zudem nur bis 12 Uhr anwesend sein. Infolge eines Missverständnisses kam dieser Teilnehmer jedoch eine Stunde zu früh und versuchte daher, viele Aufgaben im Voraus zu bearbeiten, die dann von den anderen Teilnehmenden miteinbezogen wurden. Letztendlich waren nur drei Jugendliche während des gesamten Workshops präsent, und alle stammen aus dem von der Autorin geleiteten Jugendtreff. Dies bestätigt jedoch einen zentralen Befund aus den bisherigen Ergebnissen, nämlich dass Jugendliche tendenziell aufgrund persönlicher Beziehungen an Aktivitäten teilnehmen. Auf die Frage, warum sie anwesend sind, antworteten sie: „Wegen dir“. Dies unterstreicht die Erkenntnis, dass persönliche Bindungen der entscheidende Faktor für die Teilnahme an Aktivitäten sind. Die geringe Teilnahme von Jugendlichen aus anderen Jugendtreffs hat jedoch zur Folge, dass die anwesenden Jugendlichen bereits voreingenommen sein könnten, da eine enge Beziehung zu der Autorin besteht. Eine weitere Konsequenz der geringen Anzahl an Teilnehmern, die sich alle bereits kennen, könnte eine mangelnde Dynamik sein. In einer solchen Gruppe hat jeder bereits seine festgelegte Rolle, und diese wurde nicht durch die Anwesenheit anderer Jugendlicher, die man nicht kennt, herausgefordert. Dies könnte dazu geführt haben, dass interessante Diskussionen gar nicht erst entstanden sind. Des Weiteren könnte der Ankereffekt bei ein paar Antworten durch die Flipchart Fragen entstanden sein. Furnham und Boo (2011) erklären es so, dass wenn ein externer Anker präsentiert wird, eine erste Reaktion darin besteht, den Anker als mögliche Antwort zu betrachten. Dabei werden vorhandene Informationen aktiviert, die mit dem Anker konsistent sind. So wurde beispielsweise das schwarze Brett als Beispiel in Klammern bei einer Frage notiert und dann direkt als Antwort der Jugendlichen gegeben. Im Zusammenhang damit fiel auf, dass Teenager offenbar stark von der schulischen Prägung beeinflusst sind, das zu äußern, was erwartet wird, oder zumindest den Eindruck haben, dass es richtige und falsche Aussagen gibt. Dies äußerte sich in manchen Momenten beim Brainstorming und Co-Design als hinderlich. Es schien, dass die Jugendlichen möglicherweise nicht erkennen, dass tatsächlich Interesse an ihren Meinungen bestand. Dies wurde insbesondere während des zuvor erwähnten Moments der Frustration oder in Bezug auf das schwarze Brett deutlich. Zudem waren dies alles christlich geprägte Jugendliche. Dies kann, aber muss sich nicht auf die Daten ausgewirkt haben. Jedenfalls wäre es hilfreich gewesen noch mehr Jugendtreffs wie die Harderbastei für Workshops zu gewinnen, was leider aus unterschiedlichen Gründen seitens der Jugendtreffs nicht möglich war.

Bei Fokusgruppen wird nicht immer empfohlen eine Gruppe zu nehmen, die sich kennt, jedoch wurde sich in diesem Fall dafür entschieden, dass die Co-Design Workshop Teilnehmenden ihre Freunde mitnehmen, da der Punkt Freundschaft oder eine Beziehung zu anwesenden Personen so ein wichtiger Grund im Bezug zu der Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten ist. So sollte es im Idealfall ebenfalls bei dem konkreten Konzept geschehen. Außerdem gab es dadurch ein paar Leute, die alle kannten, aber auch ein paar Teilnehmende, die nur ein bis zwei Bezugspersonen hatten und sonst keinen kannten. Außerdem ist in der Fokusgruppe beim Abstimmen der wertschöpfenden Interaktionen der Fehler unterlaufen, dass aufgrund der Dynamik übersehen wurde, dass zwei Stimmen fehlen. Es wurde zwar mehrfach gefragt, ob

jeder abgestimmt hat, jedoch wurde im Eifer des Gefechts vergessen nochmals zur Prüfung alle Votes zu zählen. Dies offenbart eine weitere Herausforderung, nämlich dass die Autorin keine erfahrene Fokusgruppen Durchführerin ist. In der **Literatur** wird beschrieben, dass diese Art der Durchführung Übung bedarf, um gekonnt Interaktion zwischen den Teilnehmenden zu fördern.

Die Repräsentativität der Studie ist nicht uneingeschränkt gegeben, obwohl zu Beginn angestrebt wurde, eine breite Palette von Jugendtreffs einzubeziehen. Jedoch hat nur ein nicht-christlicher Jugendtreff einer Teilnahme am Workshop zugestimmt, was zudem ein Kunsttreff ist und daher eine sehr spezifische Zielgruppe anspricht. Demzufolge sind nicht alle Denkrichtungen und sozialen Milieus gleichermaßen vertreten. Diese Beschränkung ist teilweise auf die Jahreszeit zurückzuführen, da einige Jugendtreffs vor Weihnachten bereits viele spezielle Veranstaltungen durchführen, während andere trotz wiederholter Kontaktaufnahme per E-Mail und Telefonanrufen nicht reagierten oder ohne klare Begründung absagten. Ein weiterer bedeutender Aspekt sind potenzielle Interpretations- und Analysefehler. Aufgrund des zeitlichen Rahmens der Interviews konnte nicht in alle Aussagen mit der gleichen Tiefe eingedrungen werden, was die Möglichkeit birgt, dass Aussagen aufgrund persönlicher Voreingenommenheit und des bisherigen Kenntnisstands der erhobenen Daten anders interpretiert wurden, als von den Teilnehmenden beabsichtigt.

## 6.2. Bias

Die persönliche Voreingenommenheit kann einen erheblichen Einfluss auf Forschungsprojekte haben. Aus diesem Grund wurden während des Forschungsprozesses verschiedene Methoden angewendet, um diesem Effekt entgegenzuwirken. Dazu gehörte die Führung eines Reflektionstagebuchs, in dem die Autorin ihre eigenen Gedanken und Beobachtungen festhielt. Zudem wurde eine neutrale Assistentin hinzugezogen, die die Fokusgruppe beobachtete. Darüber hinaus fanden Gespräche mit verschiedenen Personen statt, um unterschiedliche Perspektiven auf die gesammelten Daten zu erhalten.

Ein bedeutender Faktor der Bestätigungstendenz sowie des Ankereffekts liegt insbesondere in Bezug auf Verbindlichkeit, da die Autorin selbst im Herbst begann, bei einer kleinen Gruppe von Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 20 Jahren, die anfangs keine engen Freunde waren, Verbindlichkeit als Pflicht zu etablieren. Dabei wurde festgelegt, dass nur diejenigen in die WhatsApp-Gruppe aufgenommen werden dürfen, die innerhalb von acht Treffen mindestens sechs Mal teilnehmen. Obwohl die Gruppe an sich für alle offen ist, ist die Teilnahme an der WhatsApp-Gruppe begrenzt. Dieser Prozess begann einige Monate vor dem Beginn der Bachelorarbeit und setzt sich bis heute fort. Aus dieser Erfahrung heraus entstand eine enge Freundesgruppe, die regelmäßig zusammenkommt. Im Laufe der Zeit sind zwei weitere Personen der Gruppe beigetreten und wurden nahtlos integriert. Basierend auf diesen Beobachtungen ist die Autorin bereits voreingenommen hinsichtlich des potenziell positiven Einflusses von Verbindlichkeit auf Jugendliche, zumal Eltern sogar eine nachhaltige positive Veränderung im Verhalten ihrer Kinder feststellen konnten. Aufgrunddessen können Aussagen misinterpretiert worden sein.

Ein weiterer Punkt ist der unsystematische Beobachtungsfehler, welcher durch „zufällige Ungenauigkeiten im Beobachtungsprozess bedingt ist (Reliabilität). Diese Ungenauigkeit ist z. B. umso größer, je weniger Information der Beobachter über das Objekt besitzt oder je unaufmerksamer die Beobachtung erfolgt“ (Wirtz, 2023). Dies war vor allem im Piustreff der Fall,

da dort kaum tiefergehend mit den Jugendlichen selber geredet werden konnte und nur eigene Beobachtungen, wie die der Mitarbeitenden in Betracht gezogen werden konnten. Da alle Forschende mit dem Forscher-Bias konfrontiert sind und jeder mit seinen eigenen Überzeugungen, Erwartungen oder Werten in eine Studie geht, war es umso wichtiger sich dessen im gesamten Prozess bewusst zu sein. Aus diesem Grund wurde die Methodentriangulation angewandt, welche verschiedene Forschungsmethoden nutzt, um Forschungsfragen zu untersuchen (QDAcity, o.D.). So wurden quantitative, wie qualitative Daten aus einer Umfrage mit vielen Teilnehmenden, dem Fragebogen und Workshop mit 22 Jugendlichen sowie Interviews mit Einzelnen, dem Co-Design Workshop und der Fokusgruppe mit wenigen Teilnehmenden zusammen genutzt, um die Forschungsfragen möglichst angemessen beantworten zu können.

### 6.3. Vergleich mit Literatur

Calmbach et al. (2020, S. 252) identifizierten wichtige Wohlfühlfaktoren für Jugendliche wie Freundschaften, private Rückzugsorte, sportliche Aktivitäten, Familienbeziehungen sowie soziale Beziehungen. Mit Ausnahme der privaten Rückzugsorte, die nicht im Kontext mit anderen genutzt werden, wurden alle diese Faktoren in allen Datenerhebungen gefunden. Das Vorhandensein dieser Wohlfühlfaktoren in einem Angebot kann zweifellos die Verbindlichkeit fördern. Döbler (2014, S. 150-151) beschreibt, aufgrund der zunehmenden Handynutzung, den Rückgang der Fähigkeit langfristige Bindungen einzugehen. Dies wurde oberflächlich beobachtet, indem die meisten mehr Angebote wünschten, in denen Freundschaften vertieft werden können. Eine Teilnehmerin des ersten Workshops äußerte beispielsweise in einem Fragebogen: „ich habe zwar viele Freunde, aber irgendwie voll oberflächlich“ (18\_w) und begründete damit ihren Wunsch nach mehr entsprechenden Angeboten. Gleichzeitig gab sie jedoch an, mit den Möglichkeiten, sich mit Freunden zu treffen, sehr zufrieden zu sein. Es ist jedoch wichtig festzuhalten, dass aufgrund der gesammelten Daten nicht geschlussfolgert werden kann, dass die Fähigkeit, langfristige Bindungen einzugehen, weniger vorhanden ist, und schon gar nicht, dass dies aufgrund der Handynutzung geschieht. Dennoch wurden Aussagen gemacht, die darauf hindeuten. Packard (2020) betont die Bedeutung zwischenmenschlicher Beziehungen im Zusammenhang mit der Zugehörigkeit zu Programmen oder Veranstaltungen. Dieses Ergebnis lässt sich zweifellos auch im Rahmen der Datenerhebungen dieser Arbeit bestätigen. Die Bedeutung vertrauenswürdiger Erwachsener konnte jedoch im Rahmen dieser Arbeit nicht vollständig bestätigt werden, obwohl das Thema immer wieder aufkam, jedoch eher organisch und nicht aufgrund direkter Fragen. Die Langzeitstudie von Fredricks et al. (2002) beschreibt insbesondere die Identifizierung der Aktivität mit der eigenen Person, psychologische Faktoren und den Kontext als Faktoren, die den Entscheidungsprozess einer Teilnahme an Aktivitäten beeinflussen. Dabei wurden im Rahmen dieser Arbeit insbesondere die psychologischen Grundbedürfnisse als wesentliche Faktoren im Zusammenhang mit der Verbindlichkeit herausgestellt. Beispielsweise spielt der Kontext, in dem die Jugendlichen leben, eine Rolle. So kam in Gesprächen auf, dass im Piustreff eine gewisse Perspektivlosigkeit herrscht und kaum Verbindlichkeit vorhanden ist, während bei anderen Treffs, bei denen die Eltern noch eine größere Rolle spielen, mehr Verbindlichkeit festzustellen war, wo eher das Problem darin bestand, dass die Jugendlichen zu viele Angebote wahrnehmen.

### 6.4. Ausblick

Das Thema Einsamkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung, und es ist entscheidend, Strategien zur Bewältigung dieser Krise zu entwickeln. Die Auswirkungen von Verbindlichkeit auf die regelmäßige Teilnahme von Jugendlichen an Angeboten und deren Einfluss auf Einsamkeit

---

sind jedoch kaum erforscht. Daher könnte diese Arbeit als erster Schritt dienen, um das Bewusstsein dafür zu schärfen, wie Angebote gestaltet werden können, um eine regelmäßige Teilnahme von Jugendlichen zu erleichtern. Während dieser Untersuchung kam die Frage auf, inwiefern sich Verbindlichkeit tatsächlich auf das Gefühl der Einsamkeit bei Jugendlichen auswirkt sowie, inwieweit Verbindlichkeit von Jugendlichen gefordert oder gefördert werden kann, um ihnen den Rahmen zu bieten, an dem sie gerne teilnehmen. Eine weitere Fragen, die aus den Ergebnissen hervorgeht, betrifft wie die wichtigsten Bedürfnisse, wie beispielsweise Spaß und Gemeinschaft, sich gegenseitig beeinflussen. Gemeinschaft definierte sich hierbei teilweise durch geteilten Spaß, während umgekehrt Gemeinschaft ein wesentlicher Bestandteil des Spaßes war. Dies wirft die Frage auf, ob diese beiden Aspekte voneinander abhängig sind und ob es eine Hierarchie der Bedürfnisse gibt. Auch die Frage, ob Jugendliche ein Angebot allein aufgrund der Anwesenheit von Freunden besuchen würden, selbst wenn es ihnen keinen Spaß macht, oder umgekehrt, könnte untersucht werden. Diese komplexen Zusammenhänge könnten in weiteren Forschungsarbeiten näher untersucht werden, wobei eine ausreichende Datensättigung von großer Bedeutung ist. Dies erfordert Interviews mit mind. 30 Jugendlichen, wobei die Frage der Repräsentativität zu berücksichtigen ist. Um Vertrauen aufzubauen ist es wichtig im Vorfeld mit einer Vielzahl von Jugendtreffs zusammenzuarbeiten. Dieses Vertrauen ermöglicht eine bestmögliche Identifikation der Bedürfnisse und Wünsche der Jugendlichen. Davon können wiederum im Anschluss abgeleitet werden, ob bspw. weiterhin eine große Schnittmenge von Sehnsucht nach Freundschaften und Spaß besteht, welche eine regelmäßige Teilnahme begünstigt. Um dies gewährleisten zu können, ist eine Langzeitstudie notwendig, in der ebenfalls das erarbeitete Konzept getestet und angepasst werden würde.

## Abbildungsverzeichnis

1.	Interpretationsrahmen für den Entscheidungsprozess von Heranwachsenden nach Fredricks et al. (2002) auf S. 90 . . . . .	6
2.	Ablauf des Studiendesigns . . . . .	10
3.	Klemmbrett, das jeder bekommen hat . . . . .	13
4.	Miroboard zur Kategorisierung und Auswertung der Google Forms Ergebnisse . . . . .	19
5.	Auflistung aller Erwähnungen sportlicher Tätigkeiten aus der Google Forms Umfrage . . . . .	20
6.	Auflistung der Kategorien aus miro, von der Google Forms Umfrage hergeleitet . . . . .	22
7.	Auflistung der Kategorien aus MAXQDA, von der Google Forms Umfrage hergeleitet . . . . .	22
8.	Ergebnisse aus den Workshops zu allgemeinen Fragen zum aktuellen Stand ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen) . . . . .	24
9.	Ergebnisse aus den Workshops was Jugendliche gerne mit anderen in ihrer Freizeit machen ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen) . . . . .	25
10.	Ergebnisse aus den Workshops wie glücklich Jugendliche mit den einzelnen Angeboten zu den jeweiligen Kategorien sind ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen) . . . . .	26
11.	Ergebnisse aus den Workshops in welchen Kategorien sich neue oder weitere Angebote gewünscht werden, ohne Berücksichtigung auf die qualitativen Äußerungen ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen) . . . . .	27
12.	Auswertung der Zufriedenheit und der Wünsche nebeneinander . . . . .	28
13.	Erklärung . . . . .	29
14.	Screenshot aus MAXQDA mit Aktivitäten, die mind. einmal die Woche mit Anderen ausgeführt werden ( $N = 22$ , drei Jugendgruppen) . . . . .	29
15.	Ausschnitt 1 aus den genaueren Codierungen zu den Wünschen von MaxQDA . . . . .	30
16.	Ausschnitte 2 und 3 aus den genaueren Codierungen zu den Wünschen von MaxQDA . . . . .	30
17.	Gründe von einer Gruppe im Workshop kategorisiert . . . . .	31
18.	Gesamtnennungen der Gründe in psychischen Grundbedürfnissen kategorisiert von MAXQDA . . . . .	32
19.	Codierungen der verschiedenen Prioritäten von wichtigster (links) zu unwichtigster (rechts) . . . . .	33
20.	Codierungen der meist genannten Hinderungsgründe . . . . .	34
21.	Im Workshop erarbeitete Gründe der vier Gruppen, warum ihr Angebot für sie ideal ist . . . . .	35
22.	Codierungen zur Definition von Verbindlichkeit (links) und zu Verbundenheit (rechts) . . . . .	37
23.	Codierungen der Hinderungsgründe aus den Interviews . . . . .	42
24.	Bedürfnisse, die aus den Interviews gezogen und codiert wurden . . . . .	43
25.	Beispielhafte Darstellung, wie in MaxQDA die Ergebnisse des Co-Design Workshops codiert wurden . . . . .	45
26.	Card Sorting nach Schritt 5 des Workshops . . . . .	46
27.	Ausgefüllte Flipchart für die Verteilung der Plattformrollen (rosa Zettel von Teilnehmenden, gelbe Zettel als Erklärung bereits vorgegeben) . . . . .	49
28.	Wireframes, die spontan von einem Jugendlichen skizziert wurden . . . . .	52
29.	Co-Design Workshop und Fokusgruppe Voting Ergebnisse der wertschöpfenden Interaktionen im Vergleich . . . . .	55
30.	Beispiel einer WhatsApp Community Nachricht (links) und die Ankündigung einer Untergruppe (rechts) . . . . .	56

---

31. Drei beispielhafte Screens aus dem Lo-Fi Prototypen . . . . .	57
32. Gesamtheitliches Konzept aus dem Co-Design Workshop mit Rücksichtnahme auf die Ergebnisse der Fokusgruppe . . . . .	60
33. Codeerstellung im Zuge der Datenanalyse nach Guest et al. (2006) . . . . .	62

## Literaturverzeichnis

- Adler, K., Salanterä, S., & Zumstein-Shaha, M. (2019). Focus Group Interviews in Child, Youth, and Parent Research: An Integrative Literature Review. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1 - 15. <https://doi.org/10.1177/1609406919887274>.
- Arnold, M. E. (2017). Supporting Adolescent Exploration and Commitment: Identity Formation, Thriving, and Positive Youth Development. *Journal of Youth Development*, 12(4), 1 - 15. <https://doi.org/10.5195/jyd.2017.522>.
- Bagnoli, A. & Clark, A. (2010). Focus groups with young people: a participatory approach to research planning. *Journal of Youth Studies*, 13(1), 101 - 119. <https://doi.org/10.1080/13676260903173504>.
- Baker, S.E., Edwards, R., & Doidge, M. (2012). *How many qualitative interviews is enough?: Expert voices and early career reflections on sampling and cases in qualitative research*. National Centre for Research Methods. [https://cris.brighton.ac.uk/ws/files/301922/how\\_many\\_interviews.pdf](https://cris.brighton.ac.uk/ws/files/301922/how_many_interviews.pdf).
- Betram, B. (2012, 08. Mai). *Führungszeugnisse von Ehrenamtlichen Empfehlungen und Hinweise zur Umsetzung des § 72a (4) SGB VIII*. Juleica. [https://www.juleica.de/fileadmin/\\_migrated/content\\_uploads/bkischg\\_infos\\_april2012.pdf](https://www.juleica.de/fileadmin/_migrated/content_uploads/bkischg_infos_april2012.pdf).
- Bitkom (2022, 9. Juni). *Smartphone-Besitz bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland im Jahr 2021 nach Altersgruppe*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1106/umfrage/handybesitz-bei-jugendlichen-nach-altersgruppen/>.
- Bitkom [@bitkomverband] (2016, 18. Juli). *Digitale Plattformen - Erklärvideo*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qwLs-n9PkgE>.
- BMFSFJ (2022, 10. Januar). *Kinder- und Jugendarbeit*. <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/jugendbildung/kinder-und-jugendarbeit-86236>.
- Broodryk, J. (2005). *UBUNTU*. Knowres Publishing.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2021, 5. Oktober). *Jugend/Jugendliche*. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/politiklexikon/17676/jugend-jugendliche/>.
- Calmbach, M., Flaig, B., Edwards, J., Möller-Slawinski, H., Borchard, I., & Schleer, C. (2020). *Wie ticken Jugendliche? 2020: Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Bundeszentrale für politische Bildung.
- Choudary, S. P. (2015). *Platform Scale: How an Emerging Business Model Helps Startups Build Large Empires with Minimum Investment*. Platform Thinking Labs Pte. Ltd.
- Coleman, J. C. (2011). *The Nature of Adolescence*. (4. Aufl.). Routledge.
- Corbin, J. M., & Strauss, A. C. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. (4. Aufl.). SAGE Publications.
- Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). What is participatory research? *Social Science & Medicine*, 41(12), 1667 - 1676. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(95\)00127-S](https://doi.org/10.1016/0277-9536(95)00127-S).

- Drewel, M., Gausemeier, J., Vaßholz, M., & Homburg, N. (2019). Einstieg in die Plattformökonomie. In J. Gausemeier, W. Bauer R. Dumitrescu (Hrsg.) 15. Symposium für Vorausschau und Technologieplanung. (S. 69 - 100).
- Döbler, T. (2014). Das Ende der Verbindlichkeit? Veränderungen sozialer Beziehungen durch mobiles Kommunikationsverhalten. In *Medienkommunikation in Bewegung* (S. 139-154). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Eyerund, T., & Orth, A. K. (2019). Einsamkeit in Deutschland: Aktuelle Entwicklung und soziodemographische Zusammenhänge. *IW-Report 22/2019*. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/198005/1/1667352865.pdf>.
- Fredricks, J. A., Alfeld, C. J., Hrude, L.Z., Eccles, J. S., Patrick, H., & Ryan, A.M. (2002). A Qualitative Exploration of Adolescents' Commitment to Athletics and the Arts. *Journal of Adolescent Research*, 17(1), 68 - 97. <https://doi.org/10.1177/0743558402171004>.
- Furnham, A., & Boo, H. (2011). A literature review of the anchoring effect. *The Journal of Socio-Economics*, 40(1), 35 - 42. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2010.10.008>.
- Grawe, K. (2004). *Neuropsychotherapie*. Hogrefe Verlag.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59 - 82. <https://doi.org/10.1177/1525822x05279903>.
- Jarke, J. (2021). Co-creating digital public services for an ageing society: Evidence for user-centric design. In *Public administration and information technology*. (Bd. 6). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-52873-7>.
- Khobo, J. (2022, 4. September). *Cringe: Bedeutung, Herkunft und Verwendung*. SWP. <https://www.swp.de/panorama/jugendwort-kringe-jugendsprache-bedeutung-herkunft-wortstamm-verwendung-65774259.html>.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: Introducing focus groups. *BMJ. British Medical Journal (Clinical Research Ed.)*, 311(7000), 299 - 302. <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>.
- Lazar, J., Feng, J. H., & Hochheiser, H. (2017). *Research Methods in Human Computer Interaction*. (2. Aufl.). Morgan Kaufmann.
- Luhmann, M., & Hawkley, L. (2016). Age Differences in Loneliness From Late Adolescence to Oldest Old Age. *Developmental Psychology*, 52(6), 943 - 959. <https://doi.org/10.1037/dev0000117>.
- Morgan, D. L. (1996). Focus groups. *Annual Review of Sociology*, 22(1), 129 - 152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>.
- Neu, C., Müller, F. (2020). *Einsamkeit: Gutachten für den Sozialverband Deutschland*. Sozialverband Deutschland.
- OneHope (2020, 22. März). *Global Report: Einblicke in eine digitale Generation*. Global Youth Culture. <https://www.globalyouthculture.net/reports/>.
- Packard, J. (2020). *Belonging: Reconnecting America's Loneliest Generation*. Springtide Research Institute.

- Parker, G., Choudary, S. P. & Van Alstyne, M. (2017). *Die Plattform-Revolution: Von Airbnb, Uber, Paypal und Co. lernen: Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern*. (1. Aufl.). MITP.
- QDAcity (o.D.). *Methodentriangulation*. <https://qdacity.com/de/methoden-triangulation/>.
- Ribbeck, J. (2020). *Personalmanagement in Sozialunternehmen: Theoretische und methodische Grundlagen*. WALHALLA Fachverlag.
- Sennett, R. (2000). *Der flexible Mensch: Die Kultur des neuen Kapitalismus*. Berliner Taschenbuch Verlag.
- Skop, E. (2006). The methodological potential of focus groups in population geography. *Population, Space and Place*, 12(2), 113 - 124. <https://doi.org/10.1002/psp.402>.
- Speck, K. (2010). Wertebildung und Partizipation von Kindern und Jugendlichen. In *Wertebildung in Jugendarbeit, Schule und Kommune* (S. 61 - 90). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sullivan-Bolyai, S., Bova, C., Johnson, K., Cullen, K., Jaffarian, C., Quinn, D., Aroke, E. N., Crawford, S., Lee, M., & Gupta, O. (2014). Engaging Teens and Parents in Collaborative Practice: Perspectives on Diabetes Self-Management. *The Diabetes educator*, 40(2), 178 - 190. <https://doi.org/10.1177/0145721713520568>.
- Toluna Germany (2022, 14. Juni). *Anteil der befragten Internetnutzer, die WhatsApp nutzen, nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2021/22*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/691572/umfrage/anteil-der-nutzer-von-whatsapp-nach-alter-in-deutschland/>.
- van Dick, R. (2004). *Commitment und Identifikation mit Organisationen*. Hogrefe Verlag.
- WhatsApp (o.D.). *Community erstellen*. [https://faq.whatsapp.com/438859978317289/?cms\\_platform=web](https://faq.whatsapp.com/438859978317289/?cms_platform=web).
- Wikipedia (o.D.). *Verbindlichkeit (Sozialverhalten)*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. [https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Verbindlichkeit\\_\(Sozialverhalten\)&oldid=218209743](https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Verbindlichkeit_(Sozialverhalten)&oldid=218209743).
- Wirtz, M. (2023, 27. Juli). *Beobachtungsfehler*. Hogrefe. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/beobachtungsfehler>.



# A. Anhang

## A.1. Onlinefragebogen

### A.1.1. Rohdaten des Onlinefragebogens für die statistische Auswertung

Zeitschlupf	Alter	Geschlecht	Was machst du gerne in deiner Freizeit?	Wo verbringst du deine Freizeit am liebsten?	Wenn du mindestens 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre diese warum.	Wenn du nicht 1x die Woche aktiv zu irgendeiner außerschulischen Aktivität gehst (z.B. Verein, Jugendtreff, Gym), erkläre diese warum.	
2023/10/26 8:05:14 AM MEZ	16	männlich	Filmend führen, zocken, voleyball, coken	In meinem zimmer, bei freunden zuhause, durch	Wahlich fit bleiben will und bei freunden(frem) es spaß macht und zu mehren damit gehört	Zu heuer und keine zeit	
2023/10/26 8:10:32 AM MEZ	17	weiblich	Telefonieren oder Serien durchschauen, Essen, Schlafen	Bei meinem Freund			
2023/10/26 8:22:12 AM MEZ	17	weiblich	etwas mit freunden	In der natur	In freizeittreff kann man musik hören und einfach bisschen chillen und zeltverbreiten, im gym sport machen und der rest ist hobbymäßig weil es spaß macht	weil mir die zeit dazu fehlt zu faul	
2023/10/26 8:25:07 AM MEZ	15	weiblich	Tanzten, raus gehen, schwimmbadern	draußen, plustreff	weilen zum tanzen weil es mit spaß macht		
2023/10/26 8:33:02 AM MEZ	16	weiblich	Mit meinen freunden raus gehen und tanzen	Draußen	ich gehe in den jugendtreff um sich zu entspannen und um sich mit leuten zu unterhalten		
2023/10/26 8:35:46 AM MEZ	17	männlich	Mit freunden chillen, Fußball spielen	Mit freunden			
2023/10/26 9:15:40 AM MEZ	17	weiblich	Sport, mit freunden tanzen	Gym, mit freunden	Gym, das es mit spaß macht und ich gerne an meiere gehen möchte und das weggehen	Wenn ich bei der familie wo zusammen muss oder wenn ich kontakt suche oder in der zukunft mit was nutzen sein können, wenn ich nicht bin schön.	
2023/10/26 9:25:37 AM MEZ	15	männlich	Gym, rausgehen alleine und mit freunden, essen (weder ist mecht) und schlafen	In der natur alleine da habe ich reinen kopf	Gym kann man sein körper aufbauen das resultiert das man besser aussieht und das kann ich nicht machen der meisten. Sport voll ausleben und abschalten was grade so dies auf diese Welt aussieht.		
2023/10/26 9:32:29 AM MEZ	16	männlich	Gehe mit freunden raus und tanzen	In meiner hood	weil man sport machen muss und weil es spaß macht		
2023/10/26 9:48:32 AM MEZ	19	weiblich	Zeit mit freunden verbringen	In der natur	Jugendtreff für freunde und um geht toller zu kommen und gym weil es viel ungesund	Da die schule mehr viel zeit in anspruch nimmt	
2023/10/26 10:10:41 AM MEZ	15	weiblich	Mask	Bei freunden			
2023/10/26 10:14:02 AM MEZ	17	männlich	Chillen mit Jungs	Mit mehr Jungs drauften in vieler	Jugendtreff für freunde und um geht toller zu kommen und gym weil es viel ungesund		
2023/10/26 10:24:29 AM MEZ	16	weiblich	Lesen, Voleyball spielen, malen	Bei meinem Freund	Wahl es spaß macht, überschüssige Energie abbaut und den Geist aktiviert		
2023/10/26 10:25:53 AM MEZ	15	weiblich	feuertoch und mit freunden sein	bei freunden draußen	kontakt mit menschen	keine zeit	
2023/10/26 10:47:45 AM MEZ	17	männlich	Gym, Videospiele, Politik, anatachsch mit leuten, gemeinsame projekte bzw hille bei gehirnndrücken	Draußen in der natur	Gym, um gesund zu bleiben und muskeln auf zu bauen		
2023/10/26 11:18:54 AM MEZ	19	weiblich	Was mit freunden unternehmen	Draußen	Um was mit freunden zu machen, fit zu bleiben		
2023/10/26 11:21:53 AM MEZ	16	weiblich	Mit freunden etwas unternehmen	In Bett	Nur zu freunden	Altenzeiten hat mir und jugendtreff ist noch langweilig wird bald alles andere böhd	
2023/10/26 11:27:16 AM MEZ	18	männlich	Fußball, Fitness, auf freid schreman	Sportplatz	Fußballverein, fixex	Wieso nicht	
2023/10/26 11:48:35 AM MEZ	17	männlich	Fußball und zocken	Mit freunden	Wieso nicht		
2023/10/26 11:53:49 AM MEZ	16	keine Angabe	Cosplay, Aquaristik, Kunst	In der Handarbeit, bei freunden, zuhause	Die abwechslung von der arbeit und freunde regulär zu sehen ist schön. ;		
2023/10/26 12:27:07 PM MEZ	17	männlich	Fußball und mit freunde raus	Gartenarbeit, jogaschuldi	Fußball Verein	oft zu faul	
2023/10/26 12:32:40 PM MEZ	14	männlich	Frau gehen	Draußen	Boxen	bei nicht	
2023/10/26 12:36:23 PM MEZ	15	weiblich	lesen	meh zimmer	oft Langweile		
2023/10/26 12:42:46 PM MEZ	16	weiblich	zocken, minicraftoder formlie oder the witcher wild hunt,..... mit freunden in der kiche treffen,.....Klaver spielen,.....gym	zuhause	Gym weil es geil aussieht und bock macht		
2023/10/26 12:46:28 PM MEZ	17	männlich	Zocken, minicraftoder formlie oder the witcher wild hunt,..... mit freunden in der kiche treffen,.....Klaver spielen,.....gym	Draußen mit freunden	Ich liebe tanzen und es macht mir sehr viel spaß weil man einfach mal den kopf frei bekommt, und die gemeinschaft	X	
2023/10/26 1:01:47 PM MEZ	16	weiblich	Tanzten, Serien schauen, freunde treffen	Bett oder draußen			
2023/10/26 1:21:59 PM MEZ	14	weiblich	raus gehen	plus tief	weil es da spaß macht	damit hab ich was anderes vor zum beispiel (f anliegen essen)	
2023/10/26 1:46:33 PM MEZ	18	männlich	Fitness und Sport, Klaver und Online	Gym und Discod (Online Treffens App)	Disciplin und Sport		
2023/10/26 2:09:01 PM MEZ	19	weiblich	Reisen, ins Gym gehen & Bücher lesen	Im Café/Restaurante mit freunden	Um einen ausgleich zur arbeit zu haben und man für paar stunden nur zeit für sich hat.		
2023/10/26 2:28:23 PM MEZ	17	männlich	Sport,Zocken,Musik,Hören	Draußen Zuhause		Daziel wegen schulr problemen	
2023/10/26 3:38:56 PM MEZ	19	weiblich	Ballett, tanzen, zeichnen und malen, Theater spielen, Singen, malen der fotos, Schwimmen, Wandern	In mehren zimmer oder draußen in der natur	Theater: Es geht mir darum nicht was zu erlernen, Alles bis zu lassen. Wir alle spielen und tanzen. Ballett: Ich kann meine körperlichen grenzen herausfinden und erweitern. Es ist elegant und die musik zu spielen und sich danach zu bewegen ist unglaublich befriedend. Außerdem gibt ballett mir struktur. Pfandfrier: Es ist die beste gemeinschaft die ich haben kann mit meiner freunde. Online: Ich liebe kochen und es ist eine geistlich zung wo man sich austauschen kann und sich gegenseitig unterstützen. Selbsterkenntnis: Verantwortungsbewusstsein. Problemisestategien usw. Außerdem kann ich gleichartigen eine freunde sein, die keine freunde in der schule haben. Radfahren: Es ist für alle. Alle werden akzeptiert und man kann sich mit freunden treffen und sich in ihrer freizeit auszuzeichnen, was sie in der schule nicht können. Es gibt noch viel mehr bei dem pfandfrieren das mich begeistert.	Freizeite jugendtreffen weil ich nicht da wohl und nah an gut fähig.	3.5 mal die woche fitnessstudio weil unzer knipen traupa gutma ist und ich es aufgrund dessen fit halten möchte.



## A.1.2. Kategorisierte Ergebnisse aus Miro

<b>Freunde / Andere</b>	<b>Erwähnungen (40,5)</b>	<b>Künstlerische Tätigkeit</b>	<b>Erwähnungen (34)</b>
Freunde treffen	21	Zeichnen	5
Mit Freunden rausgehen	5	Malen	4
Zocken	3,5	Klavier	4
Mit Freunden chillen	2	Musik	3
Gemeinschaft in Aktivitäten	2	Kreativ sein	2
Kino	1	Instrumente spielen	2
Gemeinde / Gottesdienst	1	Kochen, Backen	2
Austausch mit Leuten	1	Häkeln	1
Parties	1	Nähen	1
Über Politik reden	1	Kunst	1
Jugendgruppe	1	Cosplay	1
Pfadfinder Aktionen	1	Aquaristik	1
		Schlagzeug	1
		Worship	1
		Theater	1
<b>Sportliche Tätigkeit</b>	<b>Erwähnungen (48)</b>	<b>Draußen</b>	<b>Erwähnungen (7)</b>
Fußball	8	Raus gehen	6
Gym	7	Reisen	1
Fitness	5		
Sport	5	<b>Alleine Daheim</b>	<b>Erwähnungen (34,5)</b>
Tanzen	4	Lesen	11
Volleyball	3	Zocken	3,5
Spazieren	3	Schlafen	4
Joggen	2	Essen	3
Schwimmen	2	Serien schauen	3
Fahrrad	1	Musik hören	2
Inline Skaten	1	Nachdenken	1
Spikeball	1	Chillen	1
Wandern	1	Auf Twitch streamen	1
Trainieren	1	auf Style achten und umwerfend sein	1
		Telefonieren	1
		Online (Discord)	1
		Catan spielen	1
<b>Ehrenamt</b>	<b>Erwähnungen (6)</b>		
Feuerwehr	2		
Bibelkreis	1		
Teilnahme an Aktivitäten der Gemeinde	1		
gemeinsame Projekte / Hilfe bei gemeinnützigen Projekten	1		
Jugendarbeit	1		

## A.2. Erster Workshop

### A.2.1. Materialien im ersten Workshop

#### Muster für Einverständniserklärung



#### **Einwilligungserklärung für Teilnehmerinnen und Teilnehmer an dem Workshop mit Fragebogen am 22.11.2023 zum Thema Teilnahme an außerschulischen Aktivitäten**

Name, Vorname des/r Erziehungsberechtigten: \_\_\_\_\_

Name, Vorname des Kindes: \_\_\_\_\_

#### **Teilnehmerinformation**

##### **Zielsetzung der Interviews**

Die Studie wird an der Technische Hochschule Ingolstadt (THI) im Rahmen einer Bachelorarbeit durchgeführt.

Ziel ist es zu erfahren, welche Faktoren Verbindlichkeit im Kontext von außerschulischen Aktivitäten aus Sicht von Jugendlichen beeinflussen.

##### **Ablauf des Workshops**

Der Workshop dauert etwa 120 Minuten und erfordert kein spezifisches Hintergrundwissen. Das Interesse gilt der subjektiven Meinung der Teilnehmerinnen zum Thema.

Die verschriftlichten, anonymen Aussagen werden im Rahmen der weiteren Forschung für das Erarbeiten von einem individuellen Konzept für außerschulische Aktivitäten verwendet.

##### **Rücktrittsrecht**

Die Teilnahme an dem Workshop ist freiwillig und der Rücktritt von dem Workshop ist jederzeit ohne Angabe von Gründen möglich.

**Bei Fragen oder Anliegen zu dieser Studie sowie zur Ausübung meines Rücktrittsrechts kann ich mich an folgende für diese Forschung verantwortliche Personen wenden**

##### **Versuchsdurchführung:**

Marie Zofia Eberhard (mar2970@thi.de)

##### **Lehrbeauftragter/Betreuung:**

Prof. Dr. Christian Sturm  
c/o Technische Hochschule Ingolstadt  
Esplanade 10, 85049 Ingolstadt  
Email: Christian.Sturm@thi.de

**Datenschutzhinweise**

Alle persönlichen Informationen werden streng vertraulich behandelt. Nur die für diese Gruppendiskussion direkt zuständigen Mitarbeiter haben bis zur Löschung Zugang zu den aufgezeichneten Daten.

**Rechtsgrundlage** für die mit dieser Studie zusammenhängen Datenverarbeitung ist Ihre – nachfolgend erbetene - Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit a DSGVO und Art. 6 Abs. 1 lit e. DSGVO i. V. m. Art. 2 Abs. 1 Satz 1 BayHSchG für Forschungszwecke.

**Nach der Datenschutzgrundverordnung stehen Ihnen folgende Rechte zu:**

- Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, haben Sie das Recht Auskunft über die zu ihrer Person gespeicherten Daten zu erhalten (Art. 15 und 89 DSGVO).
- Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen ein Recht auf Berichtigung zu (Art. 16 und 89 DSGVO).
- Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so kann der/die Teilnehmer(in) die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18, 21 und 89 DSGVO).
- Wenn der/die Teilnehmer(in) in die Datenverarbeitung eingewilligt hat oder ein Vertrag zur Datenverarbeitung besteht und die Datenverarbeitung mithilfe automatisierter Verfahren durchgeführt wird, steht gegebenenfalls ein Recht auf Datenübertragbarkeit zu (Art. 20 und 89 DSGVO).
- Sollte die Datenverarbeitung auf der Einwilligung beruhen, so hat er/sie das Recht, diese jederzeit zu widerrufen (Art. 7 Abs. 3 DSGVO). Der Widerruf ist schriftlich an Dr. Marta Pereira Cocron per E-Mail zu richten ([marta.pereiracocron@carisma.eu](mailto:marta.pereiracocron@carisma.eu)).
- Weiterhin besteht ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde. Die für öffentliche Stellen in Bayern zuständige Aufsichtsbehörde ist gemäß Art. 15 BayDSG der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz (BayLfD). Sie erreichen ihn unter:

Email: [poststelle@datenschutz-bayern.de](mailto:poststelle@datenschutz-bayern.de)  
Tel. +49 89 212672-0  
Fax +49 89 212672-50

**Verantwortliche für die Datenerhebung:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
Vertreten durch den Präsidenten Prof. Walter Schober  
Esplanade 10, 85049 Ingolstadt

Telefon 0841/9348-0  
E-Mail: [praesident@thi.de](mailto:praesident@thi.de)

**Die zuständige Datenschutzbeauftragte ist erreichbar unter:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
Telefon: 0841/9348-1234  
E-Mail: [datenschutz@thi.de](mailto:datenschutz@thi.de)

### Datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung

Ich bin damit einverstanden, dass mein Kind \_\_\_\_\_ an dieser Studie teilnimmt. Mir ist bekannt, dass die Workshopdurchführung inkl. die Auswertung des Fragebogens verschriftlicht wird und zur Erforschung von Faktoren der Verbindlichkeit für außerschulische Aktivitäten verwendet und in diesem Zusammenhang ggfs. auch veröffentlicht werden. Ich bin damit einverstanden, dass alle mit der Forschung betrauten Mitarbeiter Einblick in die Aufzeichnungen nehmen.

#### Liste der gesammelten Daten

Fragebogen  
ausgefüllte Karten im Workshop

#### Einwilligung

Ja     Nein  
 Ja     Nein

Ich kann diese Einwilligung jederzeit widerrufen: Der Widerruf ist schriftlich zu richten an Marie Zofia Eberhard, Email mar2970@thi.de oder schriftlich per Post an Marie Zofia Eberhard, Manchigner Str. 16, 85053 Ingolstadt

Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Datenverarbeitung nicht berührt. Diese Daten können unter den Voraussetzungen des Art. 89 DSGVO für die Forschung weiterverwendet werden, soweit dies erforderlich ist.

Ingolstadt, den

\_\_\_\_\_ Datum

\_\_\_\_\_ Erziehungsberechtigte/r

## Workshop Leitfaden

### 1. Einleitung – 19:30 - 19:35 Uhr

Hallo Zusammen! Es freut mich sehr, dass ihr heute hier seid und ich freue mich schon sehr zu sehen, was heute bei euch rauskommt! Ich bin schon sehr gehyped und hoffe, der Workshop wird nur ein bisschen anstrengend, aber macht euch hauptsächlich Spaß. Das Ziel ist wirklich herauszufinden, was ihr denn aktuell wollt und braucht im Bezug zu eurer Freizeit. Das Ziel meiner gesamten Bachelorarbeit ist mit Jugendlichen zusammen etwas zu entwickeln, das ganz nach ihrem Geschmack geht. Und dabei könnt ihr mir heute helfen! Der heutige Abend wird euch helfen, ein wenig zu reflektieren, was ihr euch eigentlich wünscht und warum. Es wird heute grundsätzlich darum gehen, dass ihr zum einen nach und nach einen Fragebogen ausfüllt, aber parallel auch aktiv werden dürft. Noch eine wichtige Sache: Da nicht jeder von euren Eltern eine Einverständniserklärung im Vorhinein unterschreiben konnte, ist es mir wichtig, dass das im Nachgang passiert. Darum schreibt jetzt bitte jeder auf seinem Handy die Zahl auf, die auf dem Fragebogen oben rechts steht. Wenn eure Eltern nicht wollen, dass eure Antworten ausgewertet werden, dann schreibt gerne der Johanna die Zahl, die ihr jetzt gerade aufschreibt. Dann entferne ich da alle Ergebnisse von.

Wir haben einen straffen Zeitplan, darum starten wir mal direkt los!

### 2. Fragebogen – 19:35 – 19:45 Uhr

Wir fangen mit dem einfachsten Teil an, nämlich dem ersten Teil vom Fragebogen. Hier sind noch Kategorien vorgegeben, die ich anhand von den Umfrageergebnissen ausgearbeitet habe, die Johanna bei euch FEG Teens und ich bei uns verschickt habe. Wenn ihr an dieser Umfrage teilgenommen habt, dann kreuzt bitte **JA** an. Ihr könnt jetzt also schonmal euer Alter, Geschlecht angeben und ankreuzen, ob ihr bei dieser Freizeit Umfrage teilgenommen habt, die Johanna reingeschickt habt.

Okay jetzt könnt ihr noch schreiben an welchem Jugendtreff ihr teilnimmt – hier ist es wahrscheinlich CrissCross oder Highlight.

Okay jetzt könnt ihr gerne die restliche **erste Seite** ausfüllen.

Jetzt könnt ihr mal euer Handy auspacken und diesen Link mit diesem Code eingeben.

Schreibt gerne auf, was ihr gerne **mit Anderen** in eurer Freizeit macht.

### 3. Zettel auf Boxen verteilen – 19:45 – 20:00 Uhr

Jetzt kommen wir zum ersten aktiven Teil: Ihr seht ja in euren Klemmbrettern solche eiförmigen Zettel. Das sollten 7 Stück sein. Hier vorne auf dem Flipchart seht ihr die erste Frage dazu: **Was machst du gerne in deiner Freizeit mit Anderen?**.

Denkt auch bitte immer wieder dran, dass es bei allen Angeboten um Angebote **mit anderen Personen** geht.

Wir fangen mal easy an: Jeder sucht sich jetzt die Dinge raus, die er gar nicht gerne in seiner Freizeit mit anderen macht. Sammelt die mal auf einem Stapel. Als nächstes nehmt ihr jetzt mal die, die ihr absolut gerne in eurer Freizeit gerne mit Anderen macht. Wenn da Boxen zum Ankreuzen sind, oder was steht, dann füllt das bitte so aus, wie es zu eurer Situation passt. Bei den Boxen könnt ihr auch alles ankreuzen. Stapelt die bitte auch wieder. Ihr seht hier vorne 4 Körbe von 1 bis 4. In 1 kommt alles, was ihr gar nicht gerne macht, in 4, was ihr sehr gerne macht. Die beiden Sachen habt ihr ja schon ausgefüllt. 2 und 3 sind so zwischen Stufen. **Füllt bitte die Boxen und das WAS aus, wenn ihr es eher gerne (3) oder sehr gerne macht.** Wenn ihr fertig seid, dann schmeißt gerne die Zettel in die passende Box rein. Wenn ihr nicht wollt, dass andere sehen, was ihr wo reinschmeißt, dann faltet gerne die Zettel zusammen.

So jetzt kommt die nächste Einordnung: **Bist du glücklich mit den Möglichkeiten mit Anderen \_\_\_\_\_ zu können?** (Sport machen, raus gehen, kreativ sein, lesen, zocken, mit Freunden treffen, mit vertrauenswürdigen Erwachsenen Kontakt haben). Hier gilt wieder: bei 1 seid ihr gar nicht glücklich mit den Möglichkeiten, bei 4 seid ihr sehr glücklich mit den Möglichkeiten. Die **X – Box** ist dafür da, wenn es euch einfach egal ist. Weil manche Sachen macht man nicht, aber man ist auch damit zufrieden, das heißt man kann nicht glücklich sein. Geht gerne zu den Boxen und verteilt wieder die Karten.

#### **4. Fragebogen ausfüllen – 20:00 – 20:10 Uhr**

Jetzt geht es um eure Wünsche und wir kehren zurück zu dem Fragebogen. Wenn ihr angebt **JA, ich wünsche mir mehr Angebote von XYZ**, dann schreibt bitte wirklich den Grund hin, **warum**. Bei **NEIN** müsst ihr gar nichts mehr dazu schreiben. Bitte füllt nur diese beiden Seiten dazu aus.

#### **5. Karten – 20:10 – 20:15 Uhr**

So, jetzt haben wir einen ganz guten Überblick, **WAS** ihr gerne macht. Im nächsten Schritt will ich euch dahin bringen, dass ihr überlegt, was es braucht, dass ihr regelmäßig an einem Angebot mit Anderen entweder bereits teilnimmt oder teilnehmen würdet, wenn ihr grad nicht regelmäßig wo mitmacht. Also denkt mal darüber nach, warum ihr regelmäßig wo hin geht, oder warum ihr regelmäßig wo hin gehen würdet, wenn ihr es noch nicht tut. Schreibt bitte **je einen Aspekt oder Grund auf je ein so eine Karte**. Hat

jemand dazu Fragen? Ihr habt jetzt 5 Minuten Zeit zu überlegen, was ihr in so Angeboten braucht.

#### **6. Gruppenarbeit – 20:15 – 20:30 Uhr**

Zählt mal bitte von 1 bis 4/5 (je nach Größe, immer 5er Gruppen) und geht in diese Gruppen zusammen. Eure Aufgabe ist jetzt in diesen Gruppen eure Karten zu vergleichen, sie zu sortieren, ähnliche zusammen zu gruppieren. Wenn ihr es schafft, dann versucht Überbegriffe zu finden für die Karten, die zusammenpassen. Dafür habt ihr jetzt 10 Minuten Zeit. Danach stellt jede Gruppe in 1 Minute grob ihre Ergebnisse vor. Also was am meisten genannt wurde, die wichtigsten Überbegriffe usw.

#### **7. Ergebnisse vorstellen – 20:30 – 20:40 Uhr**

Die Gruppen stellen die Ergebnisse vor.

#### **8. Fragebogen – 20:40 Uhr – 20:55 Uhr**

Jetzt nachdem ihr ein bisschen aktiv wart, ist es wieder an der Zeit die Ergebnisse in den Fragebogen zu übertragen. Damit es zu keiner Verwirrung kommt hier nochmal klar: ihr habt auf der ersten Seite bis zu 3 Aktivitäten aufgelistet. Am besten schreibt jeder jetzt auf die letzten 2 Seiten jeweils in die graue Box schonmal die Aktivität, die ihr auf Seite 1 geschrieben habt. Ihr habt jetzt einige Gründe bzw. Aspekte selber erarbeitet oder von anderen gehört und jetzt ist es eure Aufgabe die Top 3 Gründe je Aktivität niederzuschreiben. Wenn ihr nur 1 Aktivität aufgelistet habt in Seite 1, dann müsst ihr hier auch nur 1 Box ausfüllen. Hier ist auch die rechte Seite sehr wichtig, denn hier ist es wichtig zu erklären, was ihr damit konkret meint. Also wenn ihr z.B. sagt euch ist es am wichtigsten Spaß zu haben, dann kann das ja bei jedem anders ausschauen. Für den einen bedeutet Spaß haben in einer entspannten Runde zu reden, für den anderen bedeutet Spaß haben absolute Action. Also schreibt bitte nicht einfach nur Spaß haben hin, sondern erklärt auch, was das konkret für euch bedeutet. Dafür habt ihr jetzt erstmal 15 Minuten Zeit.

#### **9. Fragebogen – 20:55 – 21:05 Uhr**

Jetzt hatten wir einen starken Fokus auf was euch wirklich wichtig ist, dass ihr gerne wo hin geht. Im nächsten Schritt ist es an der Zeit sich mit den Themen zu beschäftigen, die euch davon abhalten regelmäßig zu einer außerschulischen Aktivität zu gehen. Weil ich weiß, dass es manchmal sensible Gründe gibt, dass man nicht wo hin geht, wird das hier nur anonym auf den Fragebogen geschrieben und mit keinem in einer Gruppe

besprochen. Darum ermutige ich euch auch ehrlich zu sein. Dafür bekommt ihr jetzt 10 Minuten Zeit.

#### **10. Gruppeneinteilung – 21:05 – 21:10 Uhr**

So Leute das wars jetzt zum größten Teil mit dem Fragebogen. Wir steuern auf die Zielgerade zu! Danke fürs Durchhalten bis hier her. Vor der letzten Gruppenaufgabe teilen wir uns mal in Gruppen auf. Wer will alles...

- Sport
- Kreatives
- Abhängen
- Spielen
- Feiern

Okay wer macht gerne X? Ihr geht zu 5. In eine Gruppe...

#### **11. Gruppenarbeit ideales Angebot – 21:10 – 21:30 Uhr**

Jetzt dürft ihr in diesen Gruppen euer eigenes ideales Angebot erarbeiten. Es darf auch gerne verrückt sein. Ihr bekommt hier ein Flipchart Papier, was den Rahmen grob absteckt. Ihr habt 15-20 Minuten Zeit, um alles auszufüllen und es dann den anderen vorzustellen.

#### **12. Gruppenarbeit vorstellen je nach Zeit – 21:30 – 21:45 Uhr**

Ich weiß, wir sind bisschen über der Zeit, aber wer hätte den noch Lust ihr ideales Angebot vorzustellen?

Okay ihr habt die Möglichkeit eure verrückten Ideen noch weiter zu konkretisieren und mit anderen dran zu arbeiten. Das Ziel meiner Bachelorarbeit ist ein Konzept zu erarbeiten, wo ein Angebot mit Jugendlichen zusammen erarbeitet wird, das wirklich auf eure Bedürfnisse angepasst ist. Wer hätte denn alles Interesse das zusammen mit anderen Jugendlichen auch aus anderen Jugendtreffs an 2 Samstagen irgendwann im Januar / Februar zu machen, der meldet sich bitte? Auf der letzten Seite können jetzt gerne die, die sich gemeldet haben **JA** ankreuzen. Dann ist euer Fragebogen nicht mehr anonym, weil ich das zuordnen muss und mit denen, die weiter machen noch ein Interview machen werde. Wenn ihr keine Zeit oder Lust habt da noch weiter mitzumachen, dann kreuzt gerne einfach **NEIN** an. Dann müsst ihr auch nicht euren Namen und Handynummer aufschreiben.

## Fragebogen

### **Abschnitt Allgemein**

Alter: \_\_\_\_\_

Geschlecht:  männlich  weiblich  keine Angabe

Ich habe an der Umfrage über Freizeit vor ein paar Wochen mitgemacht.

Ja  Nein

Wenn du an einem Jugendtreff teilnimmst, an welchem: \_\_\_\_\_

Wenn du **mind. 1x die Woche** regelmäßig an einer außerschulischen Aktivität **mit Anderen** teilnimmst, an welcher? (z.B. Fußballverein, Freunde treffen, Jugendtreff, Jugend in einer Gemeinde) Du darfst auch mehrere auflisten. Wenn du an mehreren teilnimmst, dann gebe bitte **maximal 3 an**.

Außerschulische Aktivität 1:

Außerschulische Aktivität 2:

Außerschulische Aktivität 3:

Bitte kreuze die folgenden Aussagen so an, dass es deine Situation am besten beschreibt.

1 = stimme überhaupt nicht zu; 4 = stimme voll und ganz zu

	1	2	3	4
Ich nutze Angebote von außerschulischen Aktivitäten, bei denen ich mit Anderen in Kontakt komme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich würde gerne Angebote nutzen, bei denen ich mit Anderen in Kontakt komme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es gibt genug außerschulische Angebote, wo ich meine Interessen ausleben kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Freizeitangebot für Jugendliche ist gut so wie es ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Abschnitt Wünsche für Zukunft****Ich wünsche mir...**

... mehr oder andere **Sportangebote** mit Anderen.

**Ja**   **Nein**

**Wenn JA, erkläre** hier, **warum** du dir mehr oder andere Sportangebote wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz:

... mehr oder andere **Angebote**, bei denen ich mit Anderen **in die Natur gehen** kann.

**Ja**   **Nein**

**Wenn JA, erkläre** hier, **warum** du dir mehr oder andere Angebote, um in die Natur zu gehen, wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.

... mehr oder andere **Angebote**, bei denen ich mit Anderen **kreativ sein** kann.

**Ja**   **Nein**

**Wenn JA, erkläre** hier, **warum** du dir mehr oder andere Angebote, um kreativ zu sein, wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.

... mehr oder andere **Angebote**, bei denen ich mit Anderen **lesen** kann.

**Ja**   **Nein**

**Wenn JA, erkläre** hier, **warum** du dir mehr oder andere Angebote, um zu lesen, wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.

<p>... mehr oder andere <b>Angebote</b>, bei denen ich mit Anderen <b>zocken</b> kann.</p> <p><b>Wenn JA, erkläre</b> hier, <b>warum</b> du dir mehr oder andere Angebote, um zu zocken, wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.</p>	<table border="0"> <tr> <td><b>Ja</b></td> <td><b>Nein</b></td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ja</b>	<b>Nein</b>				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				

<p>... mehr oder andere <b>Angebote</b>, bei denen ich <b>neue Freundschaften knüpfen</b> kann.</p> <p><b>Wenn JA, erkläre</b> hier, <b>warum</b> du dir mehr oder andere Angebote zum Freundschaften knüpfen wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.</p>	<table border="0"> <tr> <td><b>Ja</b></td> <td><b>Nein</b></td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ja</b>	<b>Nein</b>				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				

<p>... mehr oder andere <b>Angebote</b>, bei denen ich <b>Freundschaften vertiefen</b> kann.</p> <p><b>Wenn JA, erkläre</b> hier, <b>warum</b> du dir mehr oder andere Angebote zum Freundschaften vertiefen wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.</p>	<table border="0"> <tr> <td><b>Ja</b></td> <td><b>Nein</b></td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ja</b>	<b>Nein</b>				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				

<p>... mehr oder andere <b>Angebote</b>, bei denen ich <b>die Möglichkeit habe</b>, mit vertrauenswürdigen Erwachsenen zu reden.</p> <p><b>Wenn JA, erkläre</b> hier, <b>warum</b> du dir mehr oder andere Angebote zur Möglichkeit mit Erwachsenen zu reden wünschst. Falls du konkrete Vorschläge hast, hast du dafür hier ebenfalls Platz.</p>	<table border="0"> <tr> <td><b>Ja</b></td> <td><b>Nein</b></td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ja</b>	<b>Nein</b>				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				

**STOP – ERST WEITER MACHEN, WENN DAZU AUFGEFORDERT WIRD**

Du hast auf der 1. Seite maximal 3 außerschulische Aktivitäten aufgelistet. **Bitte notiere diese unter diesem Text jeweils in eine Box.** Wenn du nur 1 Aktivität aufgeschrieben hast, musst du auch nur 1 Box ausfüllen.

Außerdem hast du gerade in einer Gruppe Gründe / Aspekte erarbeitet und kategorisiert, was es brauchen würde, dass du regelmäßig an einem Angebot mit Anderen teilnimmst. Du hast auch andere Gründe gehört. Schreibe pro Aktivität deine wichtigsten Gründe priorisiert auf (linke Spalte) und erkläre sie genauer in der rechten Spalte.

<b>Außerschulische Aktivität 1 von Seite 1:</b>	
<b>Warum ich regelmäßig teilnehme bzw. was mir wichtig ist</b>	<b>Erkläre hier, was die links genannten Aspekte konkret für dich bedeuten.</b>
z.B. „Wichtigster Grund: Spaß haben“	<i>Hier erklärst du, wann du Spaß hast und unter welchen Umständen (z.B. Ich habe oft Spaß, wenn ich mit Freunden Brettspiele spiele, weil wir dann zusammen sind und viel lachen.)</i>
Wichtigster Grund:	Erklärung:
2. Wichtigster Grund:	Erklärung:
3. wichtigster Grund:	Erklärung:

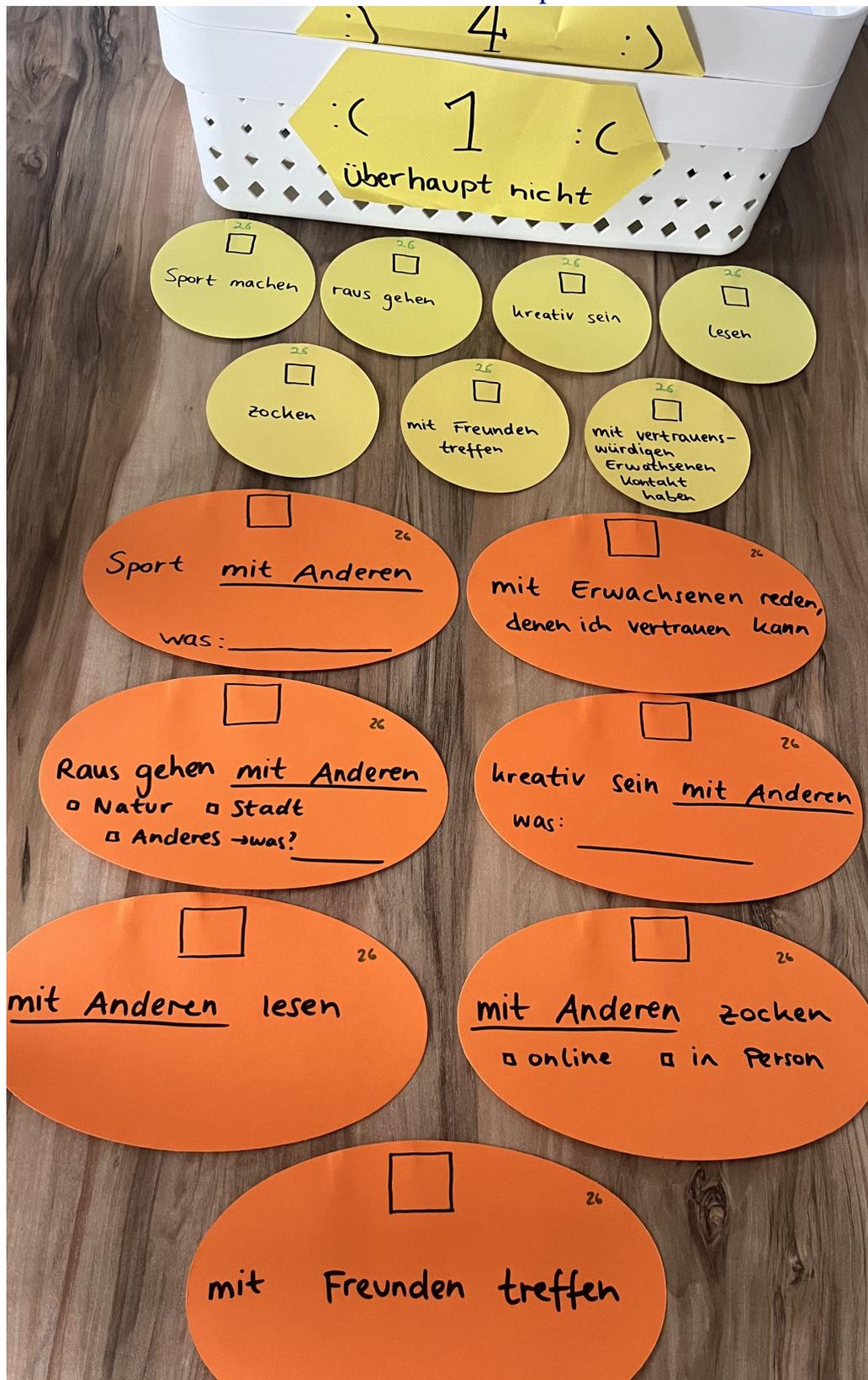
<b>Außerschulische Aktivität 2 von Seite 1:</b>	
<b>Warum ich regelmäßig teilnehme bzw. was mir wichtig ist</b>	<b>Erkläre hier, was die links genannten Aspekte konkret für dich bedeuten.</b>
z.B. „Wichtigster Grund: Spaß haben“	z.B. „Spaß haben bedeutet für mich mit anderen Menschen Brettspiele zu spielen.“
Wichtigster Grund:	Erklärung:
2. Wichtigster Grund:	Erklärung:
3. wichtigster Grund:	Erklärung:

<b>Außerschulische Aktivität 3 von Seite 1:</b>	
<b>Warum ich regelmäßig teilnehme bzw. was mir wichtig ist</b>	<b>Erkläre hier, was die links genannten Aspekte konkret für dich bedeuten.</b>
z.B. „Wichtigster Grund: Spaß haben“	z.B. „Spaß haben bedeutet für mich mit anderen Menschen Brettspiele zu spielen.“
Wichtigster Grund:	Erklärung:

2. Wichtigster Grund:	Erklärung:
3. wichtigster Grund:	Erklärung:

<b>Was hindert dich daran, dass du regelmäßig an einem Angebot mit Anderen teilnimmst?</b>	<b>Erkläre genauer, warum dich diese Sache daran hindern.</b>

## Karten zum Verteilen und beispielhafte Box



**Flipchart Vorlage für Idealangebote**

WAS GENAU	WIE OFT
WANN	WO
WER SOLL ALLES INVOLVIERT SEIN	WIE WIRD DAS ANGEBOT ORGANISIERT
WIE VIEL DARF ES MAX. KOSTEN	WIE LÄUFT DIE KOMMUNIKATION
WARUM IST ES UNTER DIESEN UMSTÄNDEN IDEAL	





### Ausgearbeitete Idealangebote aus Gruppenarbeit

<b>WAS GENAU</b> <del>tauchen</del> Kreative get together	<b>WIE OFT</b> <del>2-3 mal die Woche</del> alle 2-3 Wochen
<b>WANN</b> <del>Samstag</del> Vormittags	<b>WO</b> Gemeinderäumlichkeiten (VR)
<b>KOSTEN</b> 5€ p.P. pro Aktion	<b>WIE LÄUFT KOMMUNIKATION</b> Gruppenchat
<b>WER SOLL INVOLVIERT SEIN</b> Jugendliche & Studenten	<b>WIE WIRD DAS ANGEBOT ORGANISIERT</b> • motiviertes, kreatives Leiterteam • Gemeinsames Entscheiden über weitere konkrete Aktionen & Datum
<b>WARUM IST ES UNTER DIESEN UMSTÄNDEN IDEAL</b> • Angebot variiert (konkrete Aktion jedes Mal unterschiedlich) • Gemeinschaft, Raum für Austausch, nebeneinander • voneinander lernen • Gemeinsame Hobbys • Kostendeckung durch Eigenanteil (aber nicht zu teuer) • open Space, Möglichkeit Freunde mitzubringen	

<b>WAS GENAU</b> große Sportanlage • sehr viele versch. Sportarten • offen für alle (Anfänger-Profis)	<b>WIE OFT</b> täglich (versch. Angebote) → Sonderevents an Wochenende
<b>WANN</b> ca. 14 <sup>00</sup> -21 <sup>00</sup> + 7 <sup>00</sup> -9 <sup>00</sup> (evtl. freitags + samstags länger)	<b>WO</b> gute Anbindung an ÖPNV → zentral
<b>KOSTEN</b> kostenlos (evtl. Teilnahme/Eintritt gegen ehrenamtliche Mithilfe)	<b>WIE LÄUFT DIE KOMMUNIKATION</b> soziale Medien, Aushänge (in Schulen / Unis, etc.)
<b>WER SOLL INVOLVIERT SEIN</b> Jugendliche Trainer für Sportarten (ehrenamtlich?) → erste Hilfe Ausbildung, usw. Städtische Jugendorganisation (für Organisation, Werbung, etc.)	<b>WIE WIRD DAS ANGEBOT ORGANISIERT</b> 1. Suchen/Bauen des Geländes 2. Werbung bzw. Umfrage zu Interesse an der Aktion 3. Organisation des Angebots → involvieren der Jugendgruppen → Finanzierung durch Stadt & große Spendenaktion 4. Beginn des Angebots
<b>WARUM IST ES UNTER DIESEN UMSTÄNDEN IDEAL</b> - breitgefächert (für jeden was dabei) - niedrige Hemmschwelle hinzugehen (viele Jugendliche, auch Anfänger, leicht mit Freunden hinzugehen) - kostenlos (unabhängig vom sozialen Stand)	

<b>WAS GENAU</b> Sport. im kostenfreien Bereich Sportpark	<b>WIE OFT</b> 24/6
<b>WANN</b> Freizeit verfügbar	<b>WO</b> Großraum Ingolstadt
<b>KOSTEN:</b> Kostenfrei	<b>WIE LÄUFT DIE KOMMUNIKATION</b> In Reallife und danach über Handy
<b>WER SOLL INVOLVIERT SEIN</b> die Jugendlichen (Interessierten) (12-25 Jahre)	<b>WIE WIRD DAS ANGEBOT ORGANISIERT</b> Online über Social-Media-Portale Vorort über Anmeldungen / Mitbringen
<b>WARUM IST ES UNTER DIESEN UMSTÄNDEN IDEAL</b> leicht zugänglich für die Interessierten die das Angebot nutzen können Freunde finden (sozial)	

<b>WAS GENAU</b> TEAM-Kreise vermischen → erst produktive Zeit (Gottesdienst) → dann Freizeit zusammen 'JUGEND-GOD!'	<b>WIE OFT</b> 1x die Monat
<b>WANN</b> Wochenende eher Abend (sonntag)	<b>WO</b> öffentlicher Platz (Gottesdienst) (Gemeinde)
<b>KOSTEN</b> keine (Spendenbasis) oder wenig Essen und trinken mitbringen!	<b>WIE LÄUFT KOMMUNIKATION</b> Whatsapp und mündlich im Voraus
<b>WER SOLL INVOLVIERT SEIN</b> 13-24 Jahre Jugend	<b>WIE WIRD DAS ANGEBOT ORGANISIERT</b> Durch Jugendleiter oder Ehrenamt
<b>WARUM IST ES UNTER DIESEN UMSTÄNDEN IDEAL</b> Jugend arbeitet freiwillig mit Jugend und kann eigene Entscheidungen treffen über Ereignisse, weil man konkret: 'weil Spass macht zu organisieren!'	

## A.3. Interviews

### Muster für Einverständniserklärung



#### **Einwilligungserklärung für ein Interview zum Thema Entwicklung einer kontextuell anpassbaren Plattform zur Förderung nachhaltiger Verbindlichkeit in der lokalen Jugendarbeit**

Name, Vorname des/r Interviewten: \_\_\_\_\_

Name, Vorname Erziehungsberechtigte/r: \_\_\_\_\_

#### Teilnehmerinformation

##### **Zielsetzung der Interviews**

Die Studie wird an der Technische Hochschule Ingolstadt (THI) im Rahmen einer Bachelorarbeit durchgeführt.

Ziel ist es zu erfahren, welche Faktoren Verbindlichkeit im Kontext von außerschulischen Aktivitäten aus Sicht von Jugendlichen beeinflussen. In diesem Interview ist das Ziel, durch eine Person, die viel mit Jugendlichen arbeitet, eine andere Perspektive im Bezug zu Verbindlichkeit zu bekommen.

##### **Rücktrittsrecht**

Die Teilnahme an dem Interview ist freiwillig und der Rücktritt ist jederzeit ohne Angabe von Gründen möglich.

**Bei Fragen oder Anliegen zu dieser Studie sowie zur Ausübung meines Rücktrittsrechts kann ich mich an folgende für diese Forschung verantwortliche Personen wenden**

##### **Interviewdurchführung:**

Marie Zofia Eberhard (mar2970@thi.de)

##### **Lehrbeauftragter/Betreuung:**

Prof. Dr. Christian Sturm  
c/o Technische Hochschule Ingolstadt  
Esplanade 10, 85049 Ingolstadt  
Email: Christian.Sturm@thi.de

##### **Datenschutzhinweise**

Alle persönlichen Informationen werden streng vertraulich behandelt. Nur die für dieses Interview direkt zuständigen Mitarbeiter haben bis zur Löschung Zugang zu den aufgezeichneten Daten der Interviews.

**Rechtsgrundlage** für die mit dieser Studie zusammenhängen Datenverarbeitung ist Ihre – nachfolgend erbetene - Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit a DSGVO und Art. 6 Abs. 1 lit e. DSGVO i. V. m. Art. 2 Abs. 1 Satz 1 BayHSchG für Forschungszwecke.

**Nach der Datenschutzgrundverordnung stehen Ihnen folgende Rechte zu:**

- Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, haben Sie das Recht Auskunft über die zu ihrer Person gespeicherten Daten zu erhalten (Art. 15 und 89 DSGVO).
- Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen ein Recht auf Berichtigung zu (Art. 16 und 89 DSGVO).
- Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so kann der/die Teilnehmer(in) die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18, 21 und 89 DSGVO).
- Wenn der/die Teilnehmer(in) in die Datenverarbeitung eingewilligt hat oder ein Vertrag zur Datenverarbeitung besteht und die Datenverarbeitung mithilfe automatisierter Verfahren durchgeführt wird, steht gegebenenfalls ein Recht auf Datenübertragbarkeit zu (Art. 20 und 89 DSGVO).
- Sollte die Datenverarbeitung auf der Einwilligung beruhen, so hat er/sie das Recht, diese jederzeit zu widerrufen (Art. 7 Abs. 3 DSGVO). Der Widerruf ist schriftlich an Dr. Marta Pereira Cocron per E-Mail zu richten ([marta.pereiracocron@carisma.eu](mailto:marta.pereiracocron@carisma.eu)).
- Weiterhin besteht ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde. Die für öffentliche Stellen in Bayern zuständige Aufsichtsbehörde ist gemäß Art. 15 BayDSG der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz (BayLfD). Sie erreichen ihn unter:

Email: [poststelle@datenschutz-bayern.de](mailto:poststelle@datenschutz-bayern.de)  
 Tel. +49 89 212672-0  
 Fax +49 89 212672-50

**Verantwortliche für die Datenerhebung:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
 Vertreten durch den Präsidenten  
 Prof. Walter Schober Esplanade 10,  
 85049 Ingolstadt

Telefon 0841/9348-0  
 E-Mail: [praesident@thi.de](mailto:praesident@thi.de)

**Die zuständige Datenschutzbeauftragte ist erreichbar unter:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
 Telefon: 0841/9348-1234  
 E-Mail: [datenschutz@thi.de](mailto:datenschutz@thi.de)

**Datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung**

Ich bin damit einverstanden, dass ich an diesem Interview teilnehme. Mir ist bekannt, dass das Interview verschriftlicht wird und zur Erforschung von Faktoren der Verbindlichkeit für außerschulische Aktivitäten verwendet und in diesem Zusammenhang ggfs. auch veröffentlicht werden. Ich bin damit einverstanden, dass alle mit der Forschung betrauten Mitarbeiter Einblick in die Aufzeichnungen nehmen.

Ich kann diese Einwilligung jederzeit widerrufen: Der Widerruf ist schriftlich zu richten an Marie Zofia Eberhard, Email [mar2970@thi.de](mailto:mar2970@thi.de) oder schriftlich per Post an Marie Zofia Eberhard, Manchigner Str. 16, 85053 Ingolstadt

Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Datenverarbeitung nicht berührt. Diese Daten können unter den Voraussetzungen des Art. 89 DSGVO für die Forschung weiterverwendet werden, soweit dies erforderlich ist.

Ingolstadt, den

\_\_\_\_\_ Datum

\_\_\_\_\_ Erziehungsberechtigte/r

## A.4. Co-Design Workshops

### A.4.1. Materialien im Co-Design Workshop

#### Muster für Einverständniserklärung



#### Einwilligungserklärung für Teilnehmerinnen und Teilnehmer an dem Workshop am 10.02.2024 zum Thema Konzepterstellung einer Plattform für die lokale Jugendarbeit in Ingolstadt

Name, Vorname des/r Erziehungsberechtigten: \_\_\_\_\_  
 Name, Vorname des Kindes: \_\_\_\_\_

#### Informationen für Teilnehmende

##### Zielsetzung der Interviews

Die Studie wird an der Technische Hochschule Ingolstadt (THI) im Rahmen einer Bachelorarbeit durchgeführt.

Ziel ist es ein mit Jugendlichen ein Konzept für eine Plattform im Rahmen eines Co-Design Workshops zu entwickeln.

##### Ablauf des Workshops

Der Workshop **startet um 11 Uhr und geht bis ca. 17 Uhr (Mittagessen inkl.)** und erfordert kein spezifisches Hintergrundwissen. Das Interesse gilt der subjektiven Meinung der Teilnehmerinnen zum Thema.

Die verschriftlichten, anonymen Aussagen werden im Rahmen der weiteren Forschung für das Erarbeiten von einem individuellen Konzept für außerschulische Aktivitäten verwendet.

##### Rücktrittsrecht

Die Teilnahme am Workshop ist freiwillig und der Rücktritt vom Workshop ist jederzeit ohne Angabe von Gründen möglich.

**Bei Fragen oder Anliegen zu dieser Studie sowie zur Ausübung meines Rücktrittsrechts kann ich mich an folgende für diese Forschung verantwortliche Personen wenden**

##### Versuchsdurchführung:

Marie Zofia Eberhard (mar2970@thi.de)

##### Lehrbeauftragter/Betreuung:

Prof. Dr. Christian Sturm  
 c/o Technische Hochschule Ingolstadt  
 Esplanade 10, 85049 Ingolstadt  
 Email: Christian.Sturm@thi.de

**Datenschutzhinweise**

Alle persönlichen Informationen werden streng vertraulich behandelt. Nur die für diese Gruppendiskussion direkt zuständigen Mitarbeiter haben bis zur Löschung Zugang zu den aufgezeichneten Daten.

**Rechtsgrundlage** für die mit dieser Studie zusammenhängen Datenverarbeitung ist Ihre – nachfolgend erbetene - Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit a DSGVO und Art. 6 Abs. 1 lit e. DSGVO i. V. m. Art. 2 Abs. 1 Satz 1 BayHSchG für Forschungszwecke.

**Nach der Datenschutzgrundverordnung stehen Ihnen folgende Rechte zu:**

- Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, haben Sie das Recht Auskunft über die zu ihrer Person gespeicherten Daten zu erhalten (Art. 15 und 89 DSGVO).
- Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen ein Recht auf Berichtigung zu (Art. 16 und 89 DSGVO).
- Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so kann der/die Teilnehmer(in) die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18, 21 und 89 DSGVO).
- Wenn der/die Teilnehmer(in) in die Datenverarbeitung eingewilligt hat oder ein Vertrag zur Datenverarbeitung besteht und die Datenverarbeitung mithilfe automatisierter Verfahren durchgeführt wird, steht gegebenenfalls ein Recht auf Datenübertragbarkeit zu (Art. 20 und 89 DSGVO).
- Sollte die Datenverarbeitung auf der Einwilligung beruhen, so hat er/sie das Recht, diese jederzeit zu widerrufen (Art. 7 Abs. 3 DSGVO). Der Widerruf ist schriftlich an Dr. Marta Pereira Cocron per E-Mail zu richten ([marta.pereiracocron@carisma.eu](mailto:marta.pereiracocron@carisma.eu)).
- Weiterhin besteht ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde. Die für öffentliche Stellen in Bayern zuständige Aufsichtsbehörde ist gemäß Art. 15 BayDSG der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz (BayLfD). Sie erreichen ihn unter:

Email: [poststelle@datenschutz-bayern.de](mailto:poststelle@datenschutz-bayern.de)  
Tel. +49 89 212672-0  
Fax +49 89 212672-50

**Verantwortliche für die Datenerhebung:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
Vertreten durch den Präsidenten Prof. Walter Schober  
Esplanade 10, 85049 Ingolstadt

Telefon 0841/9348-0  
E-Mail: [praesident@thi.de](mailto:praesident@thi.de)

**Die zuständige Datenschutzbeauftragte ist erreichbar unter:**

Technische Hochschule Ingolstadt  
Telefon: 0841/9348-1234  
E-Mail: [datenschutz@thi.de](mailto:datenschutz@thi.de)

**Datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung**

Ich bin damit einverstanden, dass mein Kind \_\_\_\_\_ an dieser Studie teilnimmt. Mir ist bekannt, dass die Workshopdurchführung inkl. die Auswertung verschriftlicht wird und zur Konzepterstellung einer Plattform verwendet und in diesem Zusammenhang ggfs. auch veröffentlicht werden. Ich bin damit einverstanden, dass alle mit der Forschung betrauten Mitarbeiter Einblick in die Aufzeichnungen nehmen.

**Liste der gesammelten Daten**

alle ausgefüllten Karten /  
Flipchartblätter / Materialien  
vom Workshop

**Einwilligung**

Ja  Nein

Ich kann diese Einwilligung jederzeit widerrufen: Der Widerruf ist schriftlich zu richten an Marie Zofia Eberhard, Email [mar2970@thi.de](mailto:mar2970@thi.de) oder schriftlich per Post an Marie Zofia Eberhard, Manchigner Str. 16, 85053 Ingolstadt

Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Datenverarbeitung nicht berührt. Diese Daten können unter den Voraussetzungen des Art. 89 DSGVO für die Forschung weiterverwendet werden, soweit dies erforderlich ist.

Ingolstadt, den

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Erziehungsberechtigte/r

## Co-Design Workshop Leitfaden

### Workshop Overview

In diesem Co-Design-Workshop werden wir gemeinsam eine Plattform schaffen. Der Workshop ist in mehrere Sitzungen unterteilt, die sich jeweils auf unterschiedliche Aspekte der Plattform konzentrieren. Ziel ist es, Erkenntnisse, Ideen und Feedback zu sammeln, um das Konzept zu gestalten und sicherzustellen, dass es euren Bedürfnissen entspricht.

### Session 1: Icebreaker (11:00-11:30 Uhr)

- Nur eine Minute
- Namensmarathon
- Planenspiel

### Session 2: Interaktionen & Angebote (11:30-13:15 Uhr)

#### 11:30-11:40 Uhr

- Wir starten damit, dass jeder von euch 1 positive und 1 negative Sache erzählt, die ihr so bei außerschulischen Aktivitäten erlebt habt

#### 11:40-11:50 Uhr

- Damit wir alle wissen, was eigentlich genau eine Plattform ist, hier nochmal eine Definition: Video zeigen <https://www.youtube.com/watch?v=qwLs-n9PkgE> Dazu kommen 4 Teile, die eine Plattform bieten muss und die wir zusammen erarbeiten werden: es müssen zum einen **wertschöpfende Interaktionen ausgetauscht** werden, in unserem Fall ist das eher weniger Geld, als mehr sozial wertvolle Interaktionen. Das heißt die **Möglichkeit** muss bestehen, dass sowohl Anbieter, als auch Nutzer **Wertschöpfung** daraus ziehen können. Dann muss eine Plattform eine **offene Infrastruktur** anbieten, die jedoch **Regeln & Rahmenbedingungen festlegt**, in der jeder sich frei bewegen kann.
- Das Ziel ist eine Plattform zu entwickeln, wo jeder von euch möglichst gut zugeschnitten auf eure Bedürfnisse angepasste Angebote wahrnehmen kann und Freundschaften vertiefen sowie knüpfen kann. Dabei wollen wir möglichst spezifisch sein. Das heißt, wir wollen ein Konzept erarbeiten, wie eine Plattform für Jugendliche in Ingolstadt für außerschulische Aktivitäten aussehen könnte, **wo ihr 1x die Woche hingehen würdet**

#### 11:50-12:20 Uhr

- Gründe aus den Workshops & Interviews auf Karten vorstellen und dann diskutieren lassen, ob etwas fehlt und fehlende Gründe wie Interaktionen ergänzen (bis 12:10 Uhr) - in 2 Gruppen aufteilen
- Top 5 Voting mit Stickern, welche Interaktion auf jeden Fall dabei sein muss

#### 12:20-12:50 Uhr

- Stimuli mit Bildern von Aktivitäten aus Interviews / Workshops - jeder soll sich 5 Bilder aussuchen, mit denen er / sie was anfangen kann (bis 12:25 Uhr)
- Jeder erzählt kurz, warum man diese Bilder gewählt hat und was das in einem auslöst (bis 12:40 Uhr)
- Brainstorming auf Karten schreiben (was soll alles möglich sein, welche Formate, wie soll so ein Ort ausschauen) - 3er / 4er Gruppen

#### 12:50-13:15 Uhr

- Card Sorting - wie passen die wertschöpfenden Interaktionen zu den Karten? + Stimuli mit einfügen

## Session 3: Mittagessen (13:15-14:15 Uhr)

Zusammen Pizza essen oder so

## Session 4: Plattformentwicklung (14:15-17:00 Uhr)

### 14:15-14:20 Uhr

- Ihr seid alle unterschiedlich - ich weiß paar von euch machen gern Sport, manche sind gern kreativ, manche beides und manche gammeln gerne. Dazu mögt ihr auch manchmal alles davon, je nach Stimmung. Also nochmal zum Ziel: Das Ziel ist eine Plattform zu entwickeln, wo jeder von euch möglichst gut zugeschnitten auf eure Bedürfnisse Angebote wahrnehmen kann und Freundschaften vertiefen sowie knüpfen kann. Dabei wollen wir möglichst spezifisch sein.

### 14:20-14:45 Uhr

- In dieser Aufgabe werden wir die typischen Rollen, die eine wichtige Rolle in Plattformen spielen zuweisen. Ich zeige euch hier ein Beispiel, wie das bei Plattform Apps aussieht, damit ihr grob checkt, für was eine Rolle gut ist. (bis 14:25 Uhr)
- Nun wird jeder für sich brainstormen, und niederschreiben, wie er diese Rollen ausfüllen würde - also es können auch mehrere Anbieter sein (wie z.B. der Kunsttreff, eine freie Sportgruppe, usw.) (bis 14:35)
- Jetzt könnt ihr wieder in 3er/4er Gruppen gehen und noch weiter Brainstormen bzw. die Ergebnisse zusammentragen und gerne hier auf dem Flipchart befestigen (bis 14:45 Uhr)

### 14:45-15:30 Uhr

- Ihr seht ja hier auf der Zeichnung, dass irgendwie Interaktionen geschehen, aber das muss ja irgendwie passieren. Also wäre jetzt die Aufgabe zu erarbeiten, wie das Interface ausschauen soll, wo die Interaktionen stattfinden. (digital - analog, z.B. Schwarzes Brett ↔ Ebay Kleinanzeigen)
- Wie werden Informationen dargestellt, dass man Überblick von allem hat
- Wie kommuniziert man miteinander
- Thema asynchrone Kommunikation
- Wie können immer mehr Leute reinkommen, dass das organisch wächst? (→ PULL)
- **20 Minuten 3/4er Gruppen, 20 Minuten alle zusammen, 5 Minuten mir erklären**

### 15:30-16:00 Uhr

- **Festlegung von Regeln und Rahmenbedingungen** (wer darf Plattform beitreten?, wer darf anbieten?, wer darf nutzen?, welche Regeln generell?, was sind Rahmenbedingungen?)

### 16:00-17:00 Uhr

- Lego Time! Es wird an der Zeit, dass ihr mit Lego eine Geschichte macht, wie dieses Konzept in der realen Welt ablaufen würde

## Session 5: TERMIN AUSMACHEN FÜR FOCUS GROUP TEST - MAX. 2H

## A.4.2. Ergebnisse des Co-Design Workshops

### Ausgewählte Bilder der Jugendlichen



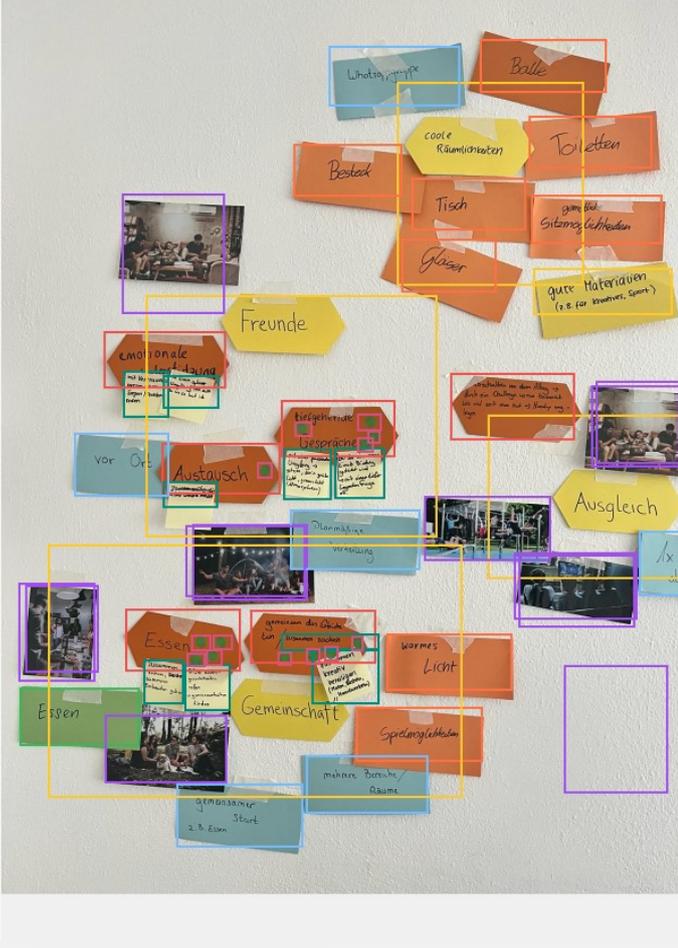
### Codiertes Card Sorting



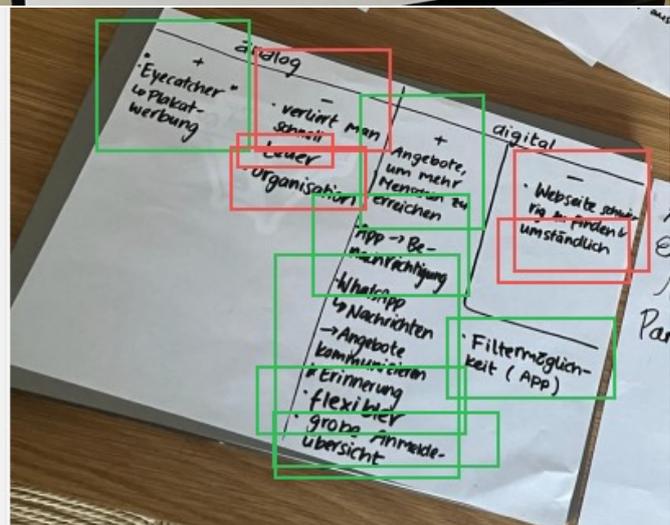
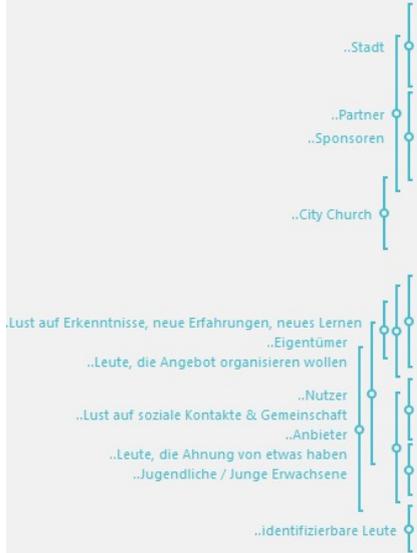
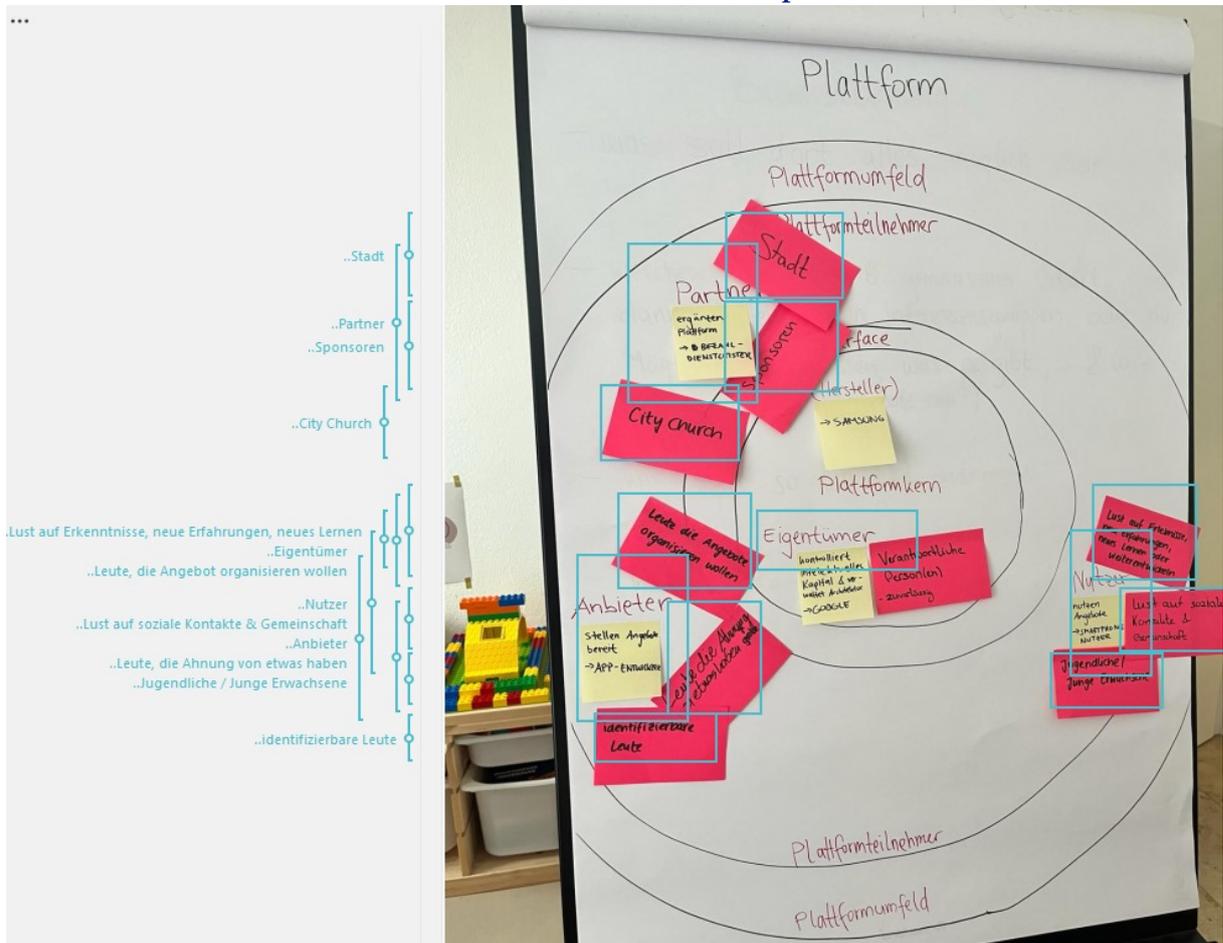
- ..Austausch
- ..Essen
- ..Gemeinsam Essen
- ..Aufteilung in Interessensgruppen
- ..Verknüpfung mit anderen Angeboten für Jugendliche
- ..neue Menschen
- ..Icebreaker
- ..Austausch
- ..Menschen kochen zusammen
- ..Vorstellung der Person
- ..Icebreaker
- ..Icebreaker
- ..Icebreaker
- ..Viele Menschen zusammen auf Gruppenbild
- ..Zeitungsschlagen Spiel
- ..Über Erlebnisse fragen
- ..Musikbox oder Instrumente
- ..LAN Party
- ..Basketball wird draußen gespielt
- ..Freunde liegen in Lego
- ..Spaß
- ..Zusammen rum blödeln, oder rumalbern
- ..zusammen rum blödeln
- ..zusammen rum blödeln
- ..zusammen rum blödeln
- ..Freunde, die zusammen malen
- ..In die Stadt gehen und Leute nerven
- ..Freunde auf einem Berg
- ..Nähe zu Sportangeboten
- ..Abwechslung
- ..Tisch für Kreatives, Essen,...
- ..Gemeinsam am Lagerfeuer



- ..Bälle
- ..Whatsappgruppe
- ..Toiletten
- ..Besteck
- ..coole Räumlichkeiten
- ..Tisch
- ..gemütliche Sitzmöglichkeiten
- ..Freunde gammeln zusammen auf dem Sofa mit Handy
- ..Gläser
- ..gute Materialien (z.B. für Kreatives, Sport)
- ..emotionale Unterstützung
- ..in guter Umgebung und nicht da wo es laut ist
- ..mit Vertrauensperson über Sorgen / Probleme reden
- ..Abschalten vom Alltag
- ..Freunde
- ..Freunde gammeln zusammen auf dem Sofa m
- ..tiefgehende Gespräche
- ..Freunde gammeln zusammen auf dem Sofa m
- ..tiefgehende Gespräche
- ..tiefgehende Gespräche
- ..tiefgehende Gespräche
- ..tiefgehende Gespräche
- ..vor Ort
- ..Austausch
- ..Austausch
- ..emotionale Stärkung der Bindung
- ..passende Umgebung (Atmosphäre)
- ..Zusammen über die letzte Woche reden
- ..Ausgleich
- ..Calisthenics
- ..Planmäßige Verteilung
- ..Gemeinsam am Lagerfeuer
- ..Gemeinsam am Lagerfeuer
- ..1x wöchentlich alle Angebote
- ..Freunde zocken
- ..Freunde zocken
- ..Menschen kochen zusammen
- ..Menschen kochen zusammen
- ..gemeinsam das Gleiche tun
- ..Gemeinsam Essen
- ..zusammen zocken
- ..Essen



Codierte erarbeitete Plattformkomponenten



- ..Untergruppen mit Teilnehmenden
- ..1 Gruppe in der nur Admins schreiben können
- ..Schwarzes Brett mit Angebotsübersicht vor Ort
  - ..Teilnehmer werden Anbieter
  - ..externe Leute anfragen
  - ..Teilnehmer kennen Anbieter
- ..Informationen weitergeben / updaten
- ..Whatsapp Gruppe (Community)
  - ..Zu- & Absage zu Treffen
- ..Langfristig bei zu vielen Angeboten --> App (Skalierbarkeit!)
  - ..Angebote darstellen
  - ..Empfehlung durch Freunde
  - ..Schwarzes Brett ans Fenster

- wie kommen immer mehr Nutzer / Anbieter / Partner  
→ Wachstum

**Anbieter:**  
Teilnehmer werden Anbieter;  
externe Leute anfragen;  
Teilnehmer kennen Anbieter

**Schwarzes Brett mit Angebotsübersicht**  
(knapp, wann? wo? wo?)  
konkrete Namen

WhatsAppgruppe - Community  
- Information weitergeben/updates  
- zu- & Absage (zu Treffen)  
- Angebote darstellen

**Mehr Nutzer:**  
Empfehlung durch Freunde,  
Schwarzes Brett ans Fenster

**Überblick:**  
Anfang: wasserweiches Angebot  
Später: App mit Filtermöglichkeiten & (Ausfunktionen?)

*Gruppe in der alle auch nicht teilnehmen können*

- ...
- ..Jugendliche (U30)
  - ..Anbieter
  - ..jeder der geprüft wurde (Führungszeugnis!)
  - ..Eltern haften (für Zerstörung aufkommen)
  - ..Führungszeugnis für Eigentümer und Anbieter
  - ..Respektvoller Umgang untereinander
    - ..Goldene Regel
    - ..Nächstenliebe
    - ..kein Rassismus
  - ..Respekt für die Anbieter (Ernsthaftigkeit)

## Regeln & Rahmenbedingungen

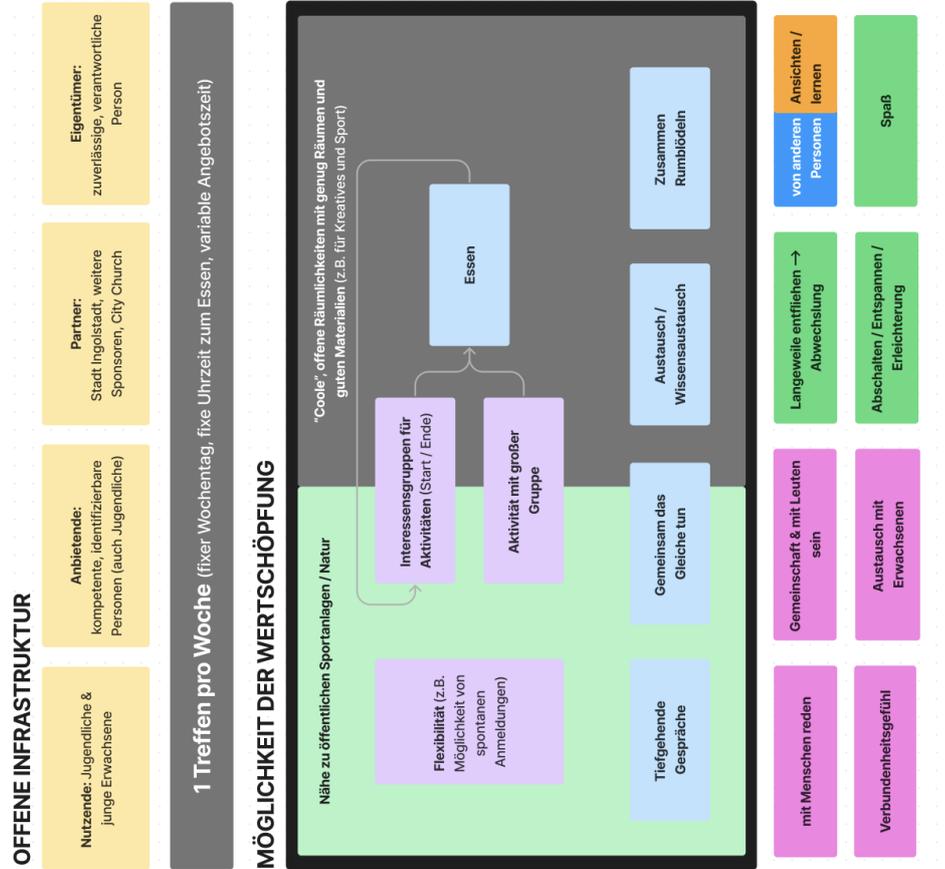
- wer darf Plattform beitreten
  - Jugendliche (U30)
  - + Anbieter
  - jeder der geprüft wurde
- wer darf anbieten
- wer darf nutzen
- welche generellen Regeln
  - Eltern haften Zerstörung → aufkommen
  - Führungszeugnis für Anbieter und Eigentümer
- welche Rahmenbedingungen
- Verhaltensrichtlinien
  - respektvoller Umgang untereinander
  - Goldenen Regel
  - Nächstenliebe
  - kein Rassismus
  - Respekt für die Anbieter-respektvoll

Erarbeitetes Konzept

LEGENDE

- ROLLENVERTEILUNG PLATTFORM
- (WICHTIGSTE) WERTSCHÖPFENDE INTERAKTIONEN
- ANPASSUNGEN NACH FOKUSGRUPPE
- RAHMENBEDINGUNGEN UND REGELN
- PSYCHOLOGISCHE GRUND-BEDÜRFNISSE
  - BINDUNGSBEDÜRFNIS
  - UNLUSTVERMEIDUNG
  - SELBSTWERTERHÖHUNG
  - ORIENTIERUNG / KONTROLLE

- WhatsApp Community als Kommunikationsmittel
- Persönlichen Kontakt von Anbietenden mit Verantwortlichen Pflicht
- erweitertes Führungszeugnis bei regelmäßigen Anbietenden verpflichtend
- alle bis 30 zugelassen
- Haftung der Eltern für Kinder bei Schäden
- Respektvoller Umgang (Goldene Regel, Nächstenliebe, Nulltoleranz bei Rassismus)
- Respektvoller Umgang mit Anbietenden (vor allem bei Angeboten, wo Material vorbereitet wird)



## A.5. Fokusgruppe

### A.5.1. Materialien in Fokusgruppe

#### Fokusgruppe Leitfaden

##### 1 Essen (18:00-18:30 Uhr)

##### 2 Generelles (18:30-19:30 Uhr)

###### Vorstellung (18:30-18:35 Uhr)

Worum geht es grundsätzlich

###### Ablauf Voting (18:35-19:00 Uhr)

Der Aufbau ist so, dass sich alle einmal wöchentlich zusammen treffen, gemeinsam mit Essen starten und sich dann die Interessensgruppen aufteilen. Wichtig dabei ist, dass man sich vor Ort trifft, wobei der Ort mehrere Räume haben soll, die auch für unterschiedliche Zwecke genutzt werden können. Jeder kann sich jede Woche neu entscheiden, in welche Gruppe er oder sie beim nächsten Treffen gehen möchte. Dadurch soll die Verknüpfung mit anderen Jugendlichen und Angeboten für diese gewährleistet werden.

- Ablauf darstellen (auf Karten - dann können sie die rumchieben) & zusätzliche Schritte hinzufügen (gelbe Karten) **(5 Minuten)**
- Voting (gefällt mir gut bis gar nicht) - ihr macht mir keinen Gefallen, wenn ihr nur sagt, dass euch alles gefällt! Ihr müsst ehrlich sein und dann aber erklären warum **(5 Minuten) - 6 Grüne Sticker**
- Diskussion & Anpassungen **(10 Minuten)**
- Nochmalige Diskussion & Ideensammlung wie man das verbessert gestalten könnte (Inhaltlich, von Angeboten her usw.) (Sportangebote, Kreativangebote, Vor Ort Chillen) - orangene Zettel **(5 Min)**

###### Interaktionen Voting (19:00-19:10 Uhr)

Essen - Tiefgehende Gespräche - Gemeinsam das Gleiche tun - Icebreaker - Zusammen rumblödeln - Austausch

1. Diskussion, ob wichtige Interaktion fehlt - orangene Zettel
2. Voting dieser Interaktionen (2 Stimmen pP) - **12 Grüne Sticker**

###### Diskussion über Hingehen / Jemanden einladen (19:10-19:30 Uhr)

- Würdest du da wöchentlich hingehen? (Diskussion: Warum ja, warum nein) -> Bedürfnisse
- Würdest du jemanden hierzu einladen? (Diskussion: Warum ja, warum nein) -> Pull Effekt
- *(Ist das abwechslungsreich genug? Was genau heißt abwechslungsreich?)*

##### 3 Schwarzes Brett / WhatsApp Gruppe / App (19:30-19:50 Uhr)

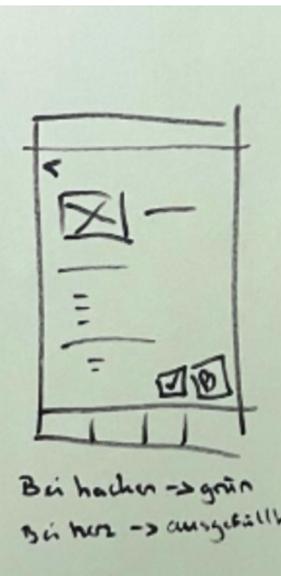
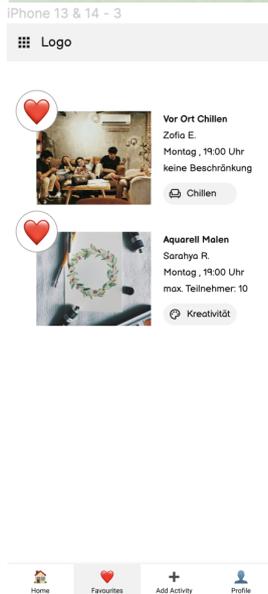
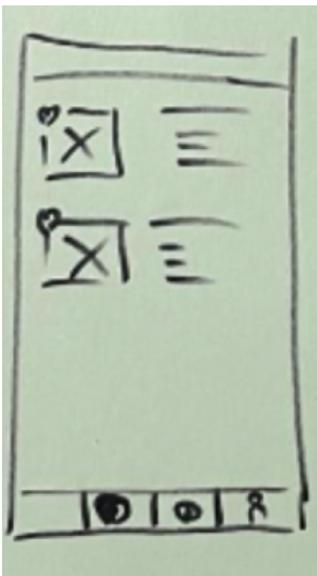
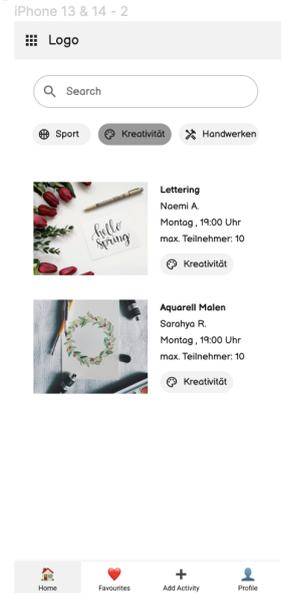
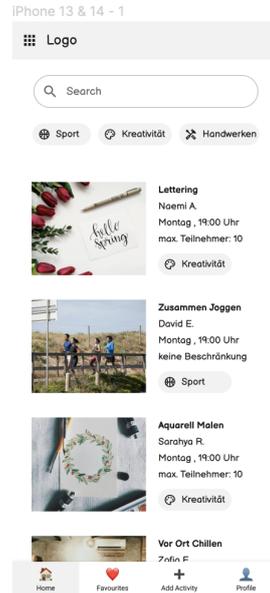
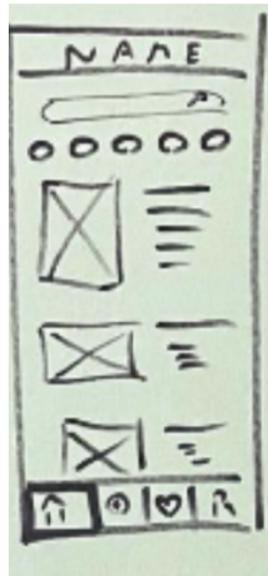
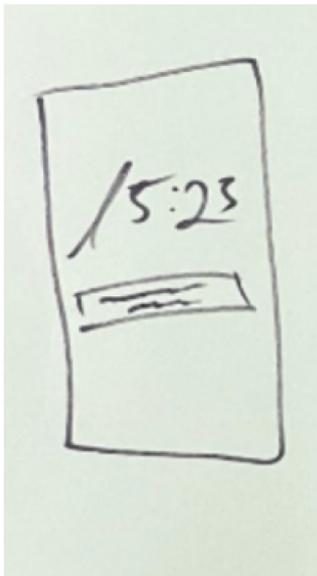
- Alle Prototypen zeigen (1 Beispielhaftes Schwarzes Brett mit 3 Angeboten, WhatsApp mit 3 Angeboten und App Screens) **(10 Minuten)**
- Schwarzes Brett**
  - **Gemeinsames Essen ab 18:00 Uhr**
  - **Angebote für Montag, den 4.3.2024 um 19:00 Uhr**
    - **Zusammen Joggen mit David**
    - **Lettering mit Naemi**
    - **Vor Ort Chillen mit Zofia**
- WhatsApp Community**
  - **Screen ausdrucken**
- Prototyp**
  - **Screens ausdrucken**
- Voting (2 Stimmen) für einmal unter 20 Angebote und über 20 Angebote **(mit Hände heben) - es ist auch OK die App / schwarzes Brett / WhatsApp Community doch wieder blöd zu finden**
- Diskussion (wann macht was Sinn, warum habt ihr wie abgestimmt, wie realistisch ist Nutzung der App?) **(10 Minuten)**
- **Ist es möglich sich über WhatsApp anzumelden? Wenn App, dann nur einheitlich -**

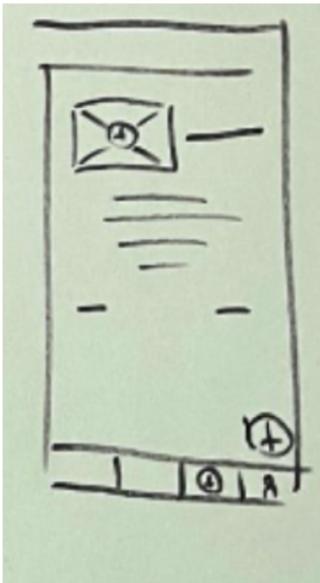
##### 4 Rahmenbedingungen & Regeln (19:50-20:00 Uhr)

- Verhaltensrichtlinien (Respekt für Anbieter (Ernsthaftigkeit), kein Rassismus, Nächstenliebe, Goldene Regel, Respektvoller Umgang untereinander)
- generelle Regeln (Führungszeugnis für Eigentümer und Anbieter)
- wer anbieten darf (jeder, der geprüft wurde)
- wer nutzen darf (Jugendliche U30, Anbieter)

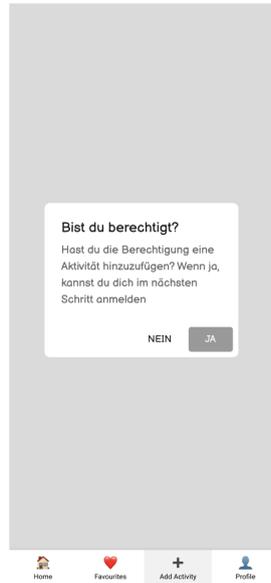
Einfache Diskussion, ob irgendwas fehlt

Screens des Lo-Fi Prototypen auf Basis der Entwürfe eines Jugendlichen





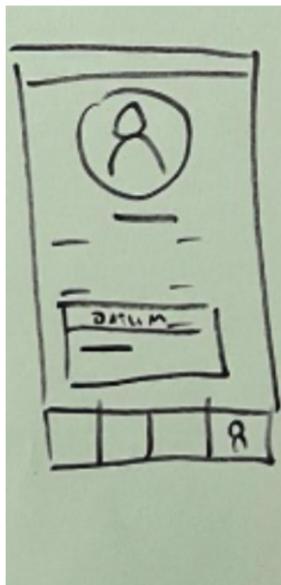
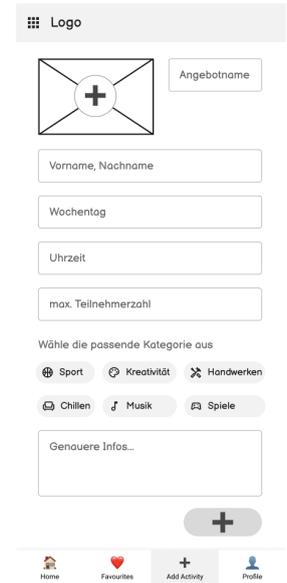
iPhone 13 & 14 - 4



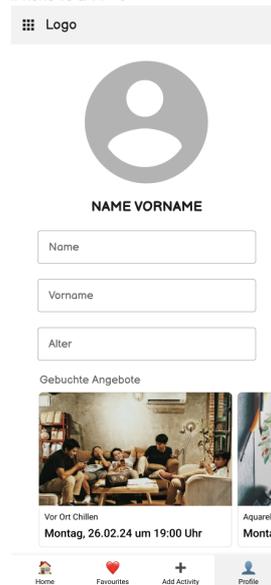
iPhone 13 & 14 - 6



iPhone 13 & 14 - 9



iPhone 13 & 14 - 5



## A.5.2. Protokolle

### Protokoll der Autorin

#### Evaluierung:

- schwierig in diesem Rahmen neue Menschen kennenzulernen, weil man dazu tendiert mit den gleichen Leuten abzuhängen
- Man mag es, weil man sich aussuchen kann, was man machen will (man kommt nicht und dann jedes Mal das Selbe ist, sondern auch variiert - sie mag die Abwechslung - jedes Mal sind es andere Leute und so lernt man besser andere Leute kennen)

#### Vorschläge

- Uhrzeit der Aktivitäten - manches im Hellen wäre auch gut (wie in den Wald gehen) - verschiedene Aktivitäten, erfordern unterschiedlich lang Zeit
- Sport nach dem Essen
  - Sportsachen z.B. vor dem Essen (Thema Duschen?)
  - Dh Möglichkeit haben flexible Angebote vor und nach dem Essen zu haben
  - Möglichkeit davor z.B. was gemeinsam zu machen
  - Schwierig mit Sport Sachen (weil danach/davor mit umziehen)
  - Sportangebote gut, wenn es eher um Freizeitsachen geht, weniger um kompetitiv (wenn kompetitiv, dann genauer in WhatsApp Gruppen genauer besprechen)
- generell: Leute einladen auf der Straße (Möglichkeit neue dazu zu bekommen)
- Ab und zu Sachen gemeinschaftlich machen (z.B. großes Projekt, Reise)
- Abstimmungen machen

#### Generelle Aussagen

- Wenn man Lust hat auf etwas hat, dann macht man sich auch Zeit
- Es kommt auf Priorität an, wie es einem taugt (vom Angebot her)
- Man muss committed sein, um das zu wollen - dass man sich explizit frei dafür nimmt - Aktivität, die einem taugt, wenn der Vibe passt (entspannt, man konnte sich unterhalten, ohne das es weird war)
- Würdest du da wöchentlich hingehen? (Diskussion: Warum ja, warum nein) -> Bedürfnisse
  - **Nein**
    - Zeitmangel
    - Bock auf was Anderes
    - Viele wollen sich Abende freihalten
    - Wenn immer nur die gleichen 1/2 Angebote sind, dann nicht
    - Wenn immer die selben Leute, die immer das gleiche machen
  - **Ja**
    - Weil wenn es breit gedeckt Angebote gibt, dann würd man sich committen
    - Wenn es viele Angebote gibt, dann ist es nicht langweilig
  - Spontan
    - Dann kommen viele / mehr zusammen
    - Es hängt davon ab, wer kommt und was passiert
- Würdest du jemanden hierzu einladen? (Diskussion: Warum ja, warum nein) -> Pull Effekt
  - **Ja**
    - Wenn ich weiß, dass es n Angebot gibt, was man mag, dann schon einladen (dass es andere einschätzen können)
    - Feste Uhrzeit ist wichtig (weil oft hat man Termine, die wöchentlich sind) -> Priorität - nochmal schwieriger, wenns jede Woche anders ist - über Uhrzeit noch eher diskutieren, als über Wochentag
    - Wenn jeder jemanden mitnehmen würde, dann lernt man mehr Leute kennen, dann würde man auch wieder kommen wollen würde
    - Viele Leute sind drauf aus neue Leute kennenzulernen, die man noch nie gesehen hat
  - **Nein**
    - Feste Uhrzeit wäre das Problem
    - Freunde würden das gar nicht verstehen, warum man sich mit anderen Leuten treffen würden
    - Viele Leute wollen das nicht / zieht es nicht an (meinten die beiden 13/14 Jährigen)

#### Diskussion Kommunikationsmittel

- Unter 20 Angebote
  - Schwarzes Brett (alle)
  - WhatsApp Community (7/9)
  - Keiner
- Über 20 Angebote
  - Schwarzes Brett (3/9)
  - WA Community (6/9)
  - App (6/9)
- WhatsApp & App kommt man durcheinander
- Bei 100 Angeboten ist App schon sinnvoll, aber man sollte auch dort schreiben können
- Bedenken, wenn man sich NUR über App anmelden kann, auch mit Hürde der Kontoerstellung usw.
- Internetseite (weil sonst Speicherplatz schwierig)
- MS Teams

### Protokoll der Assistentin

- (Name) langweilig wenn immer dasselbe mit den selben Leuten
  - Wäre auch ganz cool auf die Straße zu gehen und Leute einlädt um sie kennenzulernen
  - Name fragt, ob das nicht auch durch „jeder lädt jemanden ein“ erreicht werden kann (also dann lernen ja alle die Freunde von den anderen kennen)
  - Verpflichtend laut Name nicht wirksam -> dann kommen die Leute nicht
  - Abstimmung von Name gewünscht
  - Name würde Freunde mitnehmen, wenn sie jemanden kennt, wo sie weiß die Person mag die Aktion (besser einschätzbar für die anderen)
    - Name sagt „feste Uhrzeit ist das Problem“ weil alle Freunde schon was vor gehabt
    - Name findet feste Uhrzeit ist eher kein Problem
    - Name stimmt zu -> „woran soll man sich sonst orientieren?“ einfacher eingliederbar in Wochenplan
    - Name „man muss halt committed sein um das zu wollen“
    - Für Commitment solls was sein was einem taugt, wenn der Vibe passt
    - Vibe passt, wenn es entspannt war und man konnte sich so unterhalten ohne dass es awkward war
    - Name „viele Leute wie ich auch sind ja darauf aus, neue Leute kennenzulernen“ -> deshalb ist der Anreiz groß zu kommen, wenn jeder jemanden mitbringt weil dann ja viele neue Leute da sind durch die Freunde von anderen
      - Name „die Leute brauchen immer soziale Kontakte“

#### Zu Community

- es sollte eine gemeinsame allgemeine Gruppe geben wurde angemerkt

#### App Nutzung realistisch???

- Laut Name: nicht auf Ingolstadt bezogen sondern Deutschlandweit dann würde es Sinn machen
- Name: wieso nicht Teams nutzen, was eh grad jeder braucht für z.B. Schule?
- Name meint kommt drauf an wie häufig man es nutzt, wenn nur ab und zu dann nur WhatsApp, aber ständig dann macht App Sinn
  - Laut Name kommt es drauf an ob man es NUR über App nutzen kann
  - Es kam die Frage, ob man sich anmelden muss mit seiner Mail
  - Laut Name: eine Community und eine App wäre zu viel! Wenn man WhatsApp eh hat warum dann zusätzlich ne App? (Ähnlich wie ChurchTools)
    - Name findet App schlecht und umständlich, würde da nicht reinschauen
    - Name würde aber eher auf App schauen als auf Schwarzes Brett
    - Bedenken von Name: was ist mit neuen Leuten, die nur mal zum Schauen dazukommen wollen? Müssen die sich dann für das eine mal schon über die App anmelden??
      - Name fände Internetseite besser! Weil für App bräuchte man Speicherplatz (Meinung von Assistentin: richtig guter Punkt für Teens meiner Meinung nach!)

#### Richtlinien:

- polizeiliches Führungszeugnis großer Diskussionspunkt, könnte Leute daran hindern etwas (Aktion) anzubieten
  - (Name) spaßeshalber wichtig: „keine Rentner wie Schorsch“ (er ist 30 Jahre alt)