

Myriam Antinori, Judith Kercher, Charis Mrugalla & Lena Wilfling:

Nutzung Neuer Medien in der Sozialen Arbeit

1. Einleitung

Die Nutzung Neuer Medien ist zum integralen Bestandteil unseres Alltags und Lebens geworden. Die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft fordert auch von der Sozialen Arbeit eine Auseinandersetzung mit deren Möglichkeiten und nicht nur deren Risiken. Zahlreiche Anwendungen des Internets können und sollen von Einrichtungen der Sozialen Arbeit genutzt werden, um ihren Mandaten und Aufträgen gerecht zu werden.

Fast alle Einrichtungen der Sozialen Arbeit verfügen heutzutage über einen Webauftritt, recherchieren und kommunizieren im Netz. Das große Potenzial Neuer Medien wird Beobachtungen nach jedoch nicht ausgeschöpft. Dabei bietet das Internet vor allem zur Erfüllung des sozialpolitischen Auftrages Sozialer Arbeit zahlreiche Möglichkeiten.

Im Rahmen des Masterstudiengangs „Soziale Arbeit, Sozialpolitik und -management“ setzte sich die Projektgruppe „Neue Medien in der Sozialen Arbeit“ mit deren Nutzung in der Sozialarbeit auseinander. Ziel war eine theoretische Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten des Internets und dessen Nutzbarmachung für die Sozialarbeit im Hinblick auf die Arbeitsweisen nach Staub-Bernasconi sowie die praktische Nutzung von Online-Tools im Rahmen einer Kooperation mit Praxispartnern. Begleitend dazu sollte eine Analyse der Internetnutzung der Kooperationspartner stattfinden.

Die Zusammenarbeit erfolgte mit dem SPAK – dem Sozialpolitischen Arbeitskreis in Innsbruck. Dieser besteht aus 20 Sozialeinrichtungen. Der SPAK selbst nutzt außer E-Mails keine internetbasierten Dienste. Diesbezüglich sollte eine Intranetseite für den Arbeitskreis erstellt werden, um die Kommunikation, Dokumentenverwaltung, Redaktion von Stellungnahmen, Terminvereinbarung etc. zwischen den Mitgliedern zu erleichtern. Im Folgenden wird jedoch lediglich auf die theoretische Auseinandersetzung eingegangen und es werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt.

Der erste Teil des Artikels setzt sich mit Neuen Medien und Anwendungen im Internet auseinander. Anschließend werden anhand der Arbeitsweisen nach Staub-Bernasconi mögliche Nutzungsweisen in der praktischen Arbeit exemplarisch erläutert und die empirischen Ergebnisse dargestellt.¹

Insgesamt zeigt sich, dass sich viele Online-Anwendungen sehr gut auf den unterschiedlichen Ebenen einsetzen und im Rahmen aller Arbeitsweisen leicht und

zielführend umsetzen lassen. Allerdings gilt es nicht zu vergessen, dass es eine gute Planung beim Einsatz von Online-Tools braucht. Damit der Einsatz wirklich gelingt, braucht es Ziele, Zeit, Personal und v. a. eine Strategie.

Genau hier scheint es zu fehlen: Sozialeinrichtungen nutzen neben Webseiten wenn, dann fast nur Social Media. Die Auftritte im Netz wirken auf den ersten Eindruck gut, lassen jedoch einige Wünsche offen: Zielgruppengenaue und stringente Kommunikation, barrierefreie Darstellung, Angaben laut E-Commerce- (ECG) und Mediengesetz, Darstellung der Tätigkeiten auf Meso- und Makroebene usw. könnten noch verbessert werden. Insgesamt ergibt sich also ein großes Entwicklungspotenzial, das genutzt werden kann, wenn die Einrichtungen ihre Medienkompetenz verbessern und ihre technikkritische Haltung ablegen.

2. Empirische Herangehensweise

Um ein umfassendes Bild über die Nutzung Neuer Medien zu erhalten, wurden zunächst die Homepages der SPAK-Mitglieder mittels Dokumentenanalyse untersucht. Dazu wurde ein Analyseraster zu unterschiedlichen Themen erstellt: Informationen zur Institution, Layout, Inhalte der Homepage, Beschreibung der Arbeitsweisen, Zielgruppenorientierung der Homepage, Nutzung von Tools der Neuen Medien. Die Fragen wurden zur Beantwortung mit einer 6er-Skala inkl. der Möglichkeit für Anmerkungen konzipiert. Die Erhebung anhand des Analyserasters erfolgte nach dem Vier-Augen-Prinzip, um eine relativ neutrale Einschätzung der Punkte zu sichern.

Bei der quantitativen Erhebung wurde ein strukturierter, standardisierter, schriftlicher und internetgestützter Fragebogen genutzt. Die Erstellung des Fragebogens erfolgte in Anlehnung an die Inhalte des Analyserasters. Der Großteil der Fragen sind geschlossene Fragen sowie Skalierungsfragen, um einheitliche und vergleichbare Ergebnisse zu erlangen, ein kleinerer Teil umfasst offene Fragen.

Bei der Gewinnung der Daten durch den Fragebogen gab es teilweise Schwierigkeiten. So konnte ein Teil der Einrichtungen den Fragebogen, trotz vorheriger Überprüfung durch das Team, nicht abschließen. Grund dafür sind vermutlich Browser-Einstellungen. Da zum eigentlichen Rücksendetermin erst sechs vollständige Fragebögen vorlagen, schickte das Forschungsteam erneut eine Printversion an diejenigen aus, die den Fragebogen nicht ausgefüllt oder abgebrochen hatten. Daraufhin gelangten drei weitere Fragebögen ein. Die Ergebnisse des Fragebogens beziehen sich somit auf lediglich 9 von 20 Mitgliedern des SPAK.

Die Auswertung erfolgte bei beiden Teilen bei den geschlossenen Fragen quantitativ, die Antworten aus den offenen Fragen bzw. Anmerkungen wurden qualitativ ausgewertet, indem die Gesamtheit der jeweiligen Antworten inhaltlich zusammengefasst und Häufigkeiten berücksichtigt wurden.

Ein kritisch zu betrachtender Punkt der Erhebung ist, dass aufgrund des kleinen Untersuchungsrahmens nur Aussagen über die untersuchten Einrichtungen getroffen werden können. Allerdings bestätigen sie die Ergebnisse anderer Forschungen (vgl. Kiefer 2010, McNutt 2008, Hetfleisch-Knoll 2013 u. a.) und geben einen Einblick in den Mikrokosmos der Internetnutzung kleinerer Sozialeinrichtungen in Tirol.

3. Neue Medien

Das Phänomen der Neuen Medien kann man aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven betrachten. In der Kommunikationswissenschaft sind die beteiligten AkteurInnen SenderInnen und EmpfängerInnen. Das Web 2.0 hat die Rolle der EmpfängerInnen weitgehend verändert. Früher passiv, griffen UserInnen heute nicht mehr nur auf statische Web-Angebote zurück, sondern sind aktiv in das Kommunizieren und Gestalten inkludiert (vgl. Walsh/Kilian/Hass 2011). Mit wenigen Vorkenntnissen können UserInnen des Web 2.0 heute Inhalte (Content) erzeugen und anderen NutzerInnen zugänglich machen. Der Austausch im Netz ist multidirektional und nicht mehr nur einseitig oder top-down. (vgl. Fraas/Meier/Pentzold 2012).

Neue Medien zeichnen sich durch das Prinzip der Userintegration, der Verteilung oder Dezentralisierung sowie der Offenheit bzw. Interoperabilität aus. Das Prinzip der UserInnenintegration beschreibt die Möglichkeit der Partizipation für die NutzerInnen des Internets auf jeder Ebene. Das Prinzip der Verteilung oder Dezentralisierung definiert die Rolle der UserInnen als NutzerInnen und zugleich AnbieterInnen. Wir alle sind somit „prosumer“ – ProduzentInnen und KonsumentInnen zugleich, indem wir Inhalte weiterleiten, verändern, Bilder online stellen, Beiträge lesen, einkaufen, mit FreundInnen kommunizieren etc. Das dritte Prinzip der Offenheit oder Interoperabilität bezeichnet die Möglichkeit, die unterschiedlichsten Anwendungen und Dienste mit- und ineinander zu kombinieren oder Querverweise zu erstellen (z. B. eine Webseite mit integrierter Open Street Map plus ein Feed, in dem die neuesten Schlagzeilen aus einer online Zeitung abgebildet werden). (vgl. Walsh/Kilian/Hass 2011: 5f) Zusätzlich besticht das Web 2.0 durch seine einfache Nutzungs- (Usability) und Vernetzungsmöglichkeiten. UserInnen können durch moderne Endgeräte (Laptops, Smartphones, Tablets etc.) ständig, überall und mobil die Tools nutzen.

In Österreich nutzen 73% der Bevölkerung mehrmals die Woche das Internet. Sie kommunizieren und lesen Informationen zu allen Themen des Lebens, geben ihre Meinung zu gesellschaftlichen und politischen Ereignissen oder zu Produkten ab oder stellen sich selbst im Netz dar (vgl. Integral 2013). Als wesentliche Anwendungen gelten Social Media wie Weblogs, Social Networks (privat oder geschäftlich), File Sharing Communities, Content Communities (Wikipedia) u. a. Allein auf Facebook sind über 3,2 Millionen ÖsterreicherInnen angemeldet.

Neben der individuellen Bedeutung Neuer Medien für die einzelnen Individuen und die Veränderungen im Alltag durch Online-Kommunikation, hat das Internet auch auf gesamtgesellschaftlicher Ebene eine große Bedeutung. Gesellschaftliche und politische Veränderungen werden, Dank dem leichten Zugang zu Neuen Medien, ihrer Nutzungsweisen und der viralen Verbreitung von Information, immer öfter im World Wide Web angestoßen. Ein viel zitiertes Beispiel ist der arabische Frühling, in dem mittels Social Media Widerstand organisiert wurde. Wie bedeutend das Netz dabei war, ist umstritten, dennoch beinhalten Neue Medien und vor allem Soziale Medien ein sehr hohes Mobilisierungspotenzial. In Österreich ist #unibrennt das bekannteste Beispiel für virtuelle Selbstorganisation, Protest und Gegenöffentlichkeit, das auch über die Landesgrenzen hinweg bekannt ist und in der Fachliteratur rezipiert wird (vgl. Voigt/Kreiml 2011). Mit der Handy-Kamera (laienhaft) aufgenommene Videos, auf YouTube gestellt und über E-Mail oder andere Kommunikationsplattformen im Netz verbreitet, können Menschen im Inland und Ausland über Missstände informieren oder zum Protest aufrufen. Twitter-Nachrichten

informieren in Echtzeit und Blogs können für die Langdarstellung von Fakten, Begebenheiten (z. B. Gegenaktivitäten von Regierungen) etc. genutzt werden.

Durch die Nutzung des Internet als Bottom-up-Medium par excellence, gelingt es der Zivilgesellschaft, alternative Formen der politischen Willensbildung zu schaffen. Gesellschaftliche Interessen, die nicht von Politik oder sozialen Organisationen vertreten werden, können eingebracht und öffentlicher Druck auf Entscheidungsträger ausgeübt werden. Überhaupt ist eine Protestkultur jenseits Neuer Medien kaum noch denkbar. (vgl. Fraas/Meier/Pentzold 2012)

Kurz zusammengefasst kann gesagt werden, dass Neue Medien die Vernetzung erleichtern, eine schnelle, leichte und effiziente Kommunikation ermöglichen sowie große Reichweite garantieren und sehr hohes Partizipations-Potenzial beinhalten. Sie sind ein kostengünstiges Instrument, Aufmerksamkeit zu erlangen (für eigene Interessen oder für andere, Benachteiligte), Realitätskonstruktionen von Menschen zu verändern (durch Gegendarstellungen oder Information), Transparenz herzustellen und Orientierung zu geben. Menschen sind im Netz viel schneller bereit, (politisch) aktiv zu werden und sich zu engagieren. Zudem können (sollen) alle Aktivitäten im Netz mit Aktivitäten in der „realen“ Welt verbunden werden und so die Wirksamkeit nochmals erhöht werden. (vgl. Earl/Kimport 2013)

4. Neue Medien und Soziale Arbeit

Nach der Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Bedeutung Neuer Medien und deren Möglichkeiten ist klar: die zahlreichen Anwendungen des Internets können und sollten durch soziale Einrichtungen genutzt werden. Soziale Arbeit hat ein gesellschaftliches und politisches Mandat – die Förderung des sozialen Wandels. Es stellt sich deshalb die Frage, wie Neue Medien im Hinblick auf die Zielerreichung und entsprechend den Arbeitsweisen der Sozialen Arbeit, insbesondere auf Meso- und Makroebene, genutzt werden können? Hierzu werden Arbeitsweisen und passende Anwendungen exemplarisch dargestellt.

Ressourcenerschließung ist eine relevante Arbeitsweise wenn es um Ausstattungsprobleme auf allen Ebenen geht. Auf der Ebene der Institution, also der Meso-Ebene, ist häufig die Ausstattung mit finanziellen Ressourcen ein Problem. (vgl. Staub-Bernasconi 2007: 273-275) Hier anwendbare Tools sind Online-Zahlungssysteme und Fundraising-Portale, die sich dezidiert sozialen Zwecken widmen und die Möglichkeit bieten, Spenden zu empfangen (vgl. betterplace-lab o.J.).

Bewusstseinsbildung findet laut Staub-Bernasconi (2007: 275f) hauptsächlich auf individueller Ebene statt (z. B. Onlineberatung). Es ist jedoch auch denkbar, mit Hilfe des Internet soziale Bewegungen entstehen zu lassen und „Aha-Erlebnisse“ auf gesellschaftlicher Ebene zu bewirken, wie beispielsweise bei einer Online-Anti-Rassismus-Kampagne.

Die Arbeitsweise der **Modell-, Identitäts- und Kulturveränderung – interkulturelle Verständigung** – bietet zahlreiche Ansatzpunkte für die Umsetzung und Zielerreichung mit Hilfe von Anwendungen im Internet. Hier geht es darum, Vorurteile und Stigmatisierung auf allen Ebenen durch Wissen zu dekonstruieren. (vgl. ebd.: 277-279) Wissen kann digital in einer enormen Geschwindigkeit (viral) verbreitet werden. Hierfür bieten sich die folgenden Tools an: Blogs, Social Media wie Twitter

oder Facebook, RSS-Feeds, Webseiten, Wikis oder E-Mails. Die Botschaften können in unterschiedlicher Form verbreitet werden: Texte, Videos, Bilder, Fotos, Podcasts etc. Praktische Beispiele sind der „Vinzi Gast“ auf Facebook oder die „Plattform Rechtsberatung“. Diese klärt auf ihrer Website über die Situation von AsylwerberInnen in Österreich auf und benutzt dazu unterschiedliche Kanäle. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, die Inhalte über Twitter oder Facebook zu teilen und bzw. oder einen RSS-Feed zu abonnieren. Verbunden mit der Webseite ist ein eigener Facebook-Account.

Handlungskompetenz – Training und Teilnahmeförderung – kann vor allem auf Mikro- und Mesoebene online erfolgen. (vgl. ebd.: 279f) So sind besonders e-Learning und blended learning in ihren unterschiedlichen Formen relevant (z. B. Webinare, MOOCs). Hier werden Videos, Chats, Foren, Bibliotheken, etc. einzeln oder als Kurse nutzbar gemacht und helfen eigene Kompetenzen zu erweitern.

Soziale Vernetzung und der Ausgleich von Pflichten und Rechten ist eine Arbeitsweise, die die Mikro-, Meso- und Makroebene betreffen kann. (vgl. ebd.: 280-282) Auf Ebene der KlientInnen ist durch das Internet die Möglichkeit des Austausches und der Vernetzung (z. B. in der Peergroup) über Soziale Netzwerke oder Chats möglich. Aus institutioneller Sicht kann über Intranetseiten, Clouds und Online-Arbeitsplattformen die Kommunikation und Kooperation wesentlich erleichtert und vereinfacht werden (man denke nur an die Koordination von Terminen bei 20 TeilnehmerInnen). Statt viele E-Mails mit unterschiedlichen Versionen von Dokumenten zu versenden, ist es möglich, online zu arbeiten und so ständig am aktuellen Stand zu sein bzw. Änderungen genau nachzuvollziehen. Auf Makroebene können via Internet – und v. a. wiederum Sozialer Netzwerke – nationale und internationale Allianzen gegründet werden. So werden soziale Bewegungen und der Austausch gestärkt.

Blockaden im **Umgang mit Machtquellen und Machtstrukturen** (vgl. ebd.: 282-284) können auf Mikroebene durch Onlineberatung oder Informationen zu Rechten und Pflichten erreicht werden. Im Fokus steht an dieser Stelle die Ermächtigung der KlientInnen zur Durchsetzung ihrer Rechte und der Erleichterung bzw. Ermöglichung von Beschwerden und sich daraus ergebenden Veränderungen. Auf Mesoebene ist die Schaffung von Online-Schutzräumen oder sozialer Infrastruktur von Bedeutung (z. B. Beratungsforen oder Bildung von BürgerInnenplattformen im Netz). Hierfür können Webseiten, aber auch Foren, Blogs, Soziale Netzwerke oder Petitionen usw. genutzt werden.

Die Arbeitsweise der **Kriterien- und Öffentlichkeitsarbeit** (vgl. ebd.: 284-286) ist im Kontext der Neuen Medien besonders relevant. Das Ziel der Aufdeckung von Willkür und der (De-)Konstruktion von Werten, kann in Form von Online-Kampagnen und Veröffentlichungen, z. B. von Schattenberichten, im Internet erreicht werden. Zudem können Tools wie Petitionen, Surveys, Soziale Netzwerke, sowie Audio- und Foto-Sharing und E-Mail-Listen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit dank ihrer großen Reichweite wirksam sein.

Zuletzt sind Neue Medien auch im Bereich des **Sozialmanagement** zur Verwaltung, für Marketing und zur Weiterentwicklung der Organisation sehr gut einsetzbar (vgl. ebd.: 286). Beispiele sind Intranetseiten, Online-Office-Applikationen, Chats für MitarbeiterInnen (Peerberatung, Helpdesk), Webanalysen, usw.

Betrachtet man die zahlreichen Anwendungen des Internets bezüglich deren Nutzung im Rahmen der Arbeitsweisen nach Staub-Bernasconi wird deutlich, dass sie einen bedeutenden Beitrag zur Erfüllung des sozialarbeiterischen Auftrags leisten können. Soziale Medien sind auf Mikro-, Meso- und Makroebene einsetzbar: Richtig und ethisch reflektiert eingesetzt, fördern sie (interessanterweise entsprechend der Definition der Sozialen Arbeit) „sozialen Wandel und die Lösung von Problemen in zwischenmenschlichen Beziehungen“ (IFSW 2000), sie helfen Menschen (eigenmächtig) Entscheidungen zu fällen und ihr Leben (besser) zu gestalten. Das Netz ist ein Raum in dem sich fast alle Menschen bewegen, so sollte auch Sozialarbeit dort präsent sein, agieren, intervenieren und aktiv mitgestalten.

Das Internet als wichtiger Teil der Lebenswelt/-realität von NutzerInnen muss auch von sozialen Organisationen mit in die eigene Kommunikationsstrategie aufgenommen werden. Sie haben die Verpflichtung, vertrauensvolle, userfreundliche (informativ, gut strukturiert, lesbar) und nützliche Webseiten für ihre Zielgruppen zu installieren, die nicht nur unidirektional Inhalte kommunizieren, sondern auf die Bedürfnisse der UserInnen eingehen sowie offen sind für Rückkoppelung und Interaktion. Dennoch kann beobachtet werden, dass Einrichtungen der Sozialen Arbeit Neue Medien nur wenig strategisch einsetzen. (vgl. Kiefer 2010, Reiser 2012)

Um das Internet sinnvoll und effizient für die Erfüllung der sozialarbeiterischen Aufträge zu nutzen, braucht es eine Strategie, die im Gesamtkonzept der Organisation verankert ist. Bei allen Internetaktivitäten sind alle unterschiedlichen Zielgruppen (KlientInnen, als auch andere Anspruchsgruppen) und ihre Merkmale von Bedeutung (Alter, Geschlecht, sozioökonomische Merkmale, Umgang mit Medien, Milieu, Interessen ...). Danach ist festzulegen, welche Ziele verfolgt werden und wie diese erreicht werden sollen: mit welchen Medien (auch in Kombination), in welchem Zeitrahmen, mit welchen Schritten. Gelingt es einer Institution zielgruppengerecht zu kommunizieren und sie einzubinden, so steigt sowohl das Vertrauen der NutzerInnen, als auch die Aufmerksamkeit. Wichtig ist zu beachten, dass, obwohl die reinen monetären Kosten durch Gratis-Anwendungen sehr gering bleiben können, die zeitlichen Ressourcen gut geplant sein sollten. Erfolgreiche Kommunikation braucht Zeit und Regelmäßigkeit. Dies gilt für Onlineberatung ebenso wie für Facebook-Auftritte. Oft wird der Zeitaufwand nach der Implementierung unterschätzt. Folglich leidet die Aktualität, Zielgruppenorientierung, Nutzung und somit Aufmerksamkeit der UserInnen sowie die Effizienz der bisherigen Maßnahmen. (vgl. Grabs/Bannour 2011)

5. Darstellung der Ergebnisse

Basierend auf den obigen Ausführungen wurden die Webseiten der SPAK-Mitglieder analysiert und Fragebögen entworfen. Die wichtigsten Ergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst und, soweit relevant, verknüpft dargestellt. Es ist zu erwähnen, dass die vorhandene Stichprobe trotz vollständiger Erfassung der Webseiten und hoher Rücklaufquote der Fragebögen von 45% doch äußerst klein ist und nur Tendenzen veranschaulichen kann. Andererseits werden bisherige Forschungsergebnisse bestätigt.

Insgesamt wurden die 20 Webseiten analysiert und Fragebögen an alle SPAK-Mitglieder versendet. Ausgewertet werden konnten 19 Webauftritte und 9 Fragebögen. Der Großteil der SPAK-Einrichtungen ist in beiden Untersuchungen

dem Handlungsfeld (HF) Kindheit, Jugend und Familie bzw. Existenzsicherung zuzuordnen. Gar nicht vorhanden sind Einrichtungen aus dem HF Alte Menschen.

Die Größe und das Arbeitsspektrum der befragten Einrichtungen sind sehr unterschiedlich. Bei den Beschäftigten gehören 88,88% zu den „Digital Natives“. Allerdings lassen sich in punkto Altersstruktur, Größe und Bewertung der jeweiligen Webseite keine direkten Zusammenhänge herstellen. Ebenso wenig kann ein Bezug zwischen den diversen Verantwortlichkeiten im Bereich der Internetpräsenz und der Qualität der Webseite gesehen werden. Nicht erhoben wurden das Alter der Geschäftsführung sowie die Ausbildungen der Internet-Verantwortlichen und deren Kenntnisse in Bezug auf das Netz. Diese Aspekte hätten eventuell mehr Schlussfolgerungen zulassen können.

Den Auftrag der Sozialen Arbeit sehen die Einrichtungen in der Lösung (zwischen-) menschlicher Probleme (100%) und in der Befähigung/Ermächtigung Einzelner (77,78%). Der Hauptfokus liegt somit auf der Mikroebene. Soziale Gerechtigkeit und sozialer Wandel als Ziel von Sozialer Arbeit stehen an dritter und vierter Stelle, zuletzt gefolgt von den Menschenrechten als am wenigsten wichtig für die sozialarbeiterische Tätigkeit. Aktivitäten auf Meso- und Makroebene werden insgesamt als weniger wichtig eingestuft. Dies spiegelt sich in den Webseiten, die v. a. Betroffene ansprechen. Hinweise über Tätigkeiten auf Makroebene lassen sich auf den Homepages nur wenige finden. Inwiefern diese zum Leitbild dazu gehören ist unklar, obwohl Soziale Arbeit auf allen Ebenen aktiv sein sollte, damit sich für Individuen Lebensumstände nachhaltig verbessern. Die untersuchten Einrichtungen müssten sozialpolitische Arbeit jedenfalls verankert haben, ansonsten wäre die Mitgliedschaft im SPAK widersprüchlich.

Der SPAK wurde im Jahr 1985 gegründet, „mit dem Ziel, die politisch Verantwortlichen in Tirol auf die Wahrung ihrer sozialen Aufgaben hinzuweisen, diese einzufordern und die Interessen des Klientels der SPAK-Einrichtungen zu vertreten“ (SPAK o.J.: 20). Offen gefragt geben die Einrichtungen heute Vernetzung und Informationsaustausch als Grund für ihre Mitgliedschaft im SPAK an. Sozialpolitisches Engagement/ Lobbyarbeit und Öffentlichkeitsarbeit stehen ebenfalls im Fokus der meisten Einrichtungen. Eine Einrichtung ist ausschließlich am Informationsaustausch interessiert.

Diese Ergebnisse decken sich zum Teil mit der geschlossenen Frage, die die verbrieften Ziele des SPAK anführt. Hier erscheint die Öffentlichkeitsarbeit am relevantesten. Gefolgt vom Erkennen der Ursachen sozialer Probleme (vorher nicht genannt), der Vernetzung und sozialpolitische Aktivitäten. Am wenigsten wichtig ist den Einrichtungen die gegenseitige Unterstützung.

Wie wichtig sind die untenstehenden Gründe für Ihre Mitgliedschaft im SPAK?	Mittelwert
Vernetzung (fachlicher Austausch zu sozialen Fragestellungen und allgemeiner Informationsaustausch)	5,1
Lobbyarbeit (um als ExpertInnen für soziale Themen auch auf die Sozialplanung/Politik Einfluss zu nehmen)	5,0
Gegenseitige solidarische Unterstützung der Mitglieder	4,8
Aufdecken/Erkennen von strukturellen/gesellschaftlichen Ursachen von sozialen Problemen	5,2
Thematisierung/Verbesserung struktureller/gesellschaftlicher Ursachen von sozialen Problemen in der Öffentlichkeit	5,3

Tabelle 1: Gründe Mitgliedschaft SPAK

Insgesamt sind die Einrichtungen sehr gut vernetzt: Die 9 befragten Institutionen sind in 29 verschiedenen Arbeitsgruppen bzw. Arbeitskreisen aktiv. Diese Aktivitäten und Mitgliedschaften werden auf den Webseiten jedoch kaum dargestellt.

Bis auf eine Einrichtung verfügen alle Mitglieder über eine (statische) Homepage: entweder eine eigene oder über die Trägerwebseite. Insgesamt werden 42,11% der Webauftritte von der Projektgruppe im Ersteindruck als sehr gut bis gut und 36,84% als weniger gut bewertet. Das Layout wird als sehr einheitlich empfunden, hier werden 13 Seiten (68,42%) als sehr einheitlich bewertet (26,32% als einheitlich).

Die Schriftgröße auf den Webseiten ist zu 5,26% sehr gut und 36,24% gut leserlich. Bei den verbleibenden 36,84% ist der Text befriedigend und zu 21,05% sogar schlecht leserlich. Das Schriftbild und der Kontrast sind überwiegend gut bis sehr gut. Die Qualität und Platzierung der vorhandenen Fotos auf den Homepages sind unterschiedlich. 36,84% der Fotos sind gut und passend, 15,79% weniger gut, 5,26% befriedigend und 15,79% schlecht. 26,23% der Einrichtungen verwenden keine Fotos.

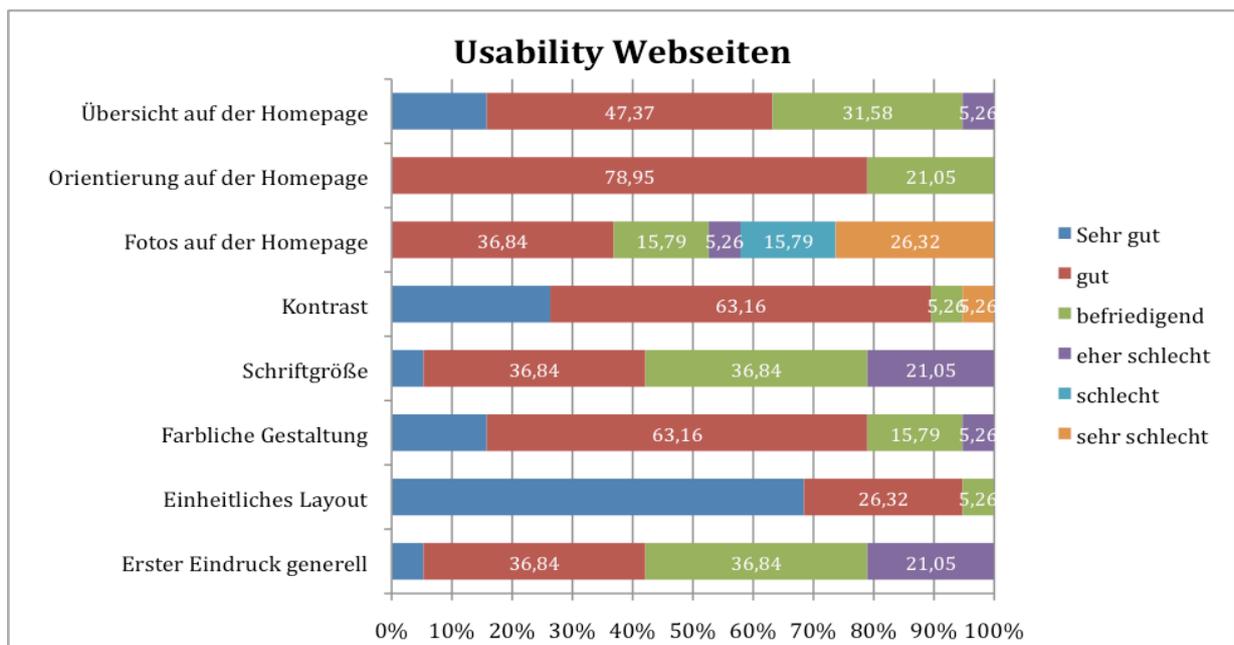


Abbildung 1: Usability Webseiten

Aus den Anmerkungen zu den Homepages ergibt sich, dass diese bei der ersten Betrachtung heterogen wirken. So gibt es Homepages, die zwar professionell gestaltet sind (übersichtlich, ansprechend), die sozialarbeiterische Tätigkeit wird jedoch nur bedingt bis gar nicht dargestellt. Einzelne Homepages wirken überladen, eine Einrichtung war zwar über eine Homepage im Internet zu finden, diese befand sich jedoch in Überarbeitung.

Die befragten Einrichtungen bewerten ihre Homepages in Bezug auf das Layout, Design (inkl. Menüführung und Schrift) als sehr gut bis gut. Lediglich im Bereich der Userfreundlichkeit für Seh- oder anders Behinderte schneiden die Einrichtungen in der eigenen Bewertung als auch in der Bewertung der Projektgruppe eher schlecht ab. Hier beurteilen 55,56% der Institutionen ihre Webseite als sehr schlecht bis schlecht. Die Selbsteinschätzung der Einrichtungen deckt sich somit mit der Analyse durch die Projektgruppe.

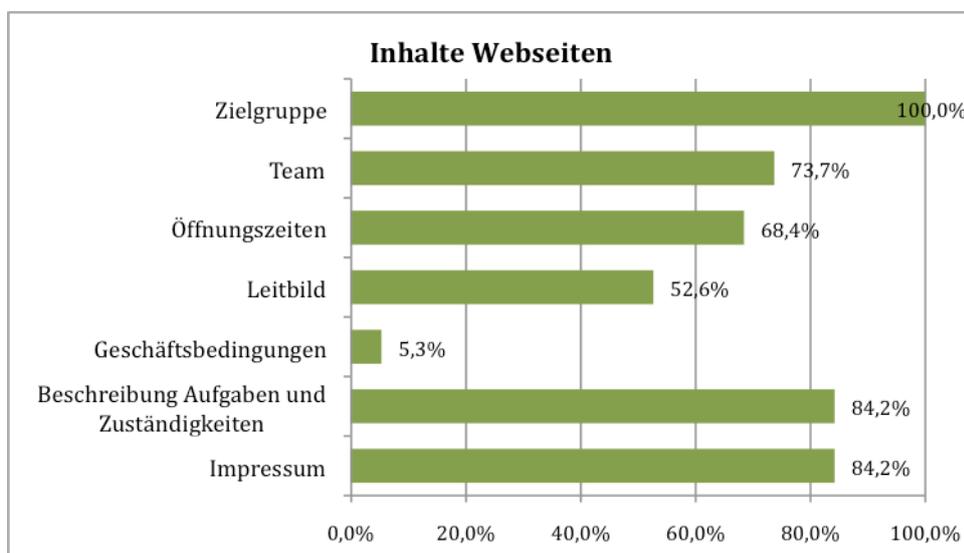


Abbildung 2: Inhalte Webseiten

Zu den Inhalten, die auf den Webseiten vorhanden sind, kann gesagt werden, dass alle Einrichtungen klar deklarieren, welche ihre primären Zielgruppen in punkto Klientel sind. Was die Einrichtung genau macht und wie sich die Teams zusammensetzen, wird von 84,2% bzw. 73,7% der 19 Einrichtungen beschrieben. Informationen zu den Öffnungszeiten gibt es auf 68,4% der Einrichtungsseiten. Welchem Leitbild sich die Einrichtung verpflichtet, kann auf etwas mehr als der Hälfte der Seiten gelesen werden (52,6%). Rechtliche Aspekte werden im Bereich des Impressums mit 84,2% eingehalten, klare Geschäftsbedingungen im Sinne von welche Rechte und Pflichten KlientInnen der Einrichtung haben, deklariert nur eine einzige Einrichtung (5,3%). Hier müssen die Institutionen unbedingt Änderungen vornehmen, um die geltenden rechtlichen Regelungen einzuhalten.

Die verfügbaren Informationen auf den Seiten sind prinzipiell gut bewertet worden. So bewegen sich die Mittelwerte zwischen 5,21 und 4,63 als geringstem Wert. Besonders die Qualität und Aktualität der Inhalte ist hervorzuheben. Letzteres obwohl lediglich 7 von 19 Einrichtungen (36,84%) angeben, von wann die Informationen stammen. Die befragten Einrichtungen selbst bewerten die Inhalte ihrer Homepages als generell thematisch gut geordnet, gut bis befriedigend verständlich, prägnant, aber weniger aktuell.

Inhalte	Mittelwert Projektgruppe	Mittelwert Selbstbeurteilung
Informationen verständlich aufbereitet	4,84	4,75
Texte nach Themen gegliedert	4,95	4,63
Präzise Texte	4,63	4,88
Aktualität der Inhalte	5,21	4,25

Tabelle 2: Vergleich Bewertung Inhalte

Allgemein ist aufgefallen, dass einige Homepages sehr ausführliche Informationen anbieten (bspw. Links zu Publikationen für Interessierte oder Betroffene sowie das Downloadangebot von PDF-Dateien). Zwei Homepages sind mehrsprachig und lassen sich durch unterschiedliche Sprachauswahlmöglichkeiten an die gewünschte Sprache anpassen (10,52%). Bei drei Einrichtungen sind Abgrenzungen verwirrend, so ist bspw. das Leitbild gleichzeitig das Konzept. Bei 6 Einrichtungen (31,58%) sind keine Öffnungszeiten zu finden und zwei Internetauftritte bieten keinerlei Informationen über die sozialarbeiterische Tätigkeit der Organisation an sich (10,52%). Zwei weitere Einrichtungen bieten Informationen nur über das Öffnen von PDF-Dateien an.

Die Zielgruppen der Webseiten sind laut Institutionen in erster Linie bestehende KlientInnen als auch Fachkräfte (jeweils 88,88%). Betroffene, Angehörige und Interessierte werden zu 77,77% anvisiert und die Politik zu 33,33%. In mehr als der Hälfte der Fälle (63,16%) gibt es jedoch keine Unterscheidung diesbezüglich auf der Homepage. Nur drei Einrichtungen (15,78%) treffen durch eine zu der Zielgruppe passende Informationsaufbereitung oder Gliederung (bspw. extra Ordner/Konzepte/Berichte für Betroffene, Professionelle, Öffentlichkeit) eine Unterscheidung zwischen den Anspruchsgruppen und schaffen es so, den Informationsbedürfnissen der einzelnen Gruppen zu entsprechen.

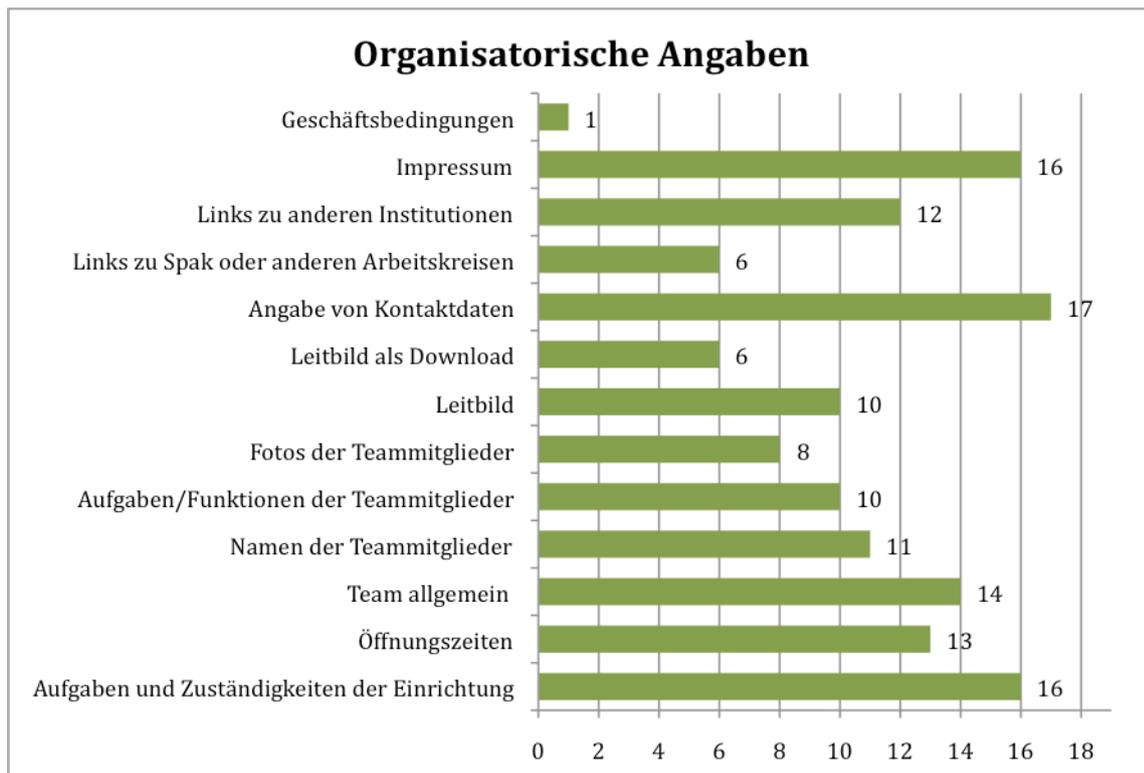


Abbildung 3: Organisatorische Angaben

Inwiefern die Einrichtungen Online-Anwendungen strategisch einsetzen, kann nicht gesagt werden. Die Nutzung der unterschiedlichen Tools wäre in Anbetracht der in den Leitbildern auf den Webseiten erwähnten Ziele und Arbeitsweisen jedenfalls ausbaubar und empfehlenswert. Insbesondere auf Meso- und Makroebene bieten sich die Anwendungen an, da die Einrichtungen ihre Webseiten für die Informationsweitergabe ebenso wie für Öffentlichkeitsarbeit und Sensibilisierung und Prävention betreiben. Da eine Webseite statisch ist, ist äußerst fraglich, inwiefern die Zielgruppen und Ziele erreicht werden. Social Media und andere Tools sind für aktive Informationsweitergabe, u. a. auch im Sinne der Arbeitsweisen von Staub-Bernasconi, geeigneter.

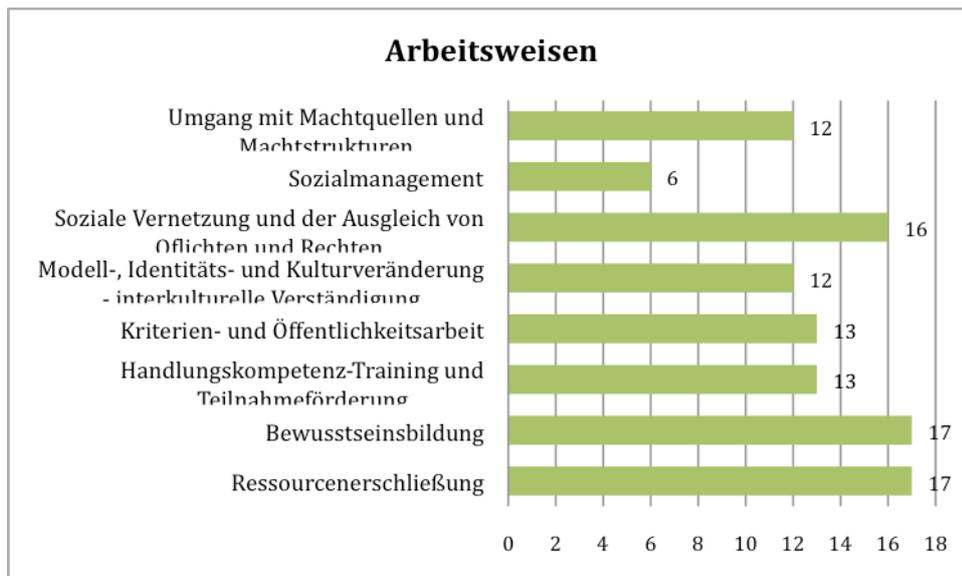


Abbildung 4: Arbeitsweisen

Schwerpunkt der vorliegenden Untersuchung war es zu eruieren, inwiefern Sozialeinrichtungen nicht nur Webseiten, sondern spezielle Anwendungen im Netz nutzen, um ihre Ziele auf den unterschiedlichen Ebenen zu verfolgen. Hat sich die Nutzung des statischen Angebotes einer Webseite mit Einwegkommunikation mittlerweile etabliert und großteils professionalisiert, so stellen sich die Ergebnisse in Bezug auf die Tools anders dar.

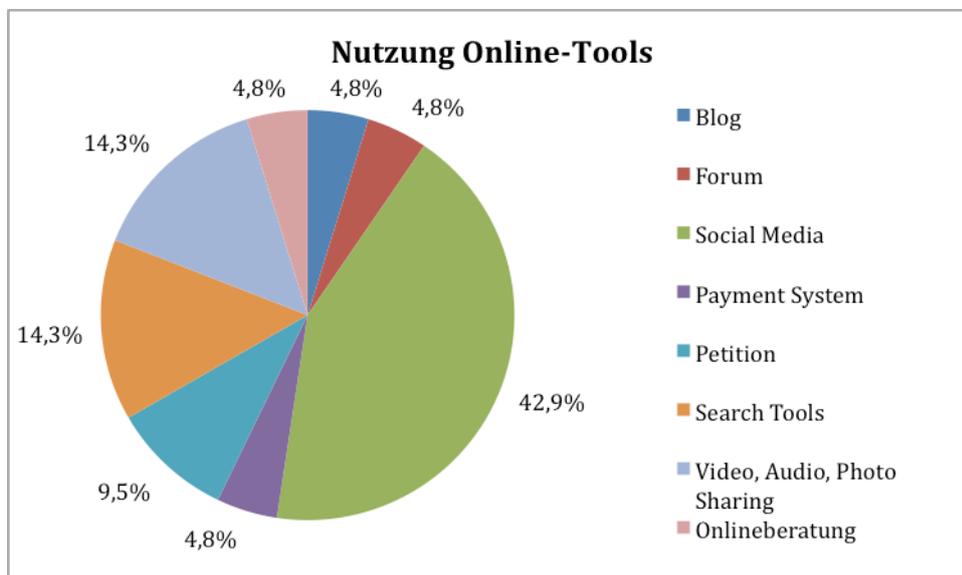


Abbildung 5: Nutzung Online-Tools

Eine Einrichtung (4,8%) nutzt einen Blog. Wobei es sich um einen integrierten Auftritt in der Homepage einer größeren Organisation handelt. Klassische Foren, in denen Interessierte gemeinsam diskutieren und kommentieren, werden gar nicht genutzt. Eine Einrichtung betreibt ein Gästebuch, welches für Feedback an die Einrichtung und für öffentlich zugänglichen Beratung genutzt wird.

Am stärksten genutzt werden Social Media (42,9%): sieben Organisationen nutzen Facebook (bei einer Homepage funktionierte der angebotene Facebook-Link jedoch nicht, bei einer anderen war der Link sehr schlecht zu finden), zwei Einrichtungen verwenden Twitter und Google+ (über die Trägerseite). Die Social Media Kommunikation wird jedoch fast ausschließlich für unidirektionale Kommunikation eingesetzt, findet unregelmäßig statt und es ist nicht ersichtlich mit welchem Ziel Social Media genutzt werden.

Online-Zahlungssysteme benutzt eine Einrichtung. Wobei dies über die Trägerseite erfolgt und nicht über die Unterseite der Einrichtung selbst. Ansonsten werden zwar teilweise Kontodaten für Spendenzwecke etc. angegeben, jedoch wird kein online-basiertes Zahlungssystem genutzt. Diese Erkenntnis widerspricht der Angabe der Einrichtungen in der Fragebogenerhebung, bei der 2 Einrichtungen angeben, solche Systeme zu nutzen. An dieser Stelle liegt sicherlich eine Verwechslung zwischen Onlinebanking und automatisierten Online-Zahlungssystemen (z. B. für SpenderInnen) vor.

Drei Einrichtungen nutzen die Möglichkeit, über ihre Homepages Unterschriftenaktionen zu teilen. Eine Einrichtung bietet mittels Search Tool an, die Seite nach rechtlichen Informationen zu durchsuchen, dies funktioniert jedoch leider nicht. Zwei Homepages nutzen YouTube-Videos zur Unterstützung ihrer Arbeit, eine weitere Seite bietet Foto-Sharing an. Standardisierte Onlineberatung wird lediglich von einer Einrichtung angeboten.

Analysiert man die Ebenen, auf denen die Einrichtungen die verschiedenen Internetanwendungen nutzen, so ist die Mikroebene am besten vertreten: 50% der Nutzung spielt sich auf dieser Ebene ab. Gefolgt von der Makroebene, auf der 31% der Tools angewendet werden. Am geringsten werden Tools auf Mesoebene genutzt (19%).

Diese Nutzung spiegelt sich auch in der Einstellung der Einrichtungen zur möglichen Verwendung der Tools. Onlineberatung wird auf Mikroebene als die passendste Anwendung gesehen (generelle sozialarbeiterische Praxis). Für die Aktivierung und Beeinflussung der Öffentlichkeit werden Petitionen, Umfragen, Facebook und Twitter als ideal empfunden. Online-Petitionen und -Umfragen werden sowohl für die Beratung von Politik und EntscheidungsträgerInnen, als auch für die Teilhabe an Sozialplanung als geeignet eingeschätzt. Allerdings ist anzumerken, dass sehr oft die Wahl „Weiß nicht“ getroffen wurde. Dies zeigt, dass sich die Antwortenden offensichtlich noch nicht eingehend mit der strategischen Nutzung von Anwendungen beschäftigt haben.

	Generelle Sozialarbeitspraxis		Aktivierung und Beeinflussung der Öffentlichkeit		Beratung von Politik und Entscheidungsträgern		Teilhabe an Sozialplanung, bspw. Gesetzesentwürfen	
	MW	Weiß nicht	MW	Weiß nicht	MW	Weiß nicht	MW	Weiß nicht
Blog	2,20	4	3,38	1	3,00	2	2,67	3
eLearning-Plattform	2,75	5	3,50	5	1,67	6	1,50	5
E-mail Listen, Gruppen	3,25	1	4,00	3	3,17	3	3,17	3
Externer online Speicher (Cloud)	2,33	6	1,00	7	1,00	6	1,67	6
Social Media	3,13	1	4,63	1	2,50	1	2,50	1
Online Zahlungssystem	2,60	4	3,20	4	2,00	5	1,00	6
Onlineberatung	4,88	1	4,14	8	2,14	2	2,00	2
Petitionen	2,63	1	5,22	0	4,22	0	4,44	0
RSS-feed (Internet-Nachrichtenformat)	1,25	5	4,00	5	2,67	6	2,67	6
Social Bookmarking (öffentliche Lesezeichen, Favoriten)	1,67	6	4,00	4	1,00	7	2,00	7
Suchfunktion auf der eigenen Homepage	3,14	2	3,71	2	1,33	6	1,00	6
Twitter	2,20	4	4,57	7	2,50	3	2,33	3
Umfragen	2,63	1	4,67	0	5,00	1	4,22	0
Video, Audio und Foto-Sharing	1,50	3	3,29	8	1,50	5	2,00	5

Tabelle 3: Nutzungsmöglichkeiten von Neuen Medien

Auf die Frage hin, welche Faktoren eine zielgerichtete und sinnvolle Nutzung Neuer Medien beeinflussen, sind die befragten Einrichtungen der Ansicht, dass die vorhandene Arbeitszeit und die Medienkompetenz der MitarbeiterInnen ausschlaggebend sind (je 100%). Diese werden gefolgt vom Budget (78%) und zuletzt der Strategie (Konzeptuelle Verankerung, 56%).

Dass Neue Medien im Sozialbereich allgemein weniger genutzt werden, führen die Befragten auf folgende Aspekte zurück: Misstrauen und Skepsis gegenüber Neuen Medien (7 Nennungen), fehlende Medienkompetenz und mangelnde zeitliche Ressourcen (5) sowie zu geringes Budget und die notwendige persönliche Beziehung zu KlientInnen (2) bzw. fehlende Verschwiegenheit und fehlende Notwendigkeit. Gesamt gesehen scheint die auch öfters in der Literatur erwähnte technikkritische bis -ablehnende Haltung ist im Sozialbereich die Nutzung Neuer Medien zu beeinflussen.

Bei der Frage, was dazu beitragen könnte, dass sich dies allgemein ändert, wird von drei Einrichtungen die Aufklärung und Offenheit der MitarbeiterInnen genannt. In zwei Fällen werden mehr Ressourcen als hilfreich angesehen. Eine Einrichtung betont die Wichtigkeit von Neuen Medien mit dem Stichwort der „Digital Natives“, eine andere Einrichtung dagegen stellte die Notwendigkeit der Verbesserung in Frage.

In Bezug auf die eigene Einrichtung ähneln die Gründe für die eingeschränkte Nutzung Neuer Medien denen, die im Sozialbereich im Allgemeinen angegeben wurden: Hoher Zeitaufwand sowie fehlende Medienkompetenz befinden sich an erster Stelle (je 3). Zudem werden Skepsis und fehlendes Interesse genannt (2). Geringes Budget, hoher Anspruch an die Öffentlichkeitsarbeit sowie der Aspekt des direkten KlientInnenkontaktes wurden jeweils von einer Einrichtung angegeben.

Die Situation in den Einrichtungen könnte sich nach deren Einschätzung dann ändern, wenn mehr Interesse, Bewusstsein und Wissen über Möglichkeiten des Internet bestünde. Zudem braucht es mehr Ressourcen (zeitliche, personelle sowie finanzielle), wobei es im Bereich der Ressourcen Bestrebungen gibt, diese zu erweitern.

6. Fazit

Diese sehr kleine Untersuchung zeigt aus Sicht der Projektgruppe exemplarisch, dass Sozialeinrichtungen die Möglichkeiten des Internet nicht voll ausschöpfen. Die Nutzung Neuer Medien beschränkt sich großteils auf statische Webseiten mit unidirektionaler top-down Kommunikation. Mobilisierungs- und Vernetzungsmöglichkeiten, Selbstdarstellungsformen, Fundraising, partizipative oder interaktive Elemente werden so gut wie nie oder nicht systematisch genutzt. Dies liegt einerseits an den vorhandenen personellen und finanziellen Ressourcen, andererseits jedoch auch an der fehlenden Medienkompetenz bzw. dem Interesse, einer technikkritischen Haltung und der mangelnden strategischen Planung.

Soziale Arbeit hat aus Sicht der Forschungsgruppe die Verpflichtung, Neue Medien einzusetzen. Leider passiert dies noch viel zu selten (systematisch), sodass viele soziale Einrichtungen immer weiter im „organizational digital divide“ versinken und es nicht schaffen, KlientInnen und andere Anspruchsgruppen adäquat anzusprechen und ihre Aufträge zu erfüllen. (vgl. McNutt 2008) So auch im SPAK, für den sich Neue Medien als Arbeitsmittel geradezu aufdrängen: zur internen Vernetzung (Terminabsprachen, Verwaltung von Dokumenten, Informationen und Protokollen, Erstellung von gemeinsamen Stellungnahmen etc.), für Kriterien- und Öffentlichkeitsarbeit (Stellungnahmen zu Gesetzesänderungen), Kulturveränderung (Demokratisierung, Berichte), Veränderung von Machtstrukturen, Ressourcenerschließung etc.

Damit der Sozialen Arbeit der Anschluss gelingt, braucht es v. a. mehr personelle und zeitliche Ressourcen, eine klare Strategie, die umgesetzt wird und Bewusstseinsbildung sowie eine Kulturveränderung innerhalb der Profession selbst. Ein Weg hierzu ist, die Medienkompetenz von SozialarbeiterInnen bereits im Rahmen des Studiums – sowohl auf Bachelor-, als auch auf Master-Ebene – zu fördern.

Verweise

¹ Nicht diskutiert wird der Aspekt des Datenschutzes. Hier gehen wir davon aus, dass die verschiedenen Tools so genutzt werden, dass die Interessen und Daten von Individuen und Einrichtungen geschützt bleiben. Zudem wird zu bedenken gegeben, dass, wenn Sozialeinrichtungen unverschlüsselte Mails über fremde Provider versenden und empfangen (z. B. gmail), diese Daten genauso ungeschützt sind wie Webseiten, die über Google-Site geführt werden.

Literatur

betterplace lab (o.J.): digital für sozial. <http://www.betterplace-lab.org> (10.02.2014).

Earl, Jennifer / Kimport, Katrina (2013): Digitally enabled social change. Activism in the internet age. S.I: Mit Press.

Fraas, Claudia / Meier, Stefan / Pentzold, Christian (Hg.) (2012): Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden. München: Oldenbourg.

Grabs, Anne / Bannour, Karim-Patrick (2011): Social Media Marketing. Strategie-Maßnahmen für Facebook, Twitter, XING und Co. 1. Aufl., Bonn: Galileo Press.

Hetfleisch-Knoll, Christopher (2013): Die Bedeutung von IT-Kompetenzen für Fach- und Führungskräfte in der Sozialen Arbeit. Eine quantitative Studie in Österreich. Wien: FH-Campus Wien.

IFSW (2000): Definition of Social Work. <http://ifsw.org/policies/definition-of-social-work/> (06.02.2013).

Integral (2013): AIM - Austrian Internet Monitor. Kommunikation und IT in Österreich. 3. Quartal 2013. http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2013/11/AIM-Consumer_-_Q3_2013.pdf (05.02.2014).

Kiefer, Katrin (2010): NGOs im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Einsatz und Potenzial von Social Media für die Öffentlichkeitsarbeit von gemeinnützigen Organisationen. http://netzwerkpr.de/wp-content/uploads/2010/04/Kiefer_NGOs-im-Social-Web.pdf (20.02.2014).

McNutt, John (2008): Advocacy Organizations and the Organizational Digital Divide. In: New Scholarship in the Human Services, Volume 7, Number 2.

Reiser, Brigitte (2012): Soziale Medien für gemeinnützige Organisationen. In: Sozial Extra 36 (9-10), S. 39-43.

SPAK (2010): SPAK TIROL. Sozialpolitischer Arbeitskreis. In: SiT (Sozialarbeit in Tirol), 83, S. 20-22.

Staub-Bernasconi, Silvia (2007): Soziale Arbeit als Handlungswissenschaft: systemische Grundlagen und professionelle Praxis - ein Lehrbuch. Bern/Wien u. a.: Haupt Verlag.

Voigt, Hans Christian / Kreiml, Thomas (Hg.) (2011): Soziale Bewegungen und Social Media. Handbuch für den Einsatz von web 2.0. Wien: ÖGB-Verlag.

Walsh, Gianfranco / Kilian, Thomas / Hass, Berthold H. (2011): Grundlagen des Web 2.0. In: Walsh, Gianfranco et al. (Hg.): Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. 2. überarb. Auflage, Heidelberg: Springer-Verlag, S. 3-19.

Über die Autorinnen



DSA Mag.ª Myriam Antinori

myriam.antinori@mci.edu

Erfahrung als Sozialarbeiterin mit Frauen, im Bereich Sucht, sowie Kinder und Jugendliche. Dzt. wissenschaftliche Mitarbeiterin am MCI Department Soziale Arbeit. Schwerpunkte in Lehre und Forschung im Bereich Sozialarbeit und Internet (Onlineberatung, Advocacy, sozialpolitische Aktivitäten etc.), Praxisbegleitung sowie Methoden.



Judith Kercher, BA

j.kercher@mci4me.at

Sozialarbeiterin, dzt. Studium Master für „Soziale Arbeit, Sozialpolitik und -management“ am Management Center Innsbruck, voraussichtlicher Seit 2009 Tätigkeit bei Kunterbunt e. V. (Freizeitaktivitäten und Reisen für Menschen mit Behinderung) mit Betreuung von TeilnehmerInnen und Leitung von Freizeiten.



Charis Mrugalla, BA

ch.mrugalla@mci4me.at

Geboren 1988, staatlich anerkannte Sozialarbeiterin und Sozialpädagogin (Katholischen Hochschule NRW). Dzt. Studium Master „Soziale Arbeit, Sozialpolitik und -management“ am Management Center Innsbruck. Lehrlingsbeauftragte der Cammerlanders GmbH in Innsbruck.



Magdalena Wilfling, BA

m.wilfling@mci4me.at

Sozialarbeiterin, dzt. Studium Master „Soziale Arbeit, Sozialpolitik und -management“ am Management Center Innsbruck. Bisherige berufliche Erfahrungen in den Bereichen Flüchtlings- und MigrantInnenhilfe, Gewaltschutz und Jugendarbeit.

Abstract

Der Artikel beschäftigt sich mit Neuen Medien und ihrem Potenzial, gesellschaftliche Veränderungen anzuregen. Zugleich wird dargestellt, wie Soziale Arbeit Online-Anwendungen im Rahmen der Arbeitsweisen nach Staub-Bernasconi und den drei Ebenen Mikro, Meso und Makro nutzbar machen kann. Durch die vielfältigen Möglichkeiten, die Nutzung aller Anspruchsgruppen sowie den Einfluss auf sozialer und politischer Ebene ergibt sich aus Sicht der Autorinnen für Soziale Arbeit die Verpflichtung, Neue Medien gezielt in die Praxis einzubauen. Allerdings scheint dies bisher wenig der Fall zu sein. Soziale Organisationen scheinen wenig versiert im Umgang mit neuen Technologien, stehen ihnen sogar skeptisch gegenüber. Inwiefern dies zutrifft, wird anhand einer qualitativen und quantitativen Untersuchung eines sozialpolitischen Arbeitskreises untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass Sozialeinrichtungen auf den ersten Blick eine gute Webpräsenz haben. Allerdings ist diese nur wenig klar in ihrer Zielgruppenformulierung. Sie ist statisch und in der

Kommunikation unidirektional sowie top-down. Sozialeinrichtungen bleiben sehr auf der Mikroebene. Interaktive, partizipative oder mobilisierende Elemente werden nicht genutzt. Grund dafür ist Ressourcenmangel (Personal, Finanzen, Zeit), fehlende Medienkompetenz sowie eine nach wie vor technikkritische Haltung.

Keywords: Soziale Arbeit, Neue Medien, Internet, Social Media, Arbeitsweisen