

Typisch Jugend!

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 7.2

In dieser Aufgabe vertiefen die Teilnehmer:innen ihr Wissen über die digitalen Lebenswelten, Praktiken und Kulturen von Jugendlichen und nutzen dieses für die Entwicklung von Angeboten.

Ablauf

Als Einstieg wird kurz gesammelt, warum es notwendig ist, die eigene Zielgruppe gut zu kennen, um sinnvolle Angebote setzen zu können.

Anschließend werden in Kleingruppen von 3–4 Personen Personas erstellt. Diese Methode des Design Thinking kommt aus dem Marketing. Sie wird dafür verwendet, die Bedürfnisse von Zielgruppen möglichst präzise zu ergründen. Dabei wird die fiktive Persona so konkret und detailliert wie möglich beschrieben. So entsteht ein:e prototypische:r Kund:in, der:die beispielsweise anhand seiner:ihrer Wünsche, Ziele, Motive, Lebensumstände charakterisiert wird. Die Teilnehmer:innen beschreiben also eine „typische“ junge Person, für die sie ein Angebot entwickeln möchten. Diese kann gezeichnet werden, wichtig ist aber vor allem, sich bis ins Detail in die Person hineinzudenken: Wie heißt er:sie? Was trägt er:sie? Was interessiert ihn:sie? Welche Musik hört er:sie? In welchen digitalen Welten hält er:sie sich auf? Wofür nutzt er:sie digitale Medien und Technologien? Was macht ihm:ihr Spaß im Internet? Was stört ihn:sie im Internet?

Die Personas werden dann im Plenum präsentiert. Dabei werden zu den unterschiedlichen digitalen Welten die entsprechenden Information geclustert, z. B. die Motive, die Nutzung, konkrete Aktivitäten, usw.

Im Anschluss teilen sich die Teilnehmer:innen, je nach Interesse, einem Cluster zu und beantworten folgende Fragen:

Braucht es hier ein Angebot der Digitalen Jugendarbeit?

- Welches Angebot würde einen Mehrwert für junge Menschen bringen?
- Warum wäre das ein Mehrwert?
- Wie können wir das anbieten?
- Welche Ressourcen und Fähigkeiten brauchen wir dafür?

Die Ergebnisse der Kleingruppen werden im Plenum präsentiert und diskutiert.

Hinweis zur Moderation

- Jugendarbeiter:innen tendieren dazu, Personas geschlechtslos zu machen, um herauszustellen, dass alle Geschlechtsidentitäten angesprochen werden sollen. An dieser Stelle ist das allerdings nicht zielführend. Mittels einer möglichst detailreichen Beschreibung soll eine konkrete, wenn auch fiktive, Person mit klaren Bedürfnissen entstehen. Deshalb ist es sinnvoll, Geschlechtsidentitäten klar zu benennen – dazu gehören natürlich auch nicht-binäre Identitäten.

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich

Digitalität und Jugendarbeit

Kompetenz

Digitale Welten als soziale Welten
Jugendlicher kennen

Stufe

Vertiefung

Methode

Stationenlernen

Ausstattung

Bildungsmaterialien

Dauer

90 Minuten



Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

