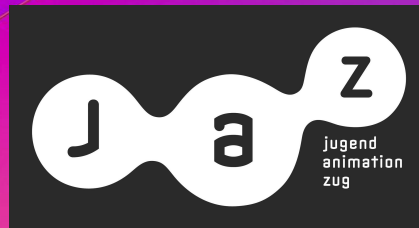


9:15 PM



Jugendanimation Zug



CALLING...



9:16 PM



Jaz


00:00



Nutzung
Jugendlicher
von Social
Media



Chancen
und Risiken
von Social
Media



Peer-to-Peer
Content &
Content
Creation



QUELLENVERZEICHNIS



- Amrein, C. (2026). Factsheet Jaz Instagram. Jugendanimation Zug (Jaz).
- Bernath, J., Domdey, P., Genner, S., Külling-Knecht, C., Süss, D., Suter, L., Waller, G., & Willemse, I. (2024). Medienkompetenz. Empfehlungen zum Umgang mit digitalen Medien: Für Eltern und Bezugspersonen (8. Aufl.). Jugend und Medien Nationale Plattform zur Förderung von Medienkompetenz, Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) & Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW).
- Faktabaari, Verificat, & dpa. (2025). HOW TO engage Gen Z to: EU Project: "Think Twice: Media Literacy for Gen Z".
- Külling-Knecht, C., Waller, G., Willemse, I., Deda-Bröchin, S., Suter, L., Streule, P., Settegrana, N., Jochim, M., Bernath, J., & Süss, D. (2024). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Peyer, S., & Amrein, C. (2026). Kommunikationskonzept Jaz. Jugendanimation Zug (Jaz).
- Materna, G., & Brüggen, N. (2024). Die Informationsräume und das Informationshandeln junger Menschen und ihr Umgang mit Desinformation. Eine medienpädagogische Untersuchung mediatisierter Sozialräume. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.
- Mutschke, L. (2025). Digitale Lebenswelten gestalten: Medienpädagogische Perspektiven auf Social Media [Präsentation]. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

Nutzung Jugendlicher von Social Media



"Always
On"

"The Big
Four"

"Always On" - Was bedeutet das?



- keine Trennung mehr zwischen on- und offline
- Medienhandeln findet vor allem in kommerziellen, globalen Räumen statt
- "Digitale Räume" dienen der Information und sind Mittel im Sozialisationsprozess
 - Einstellungs- und Meinungsbildung, Ausbildung von Werten und Normen
 - Aushandlung von Identität durch Aneignung und Interaktion
- Communities zentral für Identitätsarbeit



Die "Big Four" Was ist das?



Whatsapp



Instagram



Snapchat



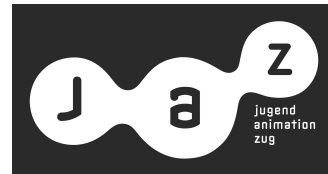
TikTok

- Fast 100 % der Jugendlichen besitzen ein eigenes Smartphone
- Die meist genutzten Apps sind die "Big Four"



TikTok

- Ähnlich wie Instagram
- vor allem bei jüngeren beliebter als Instagram
- Trends



Jaz Nutzung

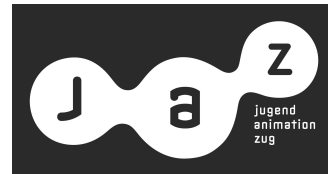
- Wird nicht genutzt
- Präsenz wäre in Instagram-Reel-Form möglich (keine Möglichkeit Bilder zu posten)





Instagram

- andere am eigenen Leben teilhaben lassen
- inspirieren lassen
- Trends
- neue Leute kennenlernen
- Aktuelles aus der Gegend



Jaz Nutzung

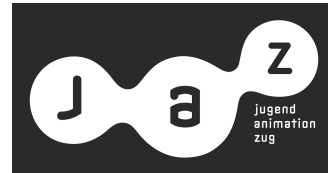
- Stories: Einblicke in den Treff-Alltag
- Digitales Portfolio und Vernetzung (z.B. durch Collab-Posts)
- Reels: Bisher kaum bespielt





Snapchat

- Kommunikation mit Freund*innen
- Neue Leute kennenlernen
- Andere am Leben teilhaben lassen



Jaz Nutzung

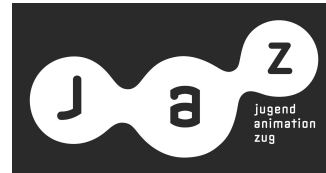
- Wird nicht genutzt
- Wird von anderen Jugendarbeitsstellen vor allem für direkte Kontaktaufnahme genutzt





Whatsapp

- Kommunikation mit Freund*innen
- Für 96% der Jugendlichen ist Whatsapp Primär-App für Kommunikation



Jaz Nutzung

- Kontaktaufnahme mit Jugendlichen
- WhatsApp Community: aktuelle Informationen über Angebote





Chancen



Soziale Teilhabe



Kreativer
Selbsta Ausdruck



Rasche
Informationsbeschaffung

Risiken



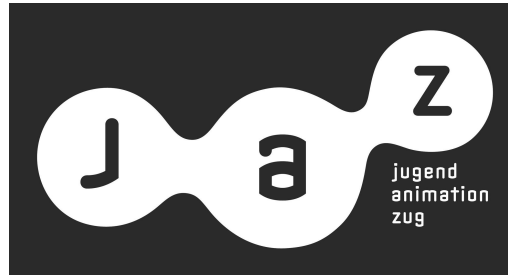
Konflikte und
Cybermobbing



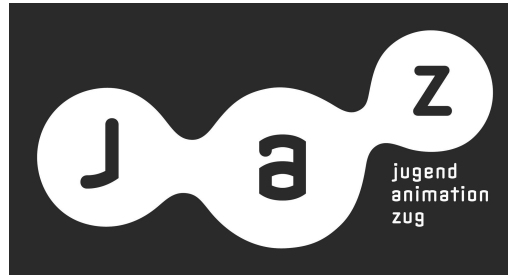
Druck und Stress



Sicherheits- und
Konfrontationsrisiken



- **Sicherer Raum & Datenschutz:** Keine Gesichter auf Instagram ohne Einverständnis; strikte Kommunikation über Diensthandys.
- **Passives Monitoring:** Digitale Dynamiken im Blick behalten, Konflikte jedoch wenn möglich analog klären.
- **Wertebasierte Kommunikation:** Gegen Hass und Ausgrenzung durch respektvolle, inklusive und gendersensible Sprache.



- **Sicherer Raum & Datenschutz:** Keine Gesichter auf Instagram ohne Einverständnis; strikte Kommunikation über Diensthandys.
- **Passives Monitoring:** Digitale Dynamiken im Blick behalten, Konflikte jedoch wenn möglich analog klären.
- **Wertebasierte Kommunikation:** Gegen Hass und Ausgrenzung durch respektvolle, inklusive und gendersensible Sprache.



Konflikte und Cybermobbing

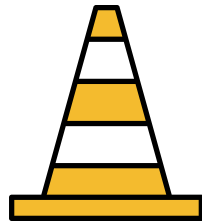
Im digitalen Raum ist die Hemmschwelle oft tiefer. Jugendliche erleben Beleidigungen in privaten Nachrichten, den gezielten Ausschluss aus Online-Gruppen oder das ungewollte Verbreiten von peinlichen Bildern



Druck und Stress

Ständige Vergleiche mit bearbeiteten Bildern und Filtern erzeugen unrealistische Schönheitsideale und einen starken Selbstoptimierungsdruck

Auch das endlose Konsumieren negativer Nachrichten ("Doom Scrolling") oder die Angst, etwas zu verpassen (FOMO), belasten die mentale Gesundheit



Sicherheits- und Konfrontationsrisiken

Im Netz drohen Gefahren wie sexuelle Belästigung durch Fremde (Cybergrooming) oder Erpressung mit Bildmaterial (Sextortion)

Zudem begegnen Jugendliche oft gezielter Desinformation (Fake News) und versteckten kommerziellen Kostenfallen, wie In-App-Käufen in Games



Soziale Teilhabe

Social Media ist das wichtigste Kommunikationsmittel für den Austausch unter Gleichaltrigen. Jugendliche bleiben in Echtzeit verbunden, stärken ihr Zugehörigkeitsgefühl und erhalten durch Likes und Kommentare wichtige Bestätigung



Kreativer Selbstausdruck

Plattformen wie Instagram oder TikTok bieten einen idealen Raum, um sich in Szene zu setzen und kreativ zu experimentieren. Dieses Ausprobieren fördert die eigene Identitätsentwicklung



Rasche Informationsbeschaffung

Die Netzwerke dienen als schnelle Quelle, um sich über das Weltgeschehen und neue Trends zu informieren. Zudem können sich Jugendliche unkompliziert mit Personen vernetzen, die gleiche Interessen teilen

CONTENT CREATION UND PEER-TO-PEER CONTENT

STÄRKUNG DER SELBSTWIRKSAMKEIT



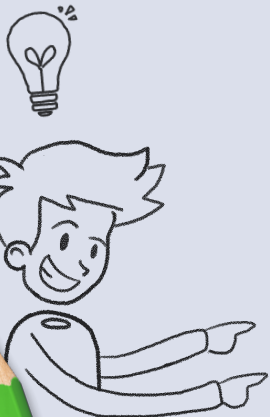
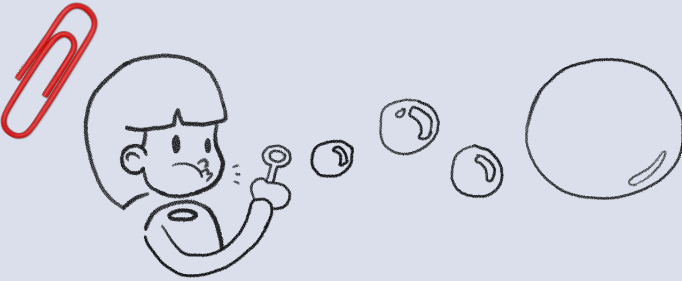
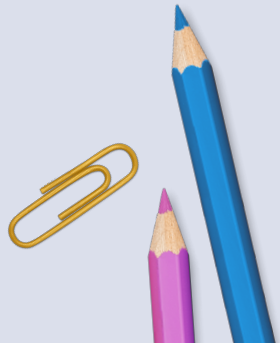
AUTHENTIZITÄT UND PEER-EINFLUSS



IDENTITÄTSARBEIT UND
KREATIVES AUSPROBIEREN



SCHUTZBEDARF BEI
ÖFFENTLICHER SICHTBARKEIT



CONTENT CREATION IN DER JAZ



- **JUGENDLICHE ALS SPRACHROHR:** DAS ENGAGEMENT DER JUGENDLICHEN MACHT DIE KOMMUNIKATION DER JAZ "LEBENDIG".
- **PARTIZIPATION:** AKTIVE MITGESTALTUNG VON DIGITALEN INHALTEN, TEXTEN UND FLYERN BEI EIGENEN PROJEKTEN.
- **ZUKUNFTSVISION "TAKEOVER":** GEPLANTE INSTAGRAM-KANALÜBERNAHMEN DURCH JUGENDLICHE IN EINEM BEGLEITETEN UND GESCHÜTZTEN RAHMEN.
- **QUALITÄTSSICHERUNG:** KONSEQUENTES VIER-AUGEN-PRINZIP BEI ALLEN VERÖFFENTLICHUNGEN ZUM SCHUTZ DER JUGENDLICHEN UND ZUR WAHRUNG DER PROFESSIONALITÄT.

AUTHENTIZITÄT UND PEER-EINFLUSS



CONTENT VON JUGENDLICHEN FÜR JUGENDLICHE WIRKT ENORM NAHBAR UND
GLAUBWÜRDIG.

- . DURCH DIE NUTZUNG EINER GEMEINSAMEN SPRACHE, AKTUELLEN TRENDS UND MEMES
ERREICHEN UND BEEINFLUSSEN JUNGE CREATOR IHRE ALTERSGENOSSEN OFT VIEL
EFFEKTIVER ALS BELEHRENDE ANGEBOTE VON ERWACHSENEN.

STÄRKUNG DER SELBSTWIRKSAMKEIT



WENN JUGENDLICHE EIGENE INHALTE (Z.B. VIDEOS) KREIEREN, WECHSELN SIE VON EINER PASSIVEN KONSUMROLLE IN EINE AKTIVE GESTALTERROLLE.

DIESES AKTIVE EINBRINGEN FÖRDERT IHR SELBSTVERTRAUEN, IHR KRITISCHES DENKEN UND IHRE EIGENMACHT (EMPOWERMENT)

IDENTITÄTSARBEIT UND KREATIVES AUSPROBIEREN



DAS PRODUZIEREN UND POSTEN EIGENER BILDER ODER VIDEOS IST EIN ZENTRALES
WERKZEUG ZUR SELBSTDARSTELLUNG

. ES BIETET JUGENDLICHEN EINEN SPIELERISCHEN RAUM, UM SICH IN SZENE ZU
SETZEN, MIT DER EIGENEN WIRKUNG ZU EXPERIMENTIEREN UND DIE IDENTITÄT ZU
FORMEN.

SCHUTZBEDARF BEI ÖFFENTLICHER SICHTBARKEIT



WER EIGENEN CONTENT VERÖFFENTLICHT, MACHT SICH POTENZIELL ANGREIFBAR FÜR
NEGATIVES FEEDBACK, HASSKOMMENTARE ODER PSYCHISCHE ÜBERFORDERUNG.

JUGENDLICHE CREATOR BENÖTIGEN DAHER BEGLEITUNG UND SICHERE,
WERTSCHÄTZENDE RAHMENBEDINGUNGEN, UM IHRE MENTALE GESUNDHEIT ZU
SCHÜTZEN.